



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la
calidad de productos de una Empresa Privada de Lima, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Mejía Tocto, María del Carmen (ORCID: 0000-0002-7085-0487)

ASESOR:

Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo (ORCID: 0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este proyecto lo dedico a mi madre, por ser el apoyo incondicional en el transcurso de mi formación, tanto personal como profesional y por su motivación absoluta en todo momento.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesor por su disponibilidad y amabilidad en el transcurso de la elaboración de mi proyecto, por siempre estar dispuesto a resolver mis dudas e inquietudes.

A mi madre y hermanos, por su paciencia y apoyo inmediato en todo momento.

A mi pareja, por su asesoría profesional

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	vi
Índice de gráficos y figuras.....	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y operacionalización.....	18
3.3 Población, muestra y muestreo.....	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5 Procedimientos	22
3.6 Método de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	38
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	46
Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables	

- Anexo 2. Instrumento de recolección de datos (cuestionario)
- Anexo 3. Matriz de consistencia
- Anexo 4. Detalle de la empresa anonimizada
- Anexo 5. Declaratoria de consentimiento informado
- Anexo 6. Ficha de validación de expertos
- Anexo 7. Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos
- Anexo 8. Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken
- Anexo 9. Resultados de validez: Coeficientes de V. de Aiken
- Anexo 10. Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach General, dimensión e indicador
- Anexo 11. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Dos mitades de Guttman
- Anexo 12. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento
- Anexo 13. Cálculo de la muestra
- Anexo 14. Base de datos (Excel)
- Anexo 15. Resultados descriptivos por ítem
- Anexo 16. Resultado de TURNITIN
- Anexo 17. Diapositivas de defensa de tesis

Índice de tablas

Tabla 1 Base de datos de la planilla de personal – 2019	19
Tabla 2 Valoración de fiabilidad de ítems(alfa de crombach y 2 mitades de Guttman)	
Tabla 3 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	24
Tabla 4 Estadísticos descriptivos generales	25
Tabla 5 Resultados descriptivos ítem por ítem.....	28
Tabla 6 Prueba de Hipótesis general: Chi cuadrado de Pearson.....	32
Tabla 7 Prueba de Hipótesis específica 1: Chi cuadrado de Pearson.....	33
Tabla 8 Prueba de Hipótesis específica 2: Chi cuadrado de Pearson.....	34
Tabla 9 Prueba de Hipótesis específica 3: Chi cuadrado de Pearson.....	35
Tabla 10 Prueba de Hipótesis específica 4: Chi cuadrado de Pearson	36
Tabla 11 Aplicabilidad por juicio de expertos	
Tabla 12 Coeficientes de V. de Aiken.	
Tabla 13 Alfa de Cronbach general	
Tabla 14 Alfa de Cronbach dimensión 1	
Tabla 15 Alfa de Cronbach dimensión 2	
Tabla 16 Alfa de Cronbach dimensión 3	
Tabla 17 Alfa de Cronbach dimensión 4	
Tabla 18 Alfa de Cronbach dimensión 5	
Tabla 19 Alfa de Cronbach dimensión 6	
Tabla 20 Alfa de Cronbach dimensión 7	
Tabla 21 Alfa de Cronbach dimensión 8	
Tabla 22 Resultado de mitades de Guttman general.	
Tabla 23 Estadísticos descriptivos para la pregunta 1	
Tabla 24 Estadísticos descriptivos para la pregunta 2	
Tabla 25 Estadísticos descriptivos para la pregunta 3	
Tabla 26 Estadísticos descriptivos para la pregunta 4	
Tabla 27 Estadísticos descriptivos para la pregunta 5	
Tabla 28 Estadísticos descriptivos para la pregunta 6	
Tabla 29 Estadísticos descriptivos para la pregunta 7	

Tabla 30 Estadísticos descriptivos para la pregunta 8
Tabla 31 Estadísticos descriptivos para la pregunta 9
Tabla 32 Estadísticos descriptivos para la pregunta 10
Tabla 33 Estadísticos descriptivos para la pregunta 11
Tabla 34 Estadísticos descriptivos para la pregunta 12
Tabla 35 Estadísticos descriptivos para la pregunta 13
Tabla 36 Estadísticos descriptivos para la pregunta 14
Tabla 37 Estadísticos descriptivos para la pregunta 15
Tabla 38 Estadísticos descriptivos para la pregunta 16
Tabla 39 Estadísticos descriptivos para la pregunta 17
Tabla 40 Estadísticos descriptivos para la pregunta 18
Tabla 41 Estadísticos descriptivos para la pregunta 19
Tabla 42 Estadísticos descriptivos para la pregunta 20
Tabla 43 Estadísticos descriptivos para la pregunta 21
Tabla 44 Estadísticos descriptivos para la pregunta 22
Tabla 45 Estadísticos descriptivos para la pregunta 23
Tabla 46 Estadísticos descriptivos para la pregunta 24
Tabla 47 Estadísticos descriptivos para la pregunta 25
Tabla 48 Estadísticos descriptivos para la pregunta 26
Tabla 49 Estadísticos descriptivos para la pregunta 27
Tabla 50 Estadísticos descriptivos para la pregunta 28
Tabla 51 Estadísticos descriptivos para la pregunta 29

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis formuladas	5
Figura 2. Teoría del enfoque para el mejoramiento de procesos.	10
Figura 3. Teoría del enfoque del rediseño de procesos	10
Figura 4. Teoría de las tres esquinas de la calidad.....	11
Figura 5. Gráfico del cuestionario	21
Figura 6. Desarrollo de hipótesis.....	37

Resumen

Estudio que determinó como objetivo identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad (y de sus dimensiones atributos, imagen, relaciones públicas y precio) de los productos de una empresa privada de Lima, 2019. Investigación con enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con nivel explicativo y descriptivo, de diseño no experimental y con corte transversal. La población estuvo conformada por 120 trabajadores de la empresa estudiada. Su muestra fue de 91 trabajadores. La técnica que se aplicó fue la encuesta de modalidad virtual. El instrumento constó de 29 preguntas, el cual fue validado cualitativamente y cuantitativamente, avalado por 6 jueces expertos con el coeficiente de V. Aiken de 0,99; los resultados de confiabilidad dieron valores de 0,917 alfa de Cronbach general y 0,823 y 0,851 de dos mitades de Guttman. Se cuantificaron resultados de normalidad, estadísticos descriptivos generales y también por ítems, además de inferenciales. Se concluyó que el rediseño de procesos de producción incide significativamente en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019, al igual que sus dimensiones.

Palabras clave: Rediseño de procesos de producción, calidad, gestión de organizaciones.

Abstract

Study that determined as an objective, identify to what extent the redesign of production processes affects the quality (and its dimensions attributes, image, public relations and price) of the products of a private company in Lima, 2019. Research with a quantitative approach, of an applied type, with an explanatory and descriptive level, of a non-experimental design and with a cross section. The population was made up of 120 workers from the company studied. Its sample was 91 workers. The technique applied was the virtual mode survey. The instrument consisted of 29 questions, which was validated qualitatively and quantitatively, endorsed by 6 expert judges with the coefficient of V. Aiken of 0.99; the reliability results gave values of 0.917 alpha of Cronbach general and 0.823 and 0.851 of two halves of Guttman. Results of normality, general descriptive statistics and also by items, as well as inferential, were quantified. It was concluded that the redesign of production processes significantly affects the quality of products of a private company in Lima, 2019, as well as its dimensions.

Keywords: Redesign of production processes, quality, management of organizations

I. INTRODUCCIÓN

Como **realidad problemática**, es importante detallar que en la actualidad rediseñar los procesos de producción de empresas privadas no es tan sencillo, pero sí necesario para aquellas organizaciones que quieran permanecer en el mercado, y la manera para efectuarlo es siendo competitivos desde el enfoque interno de la empresa. Desde este punto de vista se debe analizar cada actividad que se desarrolla en el proceso de producción de la empresa para identificar los problemas y errores para poder mejorarlos o cambiarlos según sea su condición, con el fin de dar mayor calidad en los productos a nuestros clientes.

En la revista Universal Maldonado (2018) se habló acerca de las empresas de la Ciudad de México, cómo estas son conscientes de la innovación y velocidad que se vendrá en los nuevos tiempos. La tecnología es un factor que constantemente irá cambiando y en México la mayoría de micro y pequeñas empresas representaban altas tasas de errores en sus procesos y para enfrentar estas deficiencias se tuvo que contar con el poder de la tecnología moderna para estar a la altura o hasta mejor que nuestros competidores. México reconoció que el corazón del rediseño es romper con las reglas antiguas, siendo un reconocimiento útil que ayuda a entender la necesidad de mejorar o cambiar actividades que no funcionan bien o que no sirven. En una encuesta realizada por GoDaddy en el 2017 asegura que el 86% de los empresarios mexicanos son conscientes de que, mejorando procesos, aplicando tecnología resulta la mejor calidad en nuestros productos y servicios, de esta manera atrayendo nuevos clientes a la empresa. También un 50% de microempresarios creen que al no contar con nueva tecnología y un mejoramiento en su proceso productivo se tiene una desventaja competitiva dentro del mercado.

Por otro lado, Barrios (2019), manifestó que según los estudios realizados por el Instituto Nacional de Calidad en el 2017. Del 97% de las micro y pequeñas empresas peruanas el 45% de empresas presentaron su ampliación en el mercado como también un 44.6 % de empresas que mejoraron su productividad y un 19.8 % indicaron la reducción de sus costos de producción. Todo esto en base a que dichas empresas procedieron y decidieron rediseñar sus procesos de producción por cada

actividad. Además, hizo hincapié que en el estudio se alcanzó la máxima calidad en sus productos.

Ante ello la mayoría de empresas peruanas han decidido complementar sus procesos de producción con análisis previos antes de un posible rediseño. Ya que primero se debe identificar los problemas que presentan las empresas en base a la depreciación de sus productos desde un punto de vista del cliente. Desarrollando de una manera interna sin causar damnificaciones económicas.

En el caso de una empresa privada ubicada en el distrito de Ate de la ciudad de Lima existe la oportunidad de mejorar su proceso productivo ya que ante la observación de cada actividad que se desarrolla en el proceso de producción de motos cargueras se aprecia la existencia de fallas.

Para Gómez (2012), **el planteamiento del problema** es lo que representa el contexto y la realidad de un algo que se quiere investigar, por lo que se concreta que es algo general, por ello el autor concluye indicando que al realizar el planteamiento del problema se tiene que detallar sus características ya que estas conllevarán a manifestar las hipótesis de la investigación. Así mismo Gómez reitera que el planteamiento del problema tanto el general como los específicos deben ser cien por ciento claros.

En ese sentido el **problema general** de la investigación fue: ¿En qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019?

Y en cuanto a los **problemas específicos** fueron: ¿En qué medida el rediseño de procesos de producción incide en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019?; ¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019?; ¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019?; y ¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019?.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), en su libro afirma que el propósito de la **justificación** es exponer las razones para determinar el por qué se está

elaborando dicha investigación. Además, nos hace mención que, mediante la justificación, los investigadores deben probar y resaltar la necesidad e importancia para realizar dicho proyecto investigado. Hay tres tipos más resaltantes en la justificación de estudio, entre ellas justificación teórica, metodológica y práctica.

Enfocándose en la definición del autor, mi investigación servirá para realizar un simulador de un rediseño de procesos mediante un análisis crítico, donde se demostrará que al modificar los procesos principales que esta empresa realiza en el ensamblaje, incrementará tanto la calidad como la fiabilidad de sus productos ofrecidos al público en general. Al mismo tiempo, a la empresa privada importadora les beneficiará esta investigación como un modelo a implementar para mejorar sus procesos dando como resultado la entrega de productos con calidad a todos sus clientes. Para esto se tomó los tres tipos de justificación más importantes.

En cuanto a la **justificación teórica**, se anhela aportar conocimientos relacionados a mis variables y principales dimensiones. Además, será de gran utilidad para universitarios, docentes y maestros para obtener mayor capacidad de información ya que estas definiciones es el resultado de la revisión a fondo de diversas referencias bibliográficas con el fin de enriquecer en su totalidad los conceptos como son las variables planteadas, al mismo tiempo dando resultado que dicha investigación se desarrolló en plenitud para la mejora de los procesos productivos dentro de una empresa privada de la ciudad de Lima.

En cuanto a la **justificación metodológica** se cuenta con un nivel de investigación explicativa y descriptiva y se podrá observar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019. Además, esta investigación se usó como instrumento principal de recopilación de datos a los cuestionarios, estos podrán ser usados por futuros investigadores para el desarrollo de un proyecto, resaltando que los mismos se aplicarán en nuestra realidad, en una empresa privada de la ciudad de Lima.

Y en la **justificación práctica**, será conveniente el desarrollo de esta tesis porque contribuirá con el mejoramiento interno de una empresa privada importadora

de Lima, identificando los principales problemas en todas las actividades que se hace en el día a día de su proceso productivo, con el fin de replantear técnicas de mejora y diseñar un prototipo para dar resultado a los inconvenientes identificados. De esta manera se cooperará en la calidad de productos satisfaciendo las necesidades demandadas de los clientes en base al vehículo de motocarra.

Hernández et al., (2014), los **objetivos** es lo que un investigador busca a través de la investigación. Se sabe que con la investigación se tiene que cooperar en la solución de un problema en específico que se detecta desde un inicio, entonces aquí se parte el planteamiento de objetivos ideando de qué manera la investigación se irá ejecutando para resolver el problema. Concluyen los autores que los objetivos vendrían hacer las guías de todo un estudio a desarrollar, estos a la vez se deben ser claros, específicos, medibles y realistas.

En ese sentido el **objetivo general** de esta investigación fue: Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

Y en cuanto a los **objetivos específicos** fueron : Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019; Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019; Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019 e Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019

Hernández et al., (2014), define a las **hipótesis** como un conjunto de oraciones pronosticadas intencionalmente con el fin de encontrar la relación que existe entre una variable y otra. También se indica que las hipótesis planteadas son como respuestas provisionales a las preguntas de una investigación que al ejecutar y resolver las preguntas se acepta y aprueba dichas hipótesis.

En ese sentido, en esta investigación la **hipótesis general** fue: El rediseño de procesos de producción incide en la calidad de productos en una empresa privada de Lima, 2019.

Como también las **hipótesis específicas** de estudio fueron: El rediseño de procesos de producción incide significativamente en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019; El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019; El rediseño de procesos de producción incide significativamente en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019; y El rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019

A continuación, se detalla gráficamente las hipótesis formuladas en la figura 1.

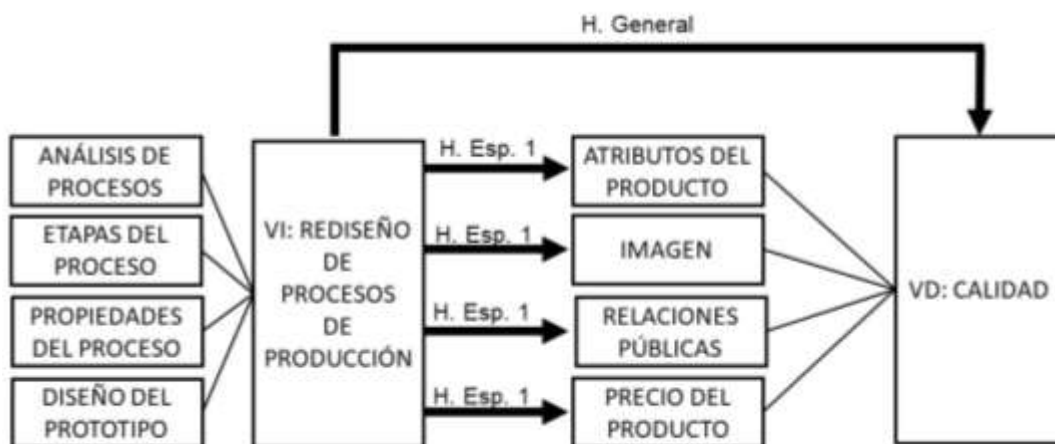


Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis formuladas

Fuente: autora

II. MARCO TEÓRICO

En este estudio se obtuvo algunos y los más importantes **trabajos previos**

En Indonesia se trabajó una investigación titulada Redesign of bahu production layout to improve the efficiency of process Flow por Radhwan, Shayfull, Farizuan, Effendi y Irfan (2019), En este proyecto se presentó la eficiencia de el rediseño de la producción utilizando métodos de planificación en una empresa que produce pasteles donde se identificó exceso de movimiento innecesarios entre sus actividades. Ante ellos los autores tuvieron como objetivo mejorar el diseño actual de los procesos generando eficiencia en su producción y productividad de la empresa, para eso Radhwan, Shayfull, Farizuan, Effendi y Irfan (2019), utilizaron la planificación sistemática de diseños (SLP) y la Teoría basada en gráficos (GBT) y se calculó la Tasa de eficiencia (ER) de cada diseño. Al diseño con una tasa más elevada fue validado mediante un software WITNESS. En los resultados se detalló que la ER del proceso rediseñado aumentó su mejora de un 74.49 % a 93.40%, como también redujo el tiempo de procesamiento en un 10%. Dando como conclusión que verdaderamente mediante un rediseño de procesos se mostró en la empresa la mejora de la eficiencia y productividad.

En Cuba Moreno-García y Santiago Parra-Bofill (2017), en una investigación titulada "Methodology for the reengineering of processes. Validation in the company Cereals Santiago", investigación realizada en Cuba para la revista Ingeniería Industrial de la Habana, se propuso la reingeniería de procesos como vehículo para la mejora continua de la empresa, con la finalidad de reducir costos a la vez de obtener mejores productos. A través del diseño experimental los autores implementaron el uso y sistematización del software PesajeVoz, a lo largo de los años 2006 y 2010, en base al objetivo principal de este artículo dieron frutos positivos, obteniéndose así con un ahorro extraordinario de costos elevado a los \$ 2 083 707,82 en dicho periodo, frente al año 2005. Entre las conclusiones se halló que el rediseñar los procesos claves se eleva la mejora continua en cada actividad desarrollada de los procesos y al mismo tiempo se reduce o elimina aquellas que

no agregan valor para el cliente, de esta manera pudiendo cubrir sus necesidades y expectativas, a la vez que se reducen los costos significativamente.

En Chile, se elaboró una investigación titulada “Una metodología de rediseño de procesos de producción basada en la teoría de la estructuración de las organizaciones” trabajada por Acosta (2017), para la facultad de economía y negocios de la Universidad de Chile. El objetivo fue establecer las relaciones que existía entre las prácticas del rediseño de procesos de producción y la teoría de la estructuración de las organizaciones dentro de los cuatros pasos aplicados, donde llegó a la conclusión que estas dos ramas se complementan para combatir el mismo problema, pero con un enfoque distinto. Estableciéndose un rediseño directo conformados por los siguientes pasos: Comprensión del proceso, comprensión de los datos, rediseño del proceso y evaluación e implementación del proceso mejorado.

En Ecuador, Moreno (2016), con su investigación “Rediseño de los procesos de producción en la microempresa de muebles tu armario BBB con un enfoque de productividad y crecimiento” trabajo realizado para obtener el título de magister en gerencia de la calidad y productividad. Se determinó como una investigación explicativa Su objetivo general fue rediseñar los procesos de producción en la microempresa de muebles con un enfoque de productividad y crecimiento, donde a través de un análisis de costos, el rediseño de procesos de producción generará ingresos a pesar de la inversión necesaria. Determinándose la generación de una utilidad de \$2.25, por cada dólar que costará implementar el rediseño.

En Trujillo, un proyecto denominado “Rediseño de procesos en el área de producción en una empresa de calzado y su efecto en la productividad – Trujillo 2017”, trabajo realizado por Ávila (2017), para obtener el título profesional de Ingeniero empresarial. Fue una investigación pre experimental. Su objetivo general fue determinar el efecto en la productividad de una empresa de calzado mediante el rediseño de procesos del área de producción. Donde Ávila concluyó que al rediseñarse el 83% de sus procesos productivos tuvo muchos efectos significativos en la productividad de la empresa.

En Huánuco, Rosas (2018), egresado de la facultad de Ingeniería de la Universidad de Huánuco, realizó un estudio llamado “Rediseño de procesos basado en el modelo canvas para mejorar la calidad de servicio de la empresa inversiones centro oriente S.C.R.L, Huánuco, 2018” esta investigación fue de tipo aplicada con un diseño cuasi experimental porque Rosas usó fichas de encuestas como recopilación de información, agregando también, que esta investigación se determinó de nivel explicativa y descriptiva. El objetivo general del estudio fue determinar la relación que ejerce el rediseño de proceso basado en el modelo canvas en la calidad del servicio de la empresa de inversiones. Entonces de acuerdo a la prueba estadística aplicada por Rosas, que es el T de Student se obtuvo como valor 1,66, con 77 grados de libertad y una sig. Bilateral de 0,000 lo cual dio validez a la hipótesis planteada por el investigador.

En la ciudad de Trujillo, se desarrolló una investigación dentro de la MYPE “BG Electricistas Industriales”, esta investigación los autores de la Universidad Peruana del Norte, Aramburú y Espinoza (2015), la titularon “La reingeniería de procesos y su efecto en la calidad de servicio de la MYPE BG Electricistas Industriales E.I.R.L”, el diseño de estudio de la investigación fue pre experimental ya que usaron encuestas como técnica de recolección de antecedentes, el nivel del proyecto de investigación se determinó explicativo y descriptivo. El objetivo a alcanzar con esta investigación fue determinar en qué medida la reingeniería de procesos incidía en la calidad de servicio del MYPE BG Electricistas Industriales. En base a la prueba estadística de U de Man-Whitney, con un resultado de sig. bilateral de 0,00 obteniendo un porcentaje del 4,04% de diferencia antes del rediseño Aramburú, y Espinoza, llegaron a la conclusión que la reingeniería de procesos tuvo un impacto muy significativo en la calidad del servicio que notaban los clientes de la empresa.

En Huancayo, Suasnábar (2015), realizó un proyecto titulado “Rediseño de procesos y el desempeño de la empresa AJEPER SA. planta Huancayo mediante la simulación DEVS” donde se identificó que la investigación fue de tipo aplicada nivel correlacional donde tuvo como objetivo principal determinar la influencia del rediseño de procesos en el desempeño del sistema productivo de la empresa AJEPER SA. Donde mediante la prueba de correlación de Pearson obtuvieron un

índice de $5.41 > 1.96$ concluyéndose que existe una correlación directa y significativa entre el rediseño de procesos y el desempeño del sistema productivo de la empresa AJEPER SAC.

En Lima, Alarcón (2017), realizó un estudio para obtener el grado académico de Doctor en Gestión de Empresas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El estudio se llamó Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito - Ecuador. El diseño de esta investigación fue experimental por haberse aplicado la recolección de datos en dos momentos para diagnosticar la calidad dentro de la empresa. Fue de nivel explicativa y descriptiva por un lado porque se describió las tendencias de una población y por otro el otro lado porque se analizaron los hechos en base a sus diferentes niveles de calidad. Con un corte longitudinal ya que se analizaron cambios durante el tiempo que duró la investigación. El objetivo que tenía Alarcón con este proyecto era determinar el impacto de un modelo de mejora de procesos, en la calidad de servicios que lo clientes percibían de la empresa estudiada en la ciudad de Quito. Y a través de la prueba estadística de T. Student con un resultado de 14,85 se determinó que el modelo de mejora continua de procesos tuvo un impacto positivo en la eficiencia de la calidad de los servicios que percibían los clientes acerca de la empresa.

Se detallan a continuación ciertas **teorías relacionadas al tema**, que están representadas por las dos variables de estudio.

Los autores definieron al rediseño de procesos de producción como un elemento mediante el cual esta satisfaga los requisitos del cliente y del mismo modo garantizándole que la transformación del input en output se desarrolle mejor, sobre todo en la rapidez y a la vez que sea más accesible económicamente. Las características que sobresalen del rediseño de procesos de producción son fundamentales, estas se centran en la descripción de cada uno de los procesos, como también el análisis en cada fase de ellos, alcanzando los resultados esperados, disminuyendo los tiempos y enriqueciendo la cadena de valor y la

competitividad. (Davenport y Short, 1990). Se detalla en la figura 2 el enfoque para el mejoramiento de procesos que transcribieron los autores.

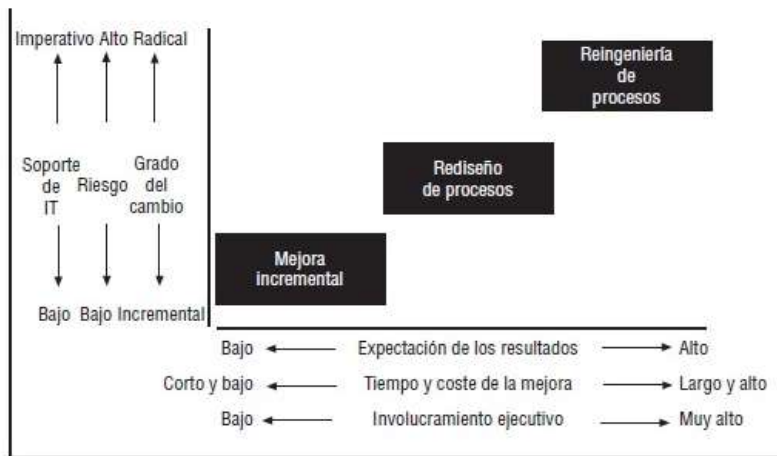


Figura 2. Teoría del enfoque para el mejoramiento de procesos.

Fuente: Davenport y Short (1990).

Por otro lado, Hammer y Champy (1994), reafirman que el rediseño de procesos es el replanteamiento estratégico y sobre todo radical al rediseñar en cada etapa del proceso, con el objetivo de buscar mejoras sustanciales en medidas de desempeño las cuales son en calidad de productos, costos, servicio y la rapidez al entregar al cliente, mediante esta definición, los autores presentan ciertas características, limitaciones como también esquema del rediseño de procesos de producción, detallando así en la figura 3 el enfoque del rediseño de procesos.

CARACTERÍSTICAS CONTRIBUCIONES	LIMITACIONES	ESQUEMA
<ul style="list-style-type: none"> • Replanteamiento fundamental • Análisis de procesos • Rediseño radical • Resultados drásticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Desdén por el ambiente externo • Posiblemente se ignoran las necesidades de los clientes • Desdén por las necesidades humanas • Se ignoran los subsistemas: directivo, administrativo y operacional 	<pre> graph LR Insumos --> Transformación Transformación --> Producto Operaciones --- Transformación </pre>

Figura 3. Teoría del enfoque del rediseño de procesos

Fuente: Hammer y Champy (1994)

Con respecto a la segunda variable el considerado consultor, difusor y padre de la calidad total, nos manifiesta que ni las pruebas de funcionamiento son capaces de describir la calidad de un producto. La calidad tiende a ser medido mediante tres elementos fundamentales, el primero está el producto, segundo el usuario y la forma de uso que da al producto y tercero la formación del cliente e instrucciones y uso que tiene con el producto. (Deming, 1982).



Figura 4. Teoría de las tres esquinas de la calidad

Fuente: Deming (1982).

En cuanto a los **conceptos teóricos** de las variables, dimensiones e indicadores, se detallan a continuación:

En cuanto a la primera variable, rediseño de procesos de producción se define como un sistema donde se tiene que analizar al conjunto de tareas o actividades que se relacionan entre sus flujos, para determinar las etapas y propiedades del proceso de producción y de esta manera proceder a diseñar e implementar un prototipo, esto con el fin de mejorarlos o cambiarlos dando como resultado su efectividad, su eficiencia y adaptabilidad para que los requisitos que exige el cliente sean cumplidos a cabalidad, así es como lo definen al rediseño de procesos de producción los autores Serrano y Ortiz (2012).

Sin embargo, Pérez, Gisbert y Pérez (2017), nos menciona que los autores Hammer y Champy definieron al rediseño de procesos de producción como un

conjunto de metodologías entre ellas está la preparación del cambio dentro de la organización, otra es la planeación del cambio, seguido del diseño del cambio y por último la evaluación del cambio, estas con el fin de estudiarlas y sobre todo reestructurar completamente a la organización con el objetivo de cumplir con las metas propuestas.

A la vez, Lefcovich afirma que la reingeniería de procesos de producción es el puente para propagar y explotar las fortalezas de una organización y excluir o superar las debilidades, aprovechándose de las oportunidades externas como protegiéndose y defendiéndose de los factores que amenazan a la organización (Rafoso y Artiles, 2011).

Por otro lado, determinar los inconvenientes e implantar uno o varios planes de acción para su reparación, es el objetivo más primordial de un análisis de procesos. Por ello se llevará a cabo el análisis situacional por cada factor que influyen en el proceso de producción de una organización, se analiza constantemente cada flujograma del proceso productivo, se analizará cada actividad, identificar el Benchmarking interno y el externo, esto con el fin de mejorar en cada etapa de las actividades a desarrollarse para producir un bien o servicio de calidad (Mones, 2000).

El análisis de procesos se define también como una alternativa donde se podrá conocer los puntos críticos que tienen los procesos de producción de una organización para luego buscar soluciones donde se incremente la eficiencia y se minimice el tiempo de cada actividad, durante la producción de un producto o la prestación de un servicio (Sánchez, Ceballos y Sánchez, (2015).

Así mismo para entender cómo se desarrolla un proceso de producción se tiene que conocer cada una de sus etapas, estas tienen una influencia contundente para el alcance a las intenciones que tiene la organización, estas etapas del proceso de producción son tres; la primera etapa de acopio o etapa analítica, la segunda etapa de producción o de síntesis, la tercera y última la etapa de procesamiento o de acondicionamiento, cada una de estas etapas, en su ejecución no hacen más que conseguir la satisfacción de los clientes, acaparando en todo el sentido de sus

necesidades que acogen de su demanda mediante un producto o servicio (EAE Business School, 2017).

Al mismo tiempo las etapas del proceso de producción de productos o servicios se definen como los pasos a seguir para cumplir con los objetivos planteados en dirección a la visión de la empresa, estas son cuatro etapas, la primera etapa llamada inputs, como segunda etapa se considera a los recursos o factores que transforman al producto o servicio, la tercera etapa es el flujo real de procesamiento o transformación y cuarta y última etapa es el output (Mallar, 2010).

Entonces al definirse un proceso y al mismo tiempo habiendo sido analizado en todos sus componentes que la integran, se recomienda identificar cada dimensión de sus partes que la componen para no confundir con otros procesos que podrían existir dentro de una organización. Entonces cumpliendo con líneas anteriores se podría decir que hay condiciones de utilizar palabras claves para examinar más a fondo las propiedades que forman parte de un proceso. Capacidad, Productividad, Eficacia y Flexibilidad estas cuatro propiedades son las que forman parte y al mismo tiempo las más determinantes del proceso de productivo ya sea de un bien o servicio (Mones, 2000).

Y en cuanto al diseño de un prototipo de proceso se emplea cuando existe una necesidad conjunta dentro de una empresa para replantear métodos y técnicas de mejoramiento de cada etapa del proceso de producción, este diseño se desarrolla mayormente cuando el rendimiento de la empresa no es óptimo o cuando se busca incrementar la eficiencia del proceso de producción, también cuando la empresa desea implementar la tecnología, otro detalle importante al querer diseñar un prototipo es cuando la competencia mejora su posición en el mercado como también los consumidores diversifican sus gustos frente a los productos incidiendo significativamente en la función de demanda. Para diseñar un prototipo del tipo de línea de ensamblaje u otros tipos, se tiene que reconocer los más importantes factores que lo determinan y que son esenciales para el diseño; entre ellas tenemos a los costes de fabricación, el grado de integración vertical, como a la calidad y

naturaleza del producto y el coste de mano de obra (Dopacio, Masa, Lázaro y Martín, 2018).

Como segunda variable se tiene a la calidad, que este término lo define el cliente ya que es el juicio que éste tiene sobre un producto o servicio, entonces la calidad es la satisfacción del cliente la cual está ligada a expectativas que éste tiene sobre el producto o servicio, tales expectativas o elementos vienen a ser los atributos del producto, la imagen del producto más las relaciones públicas, éstas tres divididas con un último elemento que viene a ser el precio del producto, da como resultado la creación de valor (Gutiérrez, 2010).

Como también la calidad es definida como el resultado de obtener un producto o servicio inspeccionado y asegurado en todo el sentido de su desarrollo, influyendo así directamente al cliente, asegurando la buena percepción del cliente como también sus deseos y expectativas que tienen acerca del producto. En la definición de calidad es imprescindible que se debe mantener las relaciones sociales de la empresa. Por otro lado, el diseño de los atributos del producto prescribe un producto o servicio de calidad (Mayo, Loredo y Reyes, 2015).

A la misma variable otros autores la definen como el conjunto de características que tiene un producto o servicio en base a un proceso productivo, una de las características es la capacidad que el producto tiene para cubrir las necesidades del cliente como es la satisfacción, como también la capacidad de cumplir sus niveles de requerimientos de acuerdo al producto deseado (Lizarzaburu, 2015).

Por otro lado, los atributos del producto son el conjunto de características que forman parte de un producto, estos pueden ser tangibles o intangibles. Entre los atributos se tienen al empaque, el color, el precio, la calidad y la marca del producto (Martínez, Fontalvo y Cantillo, 2018).

No obstante, los atributos son entendidos no solo como el conjunto de características sino de componentes y actividades de un producto, que principalmente son los que estimulan a los consumidores a procesar la información al momento de la decisión de la compra. Estos atributos son homologados de

acuerdo a los valores, creencias y experiencias que haya acontecido el consumidor (Zita, Figueroa y Narváez, 2017).

Asimismo, el concepto de imagen de la empresa se basa a la percepción escrupulosa que tienen las personas hacia una organización, ya sea mediante la información o la impresión como también por las expectativas que tengan sobre la empresa, sin dejar de lado las creencias y sentimientos que estas personas individualmente hayan adquirido en su cultura personal. Las percepciones se pueden establecer en el ámbito externo como interno de la misma empresa (Pérez y Rodríguez, 2014).

La imagen de la empresa se interpreta también como la finalidad de la comunicación corporativa. La imagen es como un resorte que activa un círculo de valores y pensamientos por medio de un mensaje comunicacional, contribuyendo con la información, diferenciación y seducción que dará la facultad al cliente o usuario de elegir, consumir y fidelizarse con una organización (Bernabel, 2016).

En cuanto a las relaciones públicas son consideradas como parte fundamental de una organización ya que transmiten la reputación. Así mismo las relaciones consolidan lazos públicos tanto nivel interno como externo, fomentando entornos positivos dentro de la empresa reteniendo y captando talentos para el normal funcionamiento de la organización con el fin de fortalecer la integridad que permitirá el acrecimiento de empleo y estabilidad macroeconómica (Sánchez, 2015).

No obstante, las relaciones públicas la definen también como la administración o gestión de la información y comunicación entre la empresa y otras, como también con el público en general (Pérez-García, 2017).

Por otro lado, el precio es la cantidad de dinero que se obtiene al vender un producto o servicio, la definen también como el conjunto de valores que los clientes desean intercambiar por el simple hecho de utilizar algunos productos. En cuanto a la fijación de precios en una organización el cobro de un producto se ubica un punto estándar esto significa entre ser excesivamente altos para alcanzar con la demanda pronosticada como excesivamente bajos para producir ganancias (Romero, Zúñiga y Suárez, 2016).

Al mismo tiempo otro autor coincide con la definición de los autores anteriormente mencionados.

Ellos conceptualizan al precio como la cantidad de dinero que se genera mediante el intercambio entre las partes interesadas por un lado la persona que quiere consumir o utilizar un producto o un servicio y por el otro la persona que quiere vender un producto u ofrecer un servicio y generar ingresos, tomándose así una relación directa entre compradores y vendedores (Sperandio, Busata, Larentis y De Toni, 2016).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El **enfoque** de la investigación fue **cuantitativo** porque al presentar un conjunto de procedimientos viene a ser parte de lo secuencial y probatorio y estas son las características principales de un enfoque cuantitativo. Este enfoque trata en profundidad que sean objetivas ya que al observar y medir ciertos fenómenos que se quiere estudiar no deben ser estropeados por nuestra investigación ni por otras investigaciones (Domínguez, 2015).

Fue de **nivel explicativo** por que se tiene como propósito desembrollar cualquier conducta que pueda presentar la variable en relación a la otra, explicando de otra manera, este nivel se basa en deducir la causa y efecto entre dos o más variables, este nivel requiere de una comprobación metodológica y al mismo tiempo estadístico. Y es **descriptivo** porque su mismo nombre indica, se describe a cada fenómeno en base a las variables planteadas en un tiempo y lugar determinado donde se quiere reconocer específicamente las consecuencias y justificar las condiciones de la realidad, centrándose en la explicación de los acontecimientos dados (Domínguez, 2015).

El **tipo** de la investigación fue **aplicada**, conocida también como investigación práctica. Este tipo de investigación siempre va estar relacionada a la investigación básica ya que depende de los principios científicos para ejecutar un proyecto. Además, este tipo de investigación su principal característica es que usa los conocimientos adquiridos para que de una forma sistemática se reconozca la realidad (Vargas, 2009).

Fue de **diseño no experimental**, según Hernández et al., (2014), este tipo de diseño cuantitativa se caracteriza por no manipular libremente las variables expuestas, sino que solo se contemplan y analizan situaciones que son existentes y que no han sido originadas premeditadamente por una investigación. Los autores

finalizan el concepto indicando que en este tipo de diseño no es posible tener el control de las variables porque son componentes ya consumados en la realidad.

Fue de **corte transversal** porque se recogen datos o acontecimientos en un solo momento con el fin de pormenorizar cada variable al mismo tiempo analizando detalladamente su incidencia en el momento dado (Hernández et al., 2014).

3.2 Variables y operacionalización

Al ser una investigación de nivel explicativo se expone como variable independiente el rediseño de procesos de producción y una variable dependiente la calidad de productos.

La variable independiente es aquella que se puede manipular por la persona que está investigando para describir, analizar, explicar o hasta transformar el objeto a medida que va desarrollándose la investigación, es decir determina las modificaciones que puede ocurrir con la variable dependiente (Carballo y Guelmes, 2016). En cuanto a las dimensiones de la variable independiente son: Análisis de procesos, etapas del proceso, propiedades de los procesos y diseño del prototipo. Cabe destacar que la variable independiente es cualitativa, y será cuantificada a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

La variable dependiente es aquella que cambia en base a las operaciones producidas por la variable independiente, complementando que la variable independiente conlleva al resultado de la investigación (Carballo y Guelmes, 2016). Sus dimensiones son: Atributos del producto, Imagen, Relaciones públicas y Precio del producto. Cabe destacar que la variable dependiente es cualitativa, y será cuantificada a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

Para el presente proyecto se confeccionó una matriz de operacionalización de variables, la cual se encuentra en el anexo 3.

3.3 Población, muestra y muestreo

La **población**, según Ventura-León (2017), es el conjunto de elementos donde se encontrará todo tipo de características que el investigador pretende analizar y

estudiar, esta puede ser finita o infinita. Por otro lado, la muestra se define como el subconjunto de la población que está determinada por unidades de análisis. El universo poblacional en esta investigación estuvo compuesto por 120 personas en general, lo cual se determina como población finita ya que es un número verificable. Dichas personas son colaboradores que cumplen funciones en las distintas áreas de una empresa del sector privado de la ciudad de Lima, datos que se presentan en la tabla 1 que hace referencia a todas las personas que trabajan en dicha empresa.

Tabla 1
Base de datos de la planilla de personal – 2019

ÁREAS	N° DE PERSONAL
Gerencia general	7
Gerencia de ventas	12
Marketing	7
Almacén	10
Contabilidad	7
Administración	17
Producción	43
Servicio técnico	9
Importaciones	5
Finanzas	3
TOTAL	120

Fuente: Planilla de trabajadores al diciembre del 2019

Criterios de inclusión

- Todos los colaboradores de una empresa privada de Lima, de acuerdo a la planilla de colaboradores al 31 de diciembre del 2019.
- Trabajadores de diferente sexo
- Edad de 18 a 60 años
- No tenga ninguna discapacidad física y mental

Criterios de exclusión

- Colaboradores de otras empresas
- Colaboradores que no estén dentro de la planilla de trabajadores al 31 de diciembre del 2019.

- Trabajadores con agudeza visual
- Trabajadores con dificultades auditivas
- Trabajadores con trastornos psicológicos

El tamaño de la **muestra** que se usó en este proyecto se conformó por 91 colaboradores donde se dio lugar a la aplicación del cuestionario, dicha muestra corresponde al 75.8 % de la población, se aplicó una fórmula para obtener este resultado la cual se puede visualizar en el (anexo 15).

El **muestreo** es la técnica donde se escoge a un conjunto de personas o cosas donde estas representan al grupo de la muestra. Estas son elegidas con la finalidad de ser estudiadas o determinadas por sus características que la componen. Esta técnica puede ser tanto probabilística como no probabilística.

En este caso, la investigación está dada en un **muestreo probabilístico**, siendo este relacionado a todos los colaboradores de la empresa privada de Lima, de acuerdo a la planilla de colaboradores al 31 de diciembre del 2019.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La **técnica** a aplicar en esta investigación fue la encuesta, de acuerdo a Cadena, Rendón, Aguilar, De la Cruz y Sangerman, (2017), la encuesta es un método donde comprende una coyuntura dada lo que ha sucedido, más no resalta los cambios que puedan suceder en la sociedad a corto plazo.

Esta técnica permitirá recolectar datos que serán obtenidos mediante el **instrumento** del cuestionario (anexo 4). El cuestionario fue impuesto al juicio de 6 expertos, donde aplicaron su evaluación en base a tres criterios como es de pertinencia, relevancia y claridad. El mismo que está constituido por 29 preguntas, tal y como se distribuye en el siguiente gráfico.

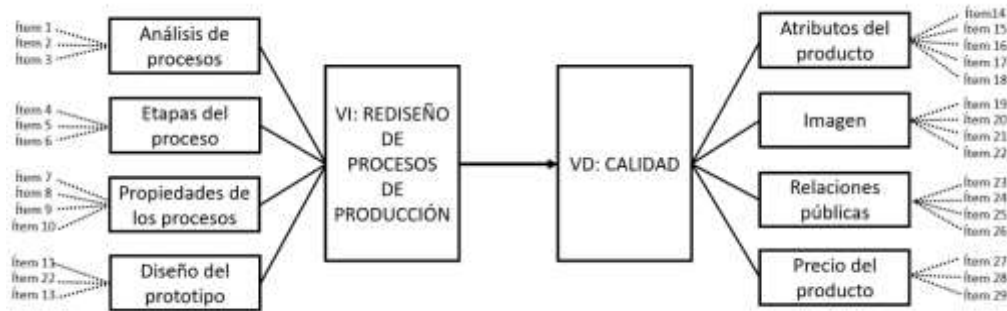


Figura 5. Gráfico del cuestionario

Fuente: Elaborado de acuerdo a la matriz operacional de la investigación

La escala de respuestas para cada ítem será de 5 opciones: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

La **validez** del cuestionario fue dada a través de un juicio de 6 expertos. Por lo que se obtuvo un resultado cualitativo de “aplicable” (anexo 9), y un resultado cuantitativo que fue dado a través de la V. de Aiken (anexo 10 y 11), cuyo resultado fue de 0,99.

La **confiabilidad** fue dada a través de la prueba de alfa de Cronbach y dos mitades de Guttman. Para la valoración de dichos coeficientes, se utilizó la propuesta presentada en la tabla 2 de Chaves-Barboza y Rodríguez-Miranda (2018).

Tabla 2

Valoración de fiabilidad de ítems(alfa de crombach y 2 mitades de Guttman)

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7]	Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Fuente: Chaves-Barboza y Rodríguez-Miranda (2018).

El resultado de **alfa de Cronbach** para el total de ítems fue de 0,91 (excelente). Se determinó el alfa de Cronbach para las dos variables, obteniendo el valor de 0,78

(aceptable) para la variable independiente “Rediseño de procesos de producción” y 0,87 (bueno) para la variable dependiente “calidad”. Se realizó un análisis a profundidad determinando el alfa de Cronbach por cada dimensión, adquiriendo los valores de 0,92; 0,52; 0,46 y 0,72 para las dimensiones de la variable independiente Rediseño de procesos de producción (análisis de procesos, etapas del proceso, propiedades del proceso, y diseño del prototipo respectivamente) y 0,91; 0,64; 0,86 y 0,76 para las dimensiones de la variable dependiente Calidad (atributos del producto, imagen, relaciones públicas y precio del producto respectivamente). En el anexo 12 se detalla el cálculo estadístico.

Se vio conveniente realizar la prueba de **dos mitades de Guttman**, a fin de obtener una segunda opinión de confiabilidad, obteniendo el valor de 0,96 (excelente), lo cual se encuentra detallado en el anexo 13.

3.5 Procedimientos

Primero se obtuvo la base de datos de todos los trabajadores mediante un documento de la empresa, es importante resaltar que la información presentada es secreta, mediante el cual se da a conocer algunos detalles de la empresa en el anexo 6, después de haber obtenido la base datos se procedió al envío del cuestionario en la segunda semana de marzo a todas las personas, obteniendo respuestas significativas por parte de los 91 colaboradores, después se tabularon los datos en Excel y se procesó de manera estadística.

3.6 Método de análisis de datos

Se usará el programa estadístico SPSS, en la versión 25. Para la exhibición de datos descriptivos se empleará gráficas circulares donde demuestren resultados numéricos y porcentuales. Por otro lado, en cuanto a los resultados inferenciales se usará la prueba de chi cuadrado, con el fin de determinar la asociación entre las variables como su dependencia.

Se procedió a realizar la **prueba de normalidad**, de Kolmogorov-Smirnov, porque es necesario conocer la distribución de los datos que he obtenido para saber

si es que tiene una frecuencia normal o una frecuencia no normal, en caso que el valor se kolmogorov-Smirnov sea menor a 0,05 yo puedo concluir que mis datos son no normales.

Se detallaron también datos **descriptivos generales**, los cuales muestran la media, el rango, valor máximo, valor mínimo, margen de error y la varianza.

Otros detalles fueron los datos descriptivos por ítem (**tablas de frecuencia**), donde se percibe cual es el valor más respondido en cada una de las preguntas, estas están acompañadas de un gráfico.

Se realizó la **prueba de hipótesis**, mediante el estadístico chi cuadrado de Pearson, ya que, al determinarse variables cualitativas, se busca determinar asociación entre ellas, en este caso, cómo la variable independiente incide en la variable dependiente, esta se determina conociendo el valor de la significación bilateral, si esta es menor a 0,05 existe dependencia de las variables por lo tanto se puede asumir de que una variable incide en la otra.

3.7 Aspectos éticos

Durante el desarrollo de esta investigación, como autora aseguro que no se ha cometido en forma alguna de plagio por lo que siempre se ha procedido al citado y referenciado correspondiente de todo enunciado de autoría ajena, esto se realizó por el correcto uso y seguimiento de las reglas que brinda en manual APA 6.

Se cerciora que la información establecida y recopilada en la presente investigación fue alcanzada y aplicada estrictamente para fines académicos, también de esta manera se resguardó de manera anónima a los entrevistado al momento de aplicar los cuestionarios.

Las personas que han sido entrevistados fueron comunicadas acerca del estudio tratado, para dar conformidad a lo mencionado, se ha procedido a la firma del formato de consentimiento informado (anexo 7).

Se revalida que los resultados de esta investigación, fueron obtenidos con la información realizada en campo durante el desarrollo del proyecto.

IV. RESULTADOS

En referencia a los resultados, se aplicó la **prueba de normalidad**, la cual de acuerdo con Bernal (2010) ayuda a conocer la frecuencia de distribución de datos. La tabla 03 da los resultados de dicha prueba que se realizada mediante la prueba Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 3
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

		(D1) Dimensión 1: Análisis de procesos	(D2) Dimensión 2: Etapas del proceso	(D3) Dimensión 3: Propiedades del proceso	(D4) Dimensión 4: Diseño de prototipo	(D5) Dimensión 1: Atributos del producto	(D6) Dimensión 2: Imagen	(D7) Dimensión 3: Relaciones públicas	(D8) Dimensión 4: Precio del producto	(VI) Variable Independiente: Rediseño de procesos de producción	(VD) Variable Dependiente: Calidad
N		91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Parámetros normales	Media	4.20	4.09	4.33	4.23	4.14	4.37	4.20	4.29	4.10	4.19
	Desv. Desviación	0.401	0.438	0.559	0.424	0.461	0.486	0.401	0.454	0.300	0.392
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0.491	0.437	0.349	0.476	0.435	0.405	0.491	0.450	0.530	0.496
	Positivo	0.491	0.437	0.349	0.476	0.435	0.405	0.491	0.450	0.530	0.496
	Negativo	-0.311	-0.366	-0.258	-0.293	-0.334	-0.275	-0.311	-0.265	-0.371	-0.317
Estadístico de prueba		0.491	0.437	0.349	0.476	0.435	0.405	0.491	0.450	0.530	0.496
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Fuente: SPSS versión 25.

En la tabla 03, en base a la prueba KS cuando la sig. asintótica es menor a 0,05 no son normales, por lo que el resultado correspondiente a la variable independiente “Rediseño de procesos de producción” fue 0,000 y el coeficiente de KS para la variable dependiente “Calidad” fue 0,000, del mismo modo el valor de KS para las dimensiones planteadas fue de 0,00. Se concluye que tanto las variables como las dimensiones presentan frecuencias no normales.

Se realizó a detalle los **estadísticos descriptivos** generales, en el cual se da a conocer el rango estadístico, promedios de las respuestas como también la varianza y desviación estándar de cada pregunta, esto se detalla en la tabla 4.

Tabla 4
Estadísticos descriptivos generales

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media		Dev. Desviación	Varianza
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Dev. Error	Estadístico	Estadístico
1.Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	91	1	4	5	4.14	0.037	0.352	0.124
2.En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción.	91	1	4	5	4.20	0.042	0.401	0.160
3.La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	91	1	4	5	4.24	0.045	0.431	0.185
4.En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	91	1	4	5	4.29	0.048	0.454	0.206
5.En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de motocarga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	91	1	4	5	4.27	0.047	0.449	0.201
6.En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de motocargas.	91	3	2	5	3.52	0.090	0.861	0.741
7.La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	91	2	3	5	4.23	0.065	0.616	0.379
8.Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	91	2	3	5	4.19	0.054	0.515	0.265

9.La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	91	2	3	5	4.22	0.056	0.533	0.284
10.La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	91	4	1	5	3.77	0.118	1.126	1.268
11.La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	91	1	4	5	4.32	0.049	0.469	0.220
12.La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	91	1	4	5	4.23	0.044	0.424	0.179
13.El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	91	2	3	5	4.13	0.047	0.452	0.205
14.Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	91	2	3	5	4.19	0.052	0.492	0.242
15.El precio del vehículo de motocarga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	91	2	3	5	4.23	0.054	0.518	0.268
16.La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de motocargueros	91	2	3	5	4.19	0.052	0.492	0.242
17.Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	91	2	3	5	4.20	0.063	0.600	0.360
18.El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	91	2	3	5	4.05	0.061	0.584	0.341
19.Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	91	2	3	5	4.37	0.069	0.661	0.437
20.La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	91	2	3	5	4.23	0.054	0.518	0.268
21.La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	91	2	3	5	4.31	0.060	0.571	0.326
22.Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	91	2	3	5	4.05	0.065	0.621	0.386


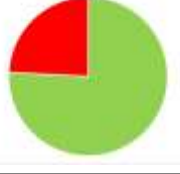
23.Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	91	1	4	5	4.30	0.048	0.459	0.211
24.Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	91	1	4	5	4.24	0.045	0.431	0.185
25.Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos	91	1	4	5	4.21	0.043	0.409	0.167
26.Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	91	1	4	5	4.24	0.045	0.431	0.185
27.Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	91	1	4	5	4.19	0.041	0.392	0.154
28.La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias	91	1	4	5	4.29	0.048	0.454	0.206
29.El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias	91	1	4	5	4.30	0.048	0.459	0.211
(D1) Dimensión 1: Análisis de procesos	91	1	4	5	4.20	0.042	0.401	0.160
(D2) Dimensión 2: Etapas del proceso	91	2	3	5	4.09	0.046	0.438	0.192
(D3) Dimensión 3: Propiedades del proceso	91	2	3	5	4.33	0.059	0.559	0.312
(D4) Dimensión 4: Diseño de prototipo	91	1	4	5	4.23	0.044	0.424	0.179
(D5) Dimensión 1: Atributos del producto	91	2	3	5	4.14	0.048	0.461	0.213
(D6) Dimensión 2: Imagen	91	1	4	5	4.37	0.051	0.486	0.237
(D7) Dimensión 3: Relaciones públicas	91	1	4	5	4.20	0.042	0.401	0.160
(D8) Dimensión 4: Precio del producto	91	1	4	5	4.29	0.048	0.454	0.206
(VI) Variable Independiente: Rediseño de procesos de producción	91	1	4	5	4.10	0.031	0.300	0.090
(VD) Variable Dependiente: Calidad	91	1	4	5	4.19	0.041	0.392	0.154



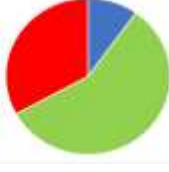
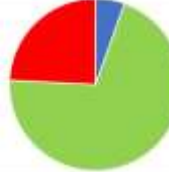
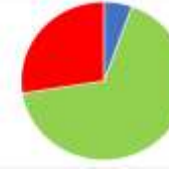
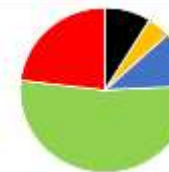


Fuente: SPSS versión 25


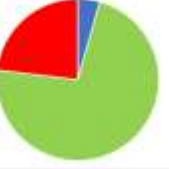
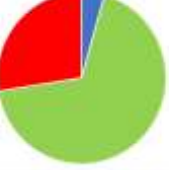
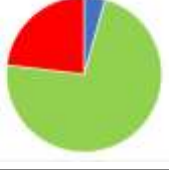

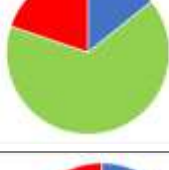
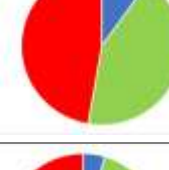
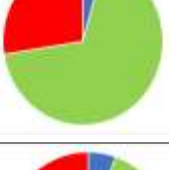

De acuerdo con la tabla 4, el promedio de respuestas para la variable independiente “Rediseño de procesos de producción” fue 4,10 y el promedio para la variable dependiente “Calidad” también resultó 4,19 por lo tanto la muestra respondió de una mejor manera ante la variable dependiente que la independiente. Así mismo los valores para las dimensiones superan el 4.00.

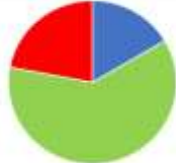

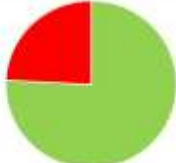
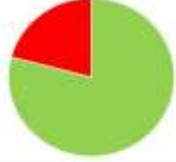




Los **resultados descriptivos ítem por ítem**, se aprecian en la Tabla 5, donde se puede percibir muy detalladamente la opción más respondida para cada pregunta planteada en el cuestionario. Es importante señalar las características que se encuentran en la gráfica, el color negro representa “totalmente en desacuerdo”, el color amarillo representa “En desacuerdo”, el color azul representa “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, el color verde representa “de acuerdo” y el color rojo representa “totalmente de acuerdo”. Esta información se encuentra detallado en el anexo 17.

Tabla 5
Resultados descriptivos ítem por ítem.

<p>Pregunta 1. El 86% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos”</p>		
<p>Pregunta 2. El 80% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción”</p>		
<p>Pregunta 3. El 76% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado”</p>		
<p>Pregunta 4. El 71% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda”</p>		

<p>Pregunta 5. El 73% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente”</p>	
<p>Pregunta 6. El 43% de encuestados se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado. “En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas”</p>	
<p>Pregunta 7. El 57% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras”</p>	
<p>Pregunta 8. El 70% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa”</p>	
<p>Pregunta 9. El 67% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes”</p>	
<p>Pregunta 10. El 53% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido”</p>	
<p>Pregunta 11. El 68% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción”</p>	
<p>Pregunta 12. El 77% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos”</p>	

<p>Pregunta 13. El 78% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado. “El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa”</p>	
<p>Pregunta 14. El 73% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes”</p>	
<p>Pregunta 15. El 68% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes”</p>	
<p>Pregunta 16. El 73% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros”</p>	
<p>Pregunta 17. El 60% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto”</p>	
<p>Pregunta 18. El 66% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda”</p>	
<p>Pregunta 19. El 47% de encuestados se muestra totalmente de acuerdo con el enunciado “Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes”</p>	
<p>Pregunta 20. El 68% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad”</p>	
<p>Pregunta 21. El 58% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala”</p>	

<p>Pregunta 22. El 62% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos”</p>	
<p>Pregunta 23. El 70% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes”</p>	
<p>Pregunta 24. El 76% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra”</p>	
<p>Pregunta 25. El 79% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos”</p>	
<p>Pregunta 26. El 76% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores”</p>	
<p>Pregunta 27. El 81% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende”</p>	
<p>Pregunta 28. El 71% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias”</p>	
<p>Pregunta 29. El 70% de encuestados se muestra de acuerdo con el enunciado “El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias”</p>	

Fuente: Realizada por la autora

Prueba de Hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide en la calidad de productos en una empresa privada.

Tabla 6
Prueba de Hipótesis general: Chi cuadrado de Pearson

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,476	1	0.000
Razón de verosimilitud	35.216	1	0.000
Asociación lineal por lineal	42.999	1	0.000
N de casos válidos	91		

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 6, existe asociación estadística significativa entre la variable independiente “rediseño de procesos de producción” y la variable dependiente “calidad”, ya que la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0,000 (<0,05). El valor de Chi cuadrado de Pearson fue de 43,47. Cuando existe asociación entre variables, es apropiado asentir que estadísticamente el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de productos de una empresa.

Por lo tanto, se da validez a la hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide en la calidad de productos en una empresa privada de Lima.

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019

Tabla 7

Prueba de Hipótesis específica 1: Chi cuadrado de Pearson

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,476	2	0.000
Razón de verosimilitud	35.216	2	0.000
Asociación lineal por lineal	34.499	1	0.000
N de casos válidos	91		

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 7, existe asociación estadística significativa entre la variable independiente “rediseño de procesos de producción” y la dimensión “atributos del producto”, ya que la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0,000 (<0,05). El valor de Chi cuadrado de Pearson fue de 43,47. Entonces es apropiado asentir que estadísticamente el rediseño de procesos de producción incide en los atributos del producto de una empresa.

Por lo tanto, se da validez a la hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019

Tabla 8
Prueba de Hipótesis específica 2: Chi cuadrado de Pearson

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,744	1	0.000
Razón de verosimilitud	19.426	1	0.000
Asociación lineal por lineal	16.560	1	0.000
N de casos válidos	91		

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 8, existe asociación estadística significativa entre la variable independiente “rediseño de procesos de producción” y la dimensión “imagen”, ya que la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0,000 (<0,05). El valor de Chi cuadrado de Pearson fue de 16,74. Entonces es apropiado asentir que estadísticamente el rediseño de procesos de producción incide en la imagen de una empresa.

Por lo tanto, se da validez a la hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en las relaciones públicas de una empresa privada de Lima, 2019

Tabla 9

Prueba de Hipótesis específica 3: Chi cuadrado de Pearson

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,506	1	0.000
Razón de verosimilitud	33.771	1	0.000
Asociación lineal por lineal	40.061	1	0.000
N de casos válidos	91		

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 9, existe asociación estadística significativa entre la variable independiente “rediseño de procesos de producción” y la dimensión “relaciones públicas”, ya que la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0,000 (<0,05). El valor de Chi cuadrado de Pearson fue de 40,50. Entonces es apropiado asentir que estadísticamente el rediseño de procesos de producción incide en las relaciones públicas de una empresa.

Por lo tanto, se da validez a la hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en las relaciones públicas de una empresa privada de Lima, 2019

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019

Tabla 10

Prueba de Hipótesis específica 4: Chi cuadrado de Pearson

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,970	1	0.000
Razón de verosimilitud	25.183	1	0.000
Asociación lineal por lineal	24.695	1	0.000
N de casos válidos	91		

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 10, existe asociación estadística significativa entre la variable independiente “rediseño de procesos de producción” y la dimensión “precio”, ya que la significación asintótica bilateral dio un resultado de 0,000 (<0,05). El valor de Chi cuadrado de Pearson fue de 24,97. Entonces es apropiado asentir que estadísticamente el rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa.

Por lo tanto, se da validez a la hipótesis.

El rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019

Se detalla el desarrollo gráfico de hipótesis.

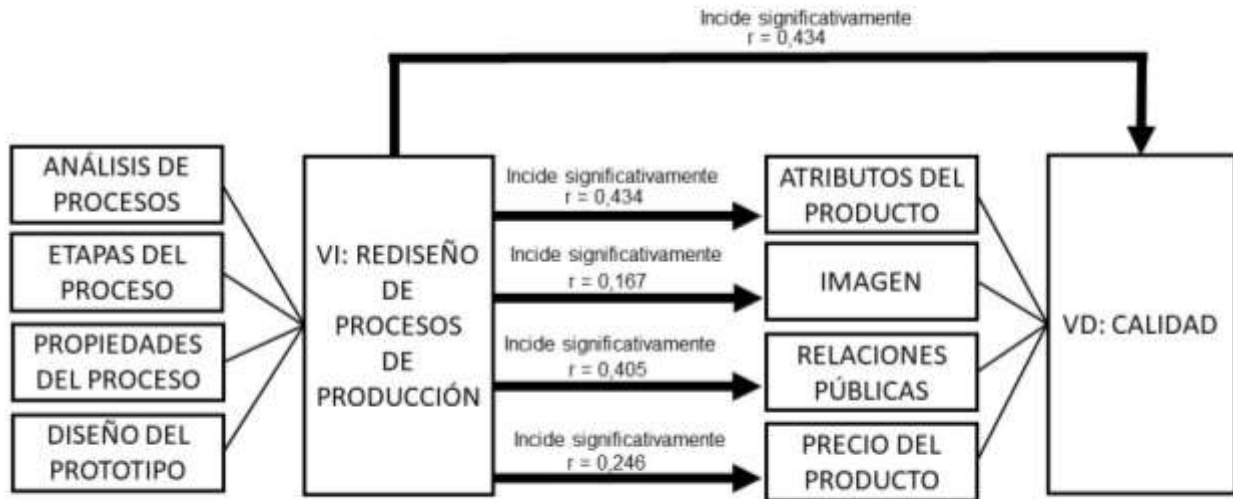


Figura 6. Desarrollo de hipótesis

Fuente: autora

El siguiente gráfico demuestra las variables correspondientes a la investigación realizada, como sus dimensiones, tal como sus hipótesis planteadas y los resultados obtenidos sobre ellos, de esta manera para observar los resultados del índice de significancia de manera general, claros y detallados.

V. DISCUSIÓN

En cuanto al trabajo presentado por Aramburú y Espinoza (2015), se encontró al objetivo planteado por los investigadores que fue similar al de esta investigación, ya que ambas buscaron determinar en qué medida el rediseño de procesos de producción incidía en la calidad de un producto o servicio de una empresa, pero en un diferente lugar, los investigadores citados realizaron su estudio en torno a los clientes de la MYPE BG Electricistas Industriales de Trujillo, y esta investigación utilizó como contexto a una empresa importadora privada de Lima. La muestra seleccionada por Aramburú y Espinoza ascendió a 169 clientes, mientras que este estudio utilizó una muestra de 91 trabajadores de acuerdo a planilla de recursos humanos de la empresa estudiada. En cuanto a los resultados Aramburú y Espinoza (2015) emplearon la prueba de U de Man-Whitney, obteniendo como resultado de significación bilateral de 0,000; esta investigación utilizó la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson obteniendo un coeficiente de 0,000, donde se determina que la presente investigación ha obtenido resultados más determinantes por lo que la prueba estadística tomada en esta investigación suele ser más exacta a los que han predeterminado Aramburú y Espinoza (2015). Probablemente el contexto donde se realizó el estudio (empresa privada importadora de Lima) tienda a presentar índices más significativos y determinantes de los del contexto seleccionado y evaluado por los autores Aramburú y Espinoza (2015), cual podría ser validado mediante una investigación a futuro.

Y en cuanto al estudio realizado por Rosas (2018), se identificó que el objetivo fue relativamente similar a esta investigación ya que Rosas (2018) planteó como objetivo determinar la relación que ejerce el rediseño de proceso basado en el modelo canvas en la calidad del servicio de una empresa. Y en esta investigación el objetivo fue identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa. La investigación de Rosas (2018) se determinó de nivel explicativa y descriptiva tal y como esta investigación. La muestra seleccionada por Rosas (2018) estuvo compuesta por 78 clientes, mientras que la presente investigación tuvo como muestra a 91 trabajadores. En

cuanto a los resultados Rosas (2018), utilizó la prueba estadística de T de Student obteniendo como valor de 1,66 y una significancia bilateral de 0,000 y esta investigación tuvo la sig. Bilateral de la prueba estadística de chi cuadrado de Pearson de 0,000, donde se determina que la presente investigación ha obtenido resultados más determinantes por lo que la prueba estadística tomada en esta investigación suele ser más exacta a los que han predeterminado Rosas (2018). Probablemente el contexto donde se realizó el estudio (empresa priva importadora de Lima) tienda a presentar índices más significativos y determinantes de los del contexto (empresa de inversiones centro oriente S.C.R.L, en Huánuco) seleccionado y evaluado por Rosas (2018) cual podría ser validado mediante una investigación a futuro.

En el estudio realizado por Alarcón (2017) de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, donde trabajó las variables, modelo de la mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicio de ServiFreno de la ciudad de Quito en Ecuador. El diseño de la investigación fue al igual que esta, de nivel explicativa y descriptiva. Se encontró como objetivo determinar el impacto de un modelo de mejora de procesos, en la calidad de servicios que los clientes percibían de la empresa estudiada en la ciudad de Quito. En esta investigación tuvo como objetivo similar al de Alarcón (2017) cual fue determinar en qué medida el rediseño de procesos incide en la calidad de productos de una empresa privada de Lima. Los investigadores citados realizaron su estudio en otro país (Ecuador) ya que la presente investigación se da en Perú. La muestra seleccionada por Alarcón (2017) fue de 263 clientes, mientras que este estudio utilizó una muestra de 91 trabajadores de la planilla de recursos humanos de la empresa estudiada dando resultados más precisos. En cuanto a los resultados Alarcón (2017), empleó la prueba estadística de T. de Student con un resultado de 14.85 dando un índice de 0,001 de significancia bilateral. Y esta investigación tuvo como sig. Bilateral de 0,000, dando por conclusión que esta investigación ha obtenido resultados determinantes por lo que son menores a los resultados obtenidos por Alarcón (2017). Probablemente el contexto donde se realizó la investigación halla presentados índices más significativos y determinantes ya que

la investigación de Alarcón (2017), se desarrolló en otro país y los clientes tengan otra perspectiva u otra cultura.

El trabajo presentado por Suasnábar (2015), tuvo como objetivo determinar la influencia del rediseño de procesos en el desempeño del sistema productivo de una empresa. En cuanto al contexto estudiado por Suasnábar (2015), su estudio fue desarrollado en la empresa AJEPER SA de la ciudad de Huancayo, por otro lado, esta investigación fue desarrollado en la empresa privada importadora ubicada en Ate en la ciudad de Lima. Suasnábar (2015), utilizó la prueba estadística de correlación de Pearson donde obtuvo un índice moderado de 0,54.>1.96 y una significación bilateral de 0,000, concluyéndose que existe una relación directa y significativa entre el rediseño de procesos y el desempeño del sistema productivo de la empresa. Se puede concluir que la variable rediseño de procesos y desempeño estudiadas por Suasnábar (2015), tienen un moderado porcentaje de correlación en el entorno estudiado, lo cual es complementado por este estudio, al agregar evidencia estadística donde se percibe que la variable rediseño de procesos también guarda una correlación significativa mediante la prueba de dos mitades de Guttman obteniendo un índice alto de 0,96 pero en este caso en diferente contexto que fue en la ciudad de Lima.

En cuanto al trabajo elaborado por Radhwan et al., (2019), estudiaron al rediseño de procesos de producción para generar eficiencia en una empresa, donde tuvieron como objetivo mejorar el diseño actual de los procesos de producción para generar eficiencia y productividad, a diferencia de esta investigación que se estudió a las variables rediseño de procesos de producción y la incidencia de calidad en sus productos, teniendo como objetivo similar, que fue, identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incidía en la calidad de productos de una empresa, en este caso una empresa importadora, cual la investigación presentado por Radhwan et al., fue en una empresa pastelera. En la investigación se utilizó una planificación sistemática de diseños y teorías basada en gráficos donde calcularon la tasa de eficiencia (ER) del proceso seleccionado para rediseñar. En cuantos a los resultados de esta investigación la ER mejoró de 74.49% a 93.40%, dando como resultado también la reducción del tiempo de procesamiento en un 10%. De acuerdo

a estos resultados se llegó a la conclusión que mediante el rediseño de procesos de producción se mostró verdaderamente la mejora de la eficiencia y productividad de la empresa pastelera. Este proyecto permitió complementar los hallazgos presentado por los autores Radhwan et al., (2019), al mismo tiempo significa un avance en la línea de la investigación, ya que los autores presentaron trabajo de nivel correlacional, y este estudio profundizó en el campo de la investigación realizando un trabajo de nivel descriptivo y explicativo.

En base al artículo realizado por Cuba Moreno-García y Santiago Parra-Bofill (2017), donde estudiaron a la variable rediseño de procesos de producción para la mejora continua de una empresa. El proyecto tenía como objetivo reducir costos en la producción y a la vez obtener productos de calidad. Siendo similar al objetivo general de esta investigación el cual fue, identificar en qué medida el rediseño del proceso de producción incidía en la calidad de productos de una empresa. A través de un diseño experimental los autores implementaron la sistematización del software pesajeVoz a lo largo de los años 2016 y 2010 generando un ahorro extraordinario de \$ 2 083 707,82 en dicho periodo. Entre las conclusiones de la investigación presentada por los autores se halló que el rediseñar los procesos de producción se eleva la productividad de la empresa como también reducen los costos, generando expectativas significativas para los clientes, llegando a la misma conclusión que esta investigación.

Una tesis elaborada por Acosta (2017), titulada “Una metodología de rediseño de procesos de producción basada en la teoría de la estructuración de las organizaciones” tuvo como objetivo establecer las relaciones que existía entre las prácticas del rediseño de procesos de producción y la teoría de la estructuración de las organizaciones. La investigación tuvo como conclusión que estas ramas se complementan entre sí para combatir el mismo problema, pero con un enfoque distinto. Esta investigación trabajo de igual manera con 4 diseños perteneciente a la primera variable estas fueron “comprensión del proceso”, “comprensión de los datos”, “rediseño del proceso” y “evaluación e implementación”, y estas dimensiones son similares a la de esta investigación.

De acuerdo al estudio realizado por Moreno (2016), en Ecuador estudiando al rediseño de los procesos de producción en la microempresa de muebles con un enfoque de productividad y crecimiento. Determinándose como una investigación explicativa al igual que esta investigación. El objetivo general del estudio fue rediseñar los procesos de producción en la empresa para generar un crecimiento en los ingresos a pesar de la inversión que se realizaría al rediseñar. Entre las conclusiones se halló que se generó una utilidad de \$2.25, por cada dólar que costará implementar el rediseño. Contemplando que mejoró la productividad de la empresa generando mayores utilidades. Determinándose así que el rediseñar los procesos de producción inciden significativamente de manera positiva dentro de una empresa, al igual que esta investigación.

De acuerdo a la teoría trabajada en esta investigación, la variable independiente "Rediseño de procesos de producción" fue determinada en cuatro dimensiones por Serrano y Ortiz (2012), "Análisis de procesos", "Etapas del proceso". "Propiedades de los procesos", y "Diseño del prototipo". Los resultados obtenidos en esta investigación guardan relación con la teoría, es decir los promedios de respuesta de los encuestados, en este caso trabajadores de una empresa privada de Lima, fueron altos. (Dimensión 1=4,20; Dimensión 2=4,09 Dimensión 3=4,33 y Dimensión 4=4,23, en la escala de Likert donde 1 fue totalmente en desacuerdo y 5 fue totalmente de acuerdo. De esta manera, el presente estudio confirma la posición de los autores teóricos con relación a las dimensiones que integran la variable independiente rediseño de procesos de producción.

De acuerdo a la teoría trabajada en esta investigación, la variable dependiente "Calidad" fue determinada en cuatro dimensiones por Gutiérrez (2010), "Atributos del producto", "Imagen". "Relaciones públicas", y "Precio del producto". Los resultados obtenidos en esta investigación guardan relación con la teoría, es decir los promedios de respuesta de los encuestados, en este caso trabajadores de una empresa privada de Lima, fueron altos. (Dimensión 1=4,14; Dimensión 2=4,37; Dimensión 3=4,20 y Dimensión 4=4,29, en la escala de Likert donde 1 fue totalmente en desacuerdo y 5 fue totalmente de acuerdo. De esta manera, el

presente estudio confirma la posición del autor teórico con relación a las dimensiones que integran la variable dependiente calidad.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con Lam (2016), las conclusiones podrían ser generalizaciones originarias de los resultados, ya que establecen o forman los aportes e innovaciones de un estudio desarrollado. Estas también se pueden comprender como el producto dentro del resultado y discusión de la investigación. Se detallan las conclusiones de este estudio líneas debajo.

1. El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la calidad de productos en una empresa privada de Lima, 2019; en donde fue validada mediante la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson (significación asintótica bilateral = 0,000)

2. El rediseño de procesos de producción incide significativamente en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019; en donde fue validada mediante la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson (significación asintótica bilateral = 0,000)

3. El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019; en donde fue validada mediante la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson (significación asintótica bilateral = 0,000)

4. El rediseño de procesos de producción incide significativamente en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019; en donde fue validada mediante la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson (significación asintótica bilateral = 0,000)

5. El rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019; en donde fue validada mediante la prueba estadística de Chi cuadrado de Pearson (significación asintótica bilateral = 0,000)

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa estudiada en esta investigación a rediseñar sus procesos de producción una vez identificado y analizado cada una de sus actividades, esto debido a que en la presente investigación se ha logrado determinar que existe una relación alta entre el rediseño de procesos de producción y calidad, por cuanto al rediseñar los procesos de esta empresa estaría mejorando significativamente obteniendo así productos de calidad para los clientes, al mismo tiempo manteniendo clientes satisfechos y sobre todo un trabajo óptimo para los colaboradores de la empresa.

A empresas similares, se recomienda identificar y analizar cada actividad dentro del proceso de producción, para así identificar posibles fallas o problemas para dar solución caso contrario rediseñar los procesos ya que actualmente las empresas están expuestas a la tecnología. Se recomienda esto ya que los resultados obtenidos en esta investigación mediante la prueba de Chi cuadrado de Pearson, donde esta es una prueba estadística cuyos resultados pueden ser aplicados en otros contextos, es decir en cuanto en empresas que se presenten problemáticas superiores, pueden ser solucionados con esta propuesta.

A los investigadores del campo de gestión de organizaciones como a estudiantes de pregrado y posgrado se da a disposición la información de esta investigación en su totalidad como su recopilación de teorías, conceptos y modelos metodológicos empleados, con la finalidad de ser usadas para futuros estudios de investigación. Se recomienda también el estudio de las variables aplicadas en esta investigación a fin de generar discusión y nuevos hallazgos.

REFERENCIAS

- Acosta, V. (2017). *Una metodología de rediseño de procesos de negocios basada en la teoría de la estructuración de las organizaciones*. (Tesis de maestría). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/147564/Acosta%20Carpio%20Vanessa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alarcón, J. (2017). Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito-Ecuador (Tesis de posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Aramburú, S. y Espinoza, M. (2015). La reingeniería de procesos y su efecto en la calidad de servicio de la MYPE "BG Electricistas industriales E.I.R.L". (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú.
- Avila, J. (2017). *Rediseño de procesos en el área de producción en una empresa de calzado y su efecto en la productividad – Trujillo 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada del norte, Trujillo, Perú. Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12535/Avila%20Ponce%20Jhon%20Anthony.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrios, R. (01 de enero del 2019). Inacal: El 44.6% de las mipes con una norma técnica peruana mejoraron su productividad. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/inacal-44-6-mypes-norma-tecnica-peruana-mejoraron-productividad-254382-noticia/>
- Bernabel, A. (2016). Identity and Image deterioration of the mark, case: sports shoes kelme, 2015. *Comunicación*. 7(1), 16-26. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682016000100002
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F. y Sangerman, D. (2017). Quantitative methods, qualitative methods or combination of research: an

- approach in the social sciences. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 7(8), 1603-1617. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>
- Carballo, M. y Guelmes, E. (2016). Some considerations about the variables in educational researches. *Universidad y Sociedad*, 1(8), 140-150. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n1/rus20116.pdf>
- Chávez, E., Rodríguez, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje. *Ensayos pedagógicos*, 1(13), 71-106. DOI: <http://dx.doi.org/10.15359/rep.13-1.4>
- EAE Business School. (25 de octubre del 2017). Proceso de producción: en qué consiste y cómo se desarrolla. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- Deming, E. (1986). *Out of the crisis, Quality, Productivity and competitive position*. (2^{da} ed.). Madrid, España:
- Domínguez, J. (2015) Manual de metodología de la investigación científica. (3 ra ed.) Chimbote, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Dopacio, C., Masa, C., Lázaro, I. y Martín, S. (2018). Práctica de organización, producción y operaciones. Madrid, España:
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación. Tlalnepantla, México: Red tercer Milenio.
- Gutiérrez, H. (2010). Calidad Total y Productividad. (3 ra ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6 ta ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- Kolmogorov A (1933). Sulla determinazione empirica di una legge di distribuzione. *G. Ist. Ital. Attuari*, 4(1), 83–91.
- Lam, R. (2016). La redacción de un artículo científico. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 1 (32), 57-69. Recuperado de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892016000100006

Lizarzaburu, E. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad y Empresa*, 30(18), 33-54. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

Maldonado, M. (03 de octubre del 2018). Reingeniería. Mejorar en lo que se necesita. *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/cartera/emprendedor/reingenieria-mejorar-en-lo-que-se-necesita>

Mallar, M. (2010). La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *Visión de futuro*, 1(13), 1-23. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>

Martínez, J., Fontalvo, W. y Cantillo, E. (2018) Use of the attributes of a product for the seduction of a customer during the process of purchase. *Dictamen Libre*. 23 (1), 139-165. DOI: <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.23.5154>

Mayo, J., Loredó, N. y Reyes, S. (2015). Concept of Quality. Reflections for its Definition. *Retos de la Dirección*. 2(9). 49-67. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552015000200004

Mones, J. (2000). Análisis de Procesos. *IAE Universidad Austral*, 1(1), 1-10. Recuperado de https://torouno.files.wordpress.com/2008/09/nt_analisis_de_procesos.pdf

Moreno, D. (2016). *Rediseño de procesos de producción en la microempresa de muebles tu armario BBB con un enfoque de productividad y crecimiento*. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11650/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Moreno-García, R., Parra-Bofill, S. (2017). Methodology for the reengineering of processes. Validation in the company Cereals Santiago. *Ingeniería Industrial*, 2(38), 130-142. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000200002
- Pearson, K. (1900). X. On the criterion that a given system of deviations from the probable in the case of a correlated system of variables is such that it can be reasonably supposed to have arisen from random sampling. *Journal The London, Edinburgh, and Dublin Philosophical Magazine and Journal of Science*, 50(1), 157-175. DOI: <https://doi.org/10.1080/14786440009463897>
- Pérez-García, A. (2017). Modelos de relaciones públicas aplicados por agencias de empleo y desarrollo local en el ámbito turístico. *Opción*, 83(33), 403-425. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31053772014.pdf>.
- Pérez, A y Rodríguez del Bosque, I. (2014). Business identity, image and reputación: The integration of theoretical perspectives for a successful management. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), 97-126. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274330593005.pdf>
- Pérez, G., Gisbert, V. y Pérez, E. (2017). Bussiness Reingenering Process. *3C empresa*, 1(1), 81-91. DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.81-91>
- Radhwan, H., Shayfull, Z., Farizuan, M., Effendi, M. y Irfan, A. (2019). Redesign of bahulu production layout to improve the efficiency of process Flow. *Scopus*, 1(2129), 020153-1–020153-6. DOI: <https://doi.org/10.1063/1.5118161>
- Rafoso, S. y Artiles, S. (2011). Reingeniería de procesos: conceptos, enfoques y nuevas aplicaciones. *Ciencias de la información*, 3(42), 29-37. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422295004>
- Romero, C., Zúñiga, G. y Suárez, A. (2016). Técnicas de marketing en las empresas de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha, Guajira,

- Colombia. *Omnia*. 3(22), 87-99. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73752819007.pdf>
- Rosas, J. (2018). Rediseño de procesos basado en el modelo canvas para mejorar la calidad del servicio de la empresa inversiones centro oriente S.C.R.L, Huánuco, 2018. (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
- Sánchez, A. (16 de julio del 2015). Relaciones públicas: camino hacia el consenso. Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/impresas/relaciones-publicas-camino-consenso-94989-noticia/>
- Sánchez, P., Ceballos, F. y Sánchez, G. (2015). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: *Modelación y simulación*. *Ciencia e Ingeniería Neograndina*. 2(25), 137-150. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/911/91142868008.pdf>
- Serrano, L. y Ortiz, R. (2012). Una revisión de los modelos de mejoramiento de procesos con enfoque en el rediseño. *Estudios gerenciales*. 25(125), 13-22. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21226279002>
- Suasnábar, J. (2015). Rediseño de procesos y desempeño del Sistema productivo de la empresa AJEPER S.A planta Huancayo mediante simulación DEVS. (Tesis de maestría. Universidad Nacional del centro del Perú. Huancayo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1479/InformeFinalPDF3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Smirnov, N. (1948). Table for Estimating the Goodness of Fit of Empirical Distributions. *The Annals of Mathematical Statistics*, 19(2), 279–281. <http://doi:10.1214/aoms/1177730256>
- Sperandio, G., Busata, E., Larentis, F. y De Toni, D. (2016). Pricing Strategies and enterprises performance abstract. *Revista Eletrônica de Administração*, 2(22), 419-452. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112016000200419&lng=pt&tlng=pt

Vargas, Z. (2009). Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Educación*. 1(33), 155-165. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Ventura-León, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista cubana de salud pública*, 4(43), 648-649. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/214/21453378014.pdf>

Zita, M., Fuigueroa, E. y Narváez, L. (2017). Relevant Features Impact of an urban dry toilet in the consumer acceptance. *Revista Internacional de contaminación*, 4(33), 671-679. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-49992017000400671&lng=es&nrm=iso&tlng=es

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES		DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE	REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN	El rediseño de procesos de producción es el puente para propagar y explotar las fortalezas de una organización y excluir o superar las debilidades, aprovechándose de las oportunidades externas como protegiéndose y defendiéndose de los factores que amenazan a la organización (Rafoso y Artiles, 2011).	Autores como Davenport, Galloway, Harrington definen el rediseño de procesos de producción como un análisis sistematizado del conjunto de tareas interrelacionadas en sus flujos, identificando los tipos y propiedades del proceso de producción para diseñar e implementar el prototipo, esto con el fin de cambiarlos para hacerlos más efectivos, eficientes y adaptables para lograr aumentar la capacidad de cumplir los requisitos de los clientes. (Serrano, Lupita, Ortiz y Néstor, 2012)	Análisis de procesos	Flujograma de procesos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
					Análisis de actividades	
					Benchmarking	
				Etapas del proceso	Proceso de acopio	
					Proceso de producción	
					Proceso de procesamiento	
				Propiedades de los procesos	Capacidad	
					Productividad	
					Eficacia	
				Diseño de prototipo	Flexibilidad	
					Costes de fabricación	
					Calidad de producto	
VARIABLE DEPENDIENTE	CALIDAD	Es el conjunto de características que tiene un producto o servicio en base a un proceso productivo, una de las características es la capacidad que el producto tiene para cubrir las necesidades del cliente como es la satisfacción, como también la capacidad de cumplir sus niveles de requerimientos de acuerdo al producto deseado (Lizarzaburu, 2015).	La calidad la define el cliente ya que es el juicio que éste tiene sobre un producto o servicio, entonces la calidad es la satisfacción del cliente la cual está ligada a expectativas que éste tiene sobre el producto o servicio, tales expectativas o elementos vienen a ser los atributos del producto más la imagen más las relaciones , estas tres se dividen con un último elemento que viene a ser el precio dando como resultado la creación de valor para el cliente, una forma de ver la calidad y entenderla en su totalidad. (Gutiérrez, 2010)	Atributos del Producto	Coste de mano de obra	
					Color	
					Precio	
					Marca	
				Imagen	Manual de funcionamiento	
					Garantía	
					Reputación	
					Prestigio	
				Relaciones públicas	Percepción del cliente	
					Experiencias	
					Calidad en el servicio	
				Precio del producto	Cientes	
Cadena de distribución						
Proveedores						
Promociones						
	Ofertas					
	Precio final					

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos (cuestionario)

Estimado señor/señora:

Se le solicita que responda todos los siguientes enunciados con veracidad.

INSTRUCCIONES

A continuación, se presenta una serie de enunciados a los cuales deberá usted responder marcando un (X) de acuerdo a lo que considere conveniente.

1= Totalmente en desacuerdo.

2= En desacuerdo.

3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

4= De acuerdo

5= Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5
(VI) Variable Independiente: Rediseño de procesos de producción					
(D1) Dimensión 1: Análisis de procesos					
1.- Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos					
2.- En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todos sus procesos de producción.					
3.- La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.					
(D2) Dimensión 2: Etapas del proceso					
4.- En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a la demanda estimada.					
5.- En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.					
6.- En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.					
(D3) Dimensión 3: Propiedades del proceso					

7.- La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.					
8.- Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.					
9.- La organización debe cumplir con la eficiencia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.					
10.- La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.					
(D4) Dimensión 4: Diseño de prototipo					
11.- La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción					
12.- La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos					
13.- El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.					
(VD) Variable Dependiente: Calidad					
(D1) Dimensión 1: Atributos del producto					
14.- Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.					
15.- El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.					
16.- La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros					
17.- Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.					
18.- El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.					
(D2) Dimensión 2: Imagen					
19.- Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.					
20.- La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.					
21.- La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.					

22.- Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.					
(D3) Dimensión 3: Relaciones públicas					
23.- Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.					
24.- Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.					
25.- Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos					
26.- Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.					
(D4) Dimensión 4: Precio del producto					
27.- Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.					
28.- La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias					
29.- El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias					

Anexo 3. Matriz de consistencia

TÍTULO	"Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019"			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
¿En qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019?	Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.	El rediseño de procesos de producción incide en la calidad de productos en una empresa privada de Lima, 2019 .	<p>Variable Independiente</p> <p>Rediseño de procesos de producción</p> <p>Dimensiones:</p> <p>a) Análisis de procesos b) Etapas del proceso c) Propiedades de los procesos d) Diseño del prototipo</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Calidad</p> <p>Dimensiones:</p> <p>a) Atributos del producto b) Imagen c) Relaciones Públicas d) Precio del producto</p>	<p>Tipo de estudio</p> <p>Descriptivo - Correlacional Básica y de enfoque cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>Área de estudio: Una empresa privada de la ciudad de Lima, 2019.</p> <p>Población y muestra</p> <p>Trabajadores (120) personas.</p> <p>Instrumento: Encuesta</p> <p>Técnica: Cuestionario</p> <p>Valoración estadística</p> <p>Paquete estadístico SSPS 25 (versión en inglés)</p>
PROBLEMAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS		
¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019?	Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019	El rediseño de procesos de producción incide significativamente en los atributos del producto de una empresa privada de Lima, 2019		
¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019?	Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019	El rediseño de procesos de producción incide significativamente en la imagen de una empresa privada de Lima, 2019		
¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en las relaciones públicas de una empresa privada de Lima, 2019?	Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019	El rediseño de procesos de producción incide significativamente en las relaciones de una empresa privada de Lima, 2019		
¿En qué medida el rediseño de proceso de producción incide en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019?	Identificar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019	El rediseño de procesos de producción incide significativamente en el precio del producto de una empresa privada de Lima, 2019		

Anexo 4. Detalle de la empresa anonimizada

La organización trabajada en esta investigación, es una empresa peruana, que nace en la ciudad de Chiclayo – Lambayeque, tiene catorce años de presencia en el mercado, se dedica en la importación, distribución y comercialización de trimotos de carga y recientemente lineales, tiene a su marca patentada en el Perú, África y China; se suma al rubro de motocicletas junto con las marcas Wanxin, Sunshine, Activa y Ronco; esta cuenta con más de quince modelos en stocks de trimotos de carga. Actualmente, la empresa cuenta con una sede principal en Chiclayo, dos sucursales en Lima (Ate y Comas) y treinta distribuidores a nivel nacional.

Identidad de la empresa

Misión Comercializar productos de calidad con buena atención y servicio a sus clientes, trabajando en equipo con el compromiso de los colaboradores, en un agradable ambiente laboral y generando rentabilidad para los accionistas.

Visión Estar en la mente y en el corazón de todo peruano, apoyándolo día a día a mejorar el bienestar de su familia, facilitándole una motocicleta o un trimóvil de carga, que le genere ingresos y ahorro.

Valores:

Honestidad: Transparencia, integridad y responsabilidad les guían en el ejercicio de nuestras actividades profesionales. Entienden que la creación de valor de manera sostenible exige un comportamiento ético, honesto y socialmente responsable. Por eso son serios y rigurosos en sus compromisos y obligaciones tanto en el trabajo diario como en la relación con sus clientes y proveedores.

Esfuerzo: Trabajan desde la filosofía de dedicarle el mayor esfuerzo al desarrollo de nuevos servicios y soluciones constructivas. Para ello, emplean todas sus energías en afrontar las nuevas necesidades del mercado.

Austeridad: En Lima Motor S.R.L. apuestan por utilizar eficientemente los recursos, optimizando todos sus procesos. Están comprometidos con la sobriedad en el modo de gestionar los recursos, prescindiendo de lo superfluo y centrándose en lo verdaderamente importante: la completa satisfacción de sus clientes. El afán de superación constante, la cultura del esfuerzo y la sencillez resumen la manera de actuar en el día a día.

Compromiso: El compromiso real con los clientes es la forma de entender su actividad. No sólo desean que los trabajadores se identifiquen con los objetivos de la organización, sino que también aplican todos los esfuerzos en mostrar su compromiso con los empleados. En Lima Motor S.R.L. consideran primordial el trabajo bien hecho, fijando metas exigentes y consecuentes con nuestros objetivos profesionales.

Anexo 5. Declaratoria de consentimiento informado.

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el proyecto “Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019”

Mi nombre es María del Carmen Mejía Tocto y me encuentro desarrollando una evaluación para conocer de qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa de Lima

Estamos realizando una encuesta que busca conocer los puntos de vista de todos los trabajadores de las empresas privadas de Lima, con respecto al rediseño de procesos de producción, así como sobre aquellas acciones que podrían coadyuvar a incitarlo. Por ello estamos invitando a toda la comunidad administrativa de ciertas empresas privadas de Lima a participar contestando un cuestionario.

Si usted está de acuerdo en participar en este estudio, queremos invitarlo a que conteste este cuestionario que tiene una aplicación de alrededor de 5 minutos. En el mismo vamos a preguntarle algunos datos sociodemográficos, posteriormente preguntaremos asuntos relacionados al rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos.

Su participación en esta encuesta no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede suspender su participación en el momento que usted decida, sin que haya ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar o no en el estudio, así como el hecho de expresar libremente sus opiniones, cualesquiera que estas sean, no tendrá ninguna repercusión negativa para usted o su puesto de trabajo.

La información se reportará de manera general, es decir, se eliminará cualquier dato que le pudiera identificar a usted. Todos los datos serán registrados directamente en una base de datos, y únicamente los investigadores responsables podrán tener acceso a los mismos mediante claves de seguridad.

Si está de acuerdo en participar en el estudio, por favor escriba “Sí estoy de acuerdo en participar” en la parte inferior de la encuesta, además de su firma.

¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 6. Ficha de validación de expertos.



CARTA DE PRESENTACIÓN

MG. JOSÉ LUIS MERINO GARCEZ

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



Procesos = Conjunto de actividades

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	Superecias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción								
DIMENSIÓN 1: ANÁLISIS DE PROCESOS								
			Si	No	Si	No	Si	No
1	Likert 5	Los flujogramas de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos.	✓		✓		✓	✓
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción.	✓		✓		•	Colocar procesos.
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	✓		✓		✓	✓
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO								
			Si	No	Si	No	Si	No
4	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda.	✓		✓		•	la demanda es fínida
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	✓		✓		✓	✓
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	✓		✓		✓	Confiable
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO								
			Si	No	Si	No	Si	No
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	✓		✓		✓	✓
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	✓		✓		•	Cambiar fecha
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	✓		✓		•	Eficiencia
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	✓		✓		✓	✓
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO								
			Si	No	Si	No	Si	No
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción.	✓		✓		✓	✓
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos.	✓		✓		✓	✓
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	✓		✓		✓	✓
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD								
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO								
			Si	No	Si	No	Si	No
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	✓		✓		✓	✓
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	✓		✓		✓	✓
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros.	✓		✓		✓	✓
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	✓		✓		✓	✓
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	✓		✓		✓	✓



DIMENSIÓN 2: IMAGEN			SI	No	SI	No	SI	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	/	/	/	/	/	/
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	/	/	/	/	/	/
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	/	/	/	/	/	/
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	/	/	/	/	/	/
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PÚBLICAS			SI	No	SI	No	SI	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	/	/	/	/	/	/
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	/	/	/	/	/	/
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos.	/	/	/	/	/	/
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	/	/	/	/	/	/
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			SI	No	SI	No	SI	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	/	/	/	/	/	/
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias.	/	/	/	/	/	Descontar / Reducir en Costos.
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias.	/	/	/	/	/	/

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Yolanda García Jansón

DNI: 40130566

Especialidad del validador: Operaciones / Gestión de Organizaciones

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

14 de noviembre del 2019



CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. VICTOR HUGO FERNANDEZ BEDOYA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Mejía Tocto María del Carmen

D.N.I: 72468277

CARTA DE PRESENTACIÓN

Mg. VICTOR HUGO FERNANDEZ BEDOYA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Mejía Tocto María del Carmen

D.N.I: 72468277



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Candad ³		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción									
DIMENSIÓN 1: ANALISIS DE PROCESOS									
1	Likert 5	Los flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	/		/		/		
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del procesos de producción.	/		/		/		
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO									
4	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	/		/		/		
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	/		/		/		
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	/		/		/		
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO									
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	/		/		/		
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	/		/		/		
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	/		/		/		
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	/		/		/		
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO									
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	/		/		/		
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	/		/		/		
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	/		/		/		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD									
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO									
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaria productos más atractivos y novedosos para los clientes.	/		/		/		
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	/		/		/		
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros	/		/		/		
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	/		/		/		
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	/		/		/		



DIMENSIÓN 2: IMAGEN			Si	No	Si	No	Si	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	/		/		/	
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	/		/		/	
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	/		/		/	
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	/		/		/	
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PUBLICAS			Si	No	Si	No	Si	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	/		/		/	
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	/		/		/	
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos	/		/		/	
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	/		/		/	
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	/		/		/	
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias	/		/		/	
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez, lo suficientemente alto para la generación de ganancias	/		/		/	

Observaciones:

*todo OK*Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: *Fernández Bedoya, Víctor Hugo.*DNI: *44326351*Especialidad del validador: *Investigador En Ciencias Empresariales*¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

20 de noviembre del 2019

[Signature]
 Mg. Lic. Adm. Víctor H. Fernández Bedoya
 INVESTIGADOR EN CIENCIAS EMPRESARIALES
 CLAD REGUC 019524



CARTA DE PRESENTACIÓN

MG. JESÚS ENRIQUE BARCA BARRIENTOS

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción									
DIMENSIÓN 1: ANÁLISIS DE PROCESOS									
			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Likert 5	Los flujogramas de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	✓		✓		✓		
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción.	✓		✓		✓		
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO									
			Si	No	Si	No	Si	No	
4	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	✓		✓		✓		
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamble de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	✓		✓		✓		
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO									
			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamble y almacenamiento de motos cargueros.	✓		✓		✓		
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	✓		✓		✓		
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	✓		✓		✓		
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO									
			Si	No	Si	No	Si	No	
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	✓		✓		✓		
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	✓		✓		✓		
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	✓		✓		✓		
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD									
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO									
			Si	No	Si	No	Si	No	
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	✓		✓		✓		
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	✓		✓		✓		
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros	✓		✓		✓		
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	✓		✓		✓		
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	✓		✓		✓		



DIMENSIÓN 2: IMAGEN			Si	No	Si	No	Si	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	✓		✓		✓	
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	✓		✓		✓	
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	✓		✓		✓	
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PUBLICAS			Si	No	Si	No	Si	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	✓		✓		✓	
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	✓		✓		✓	
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos	✓		✓		✓	
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	✓		✓		✓	
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias	✓		✓		✓	
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias	✓		✓		✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg) BARCA BARRIENTOS JESÚS ENRIQUEDNI: 46176175Especialidad del validador: MBA¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



14 de noviembre del 2019



CARTA DE PRESENTACIÓN

MG. CARLOS ANTONIO CASMA ZÁRATE

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



CARTA DE PRESENTACIÓN

MG. CARLOS ANTONIO CASMA ZÁRATE

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Ítem	Pertinenci a¹		Relevanci a²		Claridad³	Sugerencias
			Si	No	Si	No		
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción								
DIMENSIÓN 1: ANÁLISIS DE PROCESOS								
			Si	No	Si	No	Si	No
1	Likert 5	Los flujogramas de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	✓		✓		✓	
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del procesos de producción.	✓		✓		✓	
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO								
			Si	No	Si	No	Si	No
4	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	✓		✓		✓	
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	✓		✓		✓	
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO								
			Si	No	Si	No	Si	No
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueros.	✓		✓		✓	
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	✓		✓		✓	
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	✓		✓		✓	
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO								
			Si	No	Si	No	Si	No
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	✓		✓		✓	
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	✓		✓		✓	
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	✓		✓		✓	
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD								
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO								
			Si	No	Si	No	Si	No
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	✓		✓		✓	
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	✓		✓		✓	
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros	✓		✓		✓	
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	✓		✓		✓	
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	✓		✓		✓	



DIMENSIÓN 2: IMAGEN			Si	No	Si	No	Si	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	✓		✓		✓	
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	✓		✓		✓	
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	✓		✓		✓	
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PÚBLICAS			Si	No	Si	No	Si	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	✓		✓		✓	
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	✓		✓		✓	
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos.	✓		✓		✓	
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	✓		✓		✓	
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias.	✓		✓		✓	
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias.	✓		✓		✓	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: CASMA ZARATE, CARLOS ANTONIO

DNI: 06153553

Especialidad del validador: ADMINISTRADOR

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

15 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. TEODORO CARRANZA ESTELA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Items	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³	Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción								
DIMENSIÓN 1: ANÁLISIS DE PROCESOS			Si	No	Si	No	Si	No
1	Likert 5	Los flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos.	✓		✓		✓	
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del procesos de producción.	✓		✓		✓	
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO			Si	No	Si	No	Si	No
	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda.	✓		✓		✓	
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	✓		✓		✓	
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO			Si	No	Si	No	Si	No
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	✓		✓		✓	
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	✓		✓		✓	
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	✓		✓		✓	
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO			Si	No	Si	No	Si	No
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción.	✓		✓		✓	
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos.	✓		✓		✓	
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	✓		✓		✓	
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD								
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	✓		✓		✓	
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	✓		✓		✓	
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros.	✓		✓		✓	
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	✓		✓		✓	
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	✓		✓		✓	

DIMENSIÓN 2: IMAGEN			Si	No	Si	No	Si	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	✓		✓		✓	
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	✓		✓		✓	
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	✓		✓		✓	
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PÚBLICAS			Si	No	Si	No	Si	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	✓		✓		✓	
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	✓		✓		✓	
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos.	✓		✓		✓	
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	✓		✓		✓	
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias.	✓		✓		✓	
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias.	✓		✓		✓	

Observaciones:

Sin observaciones

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [x] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: *Mg. CARRANZA ESTELA TECORRO*

DNI: *08074405*

Especialidad del validador: *GESTIÓN DE ORGANIZACIONES*

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



15 de noviembre del 2019

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. DAVID FERNANDO ALIAGA CORREA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Escuela Profesional de Administración la UCV filial Lima – Campus Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recolectaré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré por el título profesional de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: "Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de gestión de las organizaciones, docencia universitaria y actividades de investigación demostrada en la Facultad de Ciencias Empresariales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Firma

MEJÍA TOCTO MARÍA DEL CARMEN

D.N.I: 72468277



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS VARIABLES REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

N°	Escala	Ítems	Pertinencia ^a	Relevancia ^a	Claridad ^a	Sugerencias			
VARIABLE INDEPENDIENTE / VARIABLE 1: Rediseño de procesos de producción									
DIMENSIÓN 1: ANALISIS DE PROCESOS			Si	No	Si	No	Si	No	
1	Likert 5	Los flujogramas de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Likert 5	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del procesos de producción.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Likert 5	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
DIMENSIÓN 2: ETAPAS DEL PROCESO			Si	No	Si	No	Si	No	
4	Likert 5	En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Likert 5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Likert 5	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
DIMENSIÓN 3: PROPIEDADES DEL PROCESO			Si	No	Si	No	Si	No	
7	Likert 5	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	Likert 5	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	Likert 5	La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	Likert 5	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
DIMENSIÓN 4: DISEÑO DE PROTOTIPO			Si	No	Si	No	Si	No	
11	Likert 5	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	Likert 5	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	Likert 5	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
VARIABLE DEPENDIENTE / VARIABLE 2: CALIDAD									
DIMENSIÓN 1: ATRIBUTOS DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No	
14	Likert 5	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	Likert 5	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	Likert 5	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	Likert 5	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	Likert 5	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



DIMENSIÓN 2: IMAGEN			Si	No	Si	No	Si	No
19	Likert 5	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	✓		✓		✓	
20	Likert 5	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	✓		✓		✓	
21	Likert 5	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	✓		✓		✓	
22	Likert 5	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: RELACIONES PÚBLICAS			Si	No	Si	No	Si	No
23	Likert 5	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	✓		✓		✓	
24	Likert 5	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	✓		✓		✓	
25	Likert 5	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos.	✓		✓		✓	
26	Likert 5	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 4: PRECIO DEL PRODUCTO			Si	No	Si	No	Si	No
27	Likert 5	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	✓		✓		✓	
28	Likert 5	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias.	✓		✓		✓	
29	Likert 5	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias.	✓		✓		✓	

Observaciones:

*Sin Observaciones*Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [✓] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Dr. ALIAGO CRAREA DAVID FERNANDEZDNI: 27168879Especialidad del validador: ADMINISTRADOR¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


2716887919 de noviembre del 2019

Anexo 7. Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos.

Tabla 11

Aplicabilidad por juicio de expertos.

Nº	EXPERTO	APLICABILIDAD
1	Mg. José Luis Merino Garcés	Aplicable después de corregir
2	Mg. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Aplicable
3	Mg. Jesús Enrique Barca Barrientos	Aplicable
4	Mg. Carlos Antonio Casma Zárate	Aplicable
5	Dr. Teodoro Carranza Estela	Aplicable
6	Dr. David Fernando Aliaga Correa	Aplicable

Fuente: Datos obtenidos del certificado de validez de contenido del instrumento que mide las variables.

Anexo 8. Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken.

		N° de jueces		6																				0.99		
Ítem	CLARIDAD								PERTINENCIA								RELEVANCIA								V. AIKEN GENERAL	
	Jueces						S	v. AIKEN	Jueces						S	V. AIKEN	Jueces						S	V. AIKEN		
	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	v. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	J4	J5	J6	S	V. AIKEN		
1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
2	0	1	1	1	1	1	5	0.8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	0.94
3	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
4	0	1	1	1	1	1	5	0.8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	0.94
5	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
8	0	1	1	1	1	1	5	0.8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	0.94
9	0	1	1	1	1	1	5	0.8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	0.94
10	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1
28	0	1	1	1	1	1	5	0.8	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	0.94
29	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1

Anexo 9. Resultados de validez: Coeficientes de V. de Aiken.

Tabla 12
Coeficientes de V. de Aiken.

Nº	ÍTEM	V. AIKEN
1	Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos.	1.00
2	En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todos sus procesos de producción.	0.94
3	La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	1.00
4	4.- En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a la demanda estimada.	0.94
5	En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	1.00
6	En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	1.00
7	La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	1.00
8	Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	0.94
9	La organización debe cumplir con la eficiencia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	0.94
10	La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	1.00
11	La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción.	1.00
12	La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos.	1.00
13	El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costoso.	1.00

14	Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	1.00
15	El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	1.00
16	La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros.	1.00
17	Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	1.00
18	El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	1.00
19	Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	1.00
20	La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	1.00
21	La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	1.00
22	Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	1.00
23	Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	1.00
24	Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	1.00
25	Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos.	1.00
26	Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	1.00
27	Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	1.00
28	La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias.	0.94
29	El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias.	1.00
TOTAL		0.99

Anexo 10. Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach General, dimensión e indicador.

Tabla 13
Alfa de Cronbach general

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.917	29

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,917 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas para esta investigación, es decir las preguntas formuladas un nivel de fiabilidad excelente.

Tabla 14
Alfa de Cronbach dimensión 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.924	3

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,924 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 1 donde está compuesta por 3 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 1 un nivel de fiabilidad excelente

Tabla 15
Alfa de Cronbach dimensión 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.521	3

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,521 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la

dimensión 2 donde está compuesta por 3 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 2 un nivel de fiabilidad pobre.

Tabla 16
Alfa de Cronbach dimensión 3

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.466	4

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,466 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 3 donde está compuesta por 4 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 3 un nivel de fiabilidad inaceptable.

Tabla 17
Alfa de Cronbach dimensión 4

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.729	3

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,729 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 4 donde está compuesta por 3 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 4 un nivel de fiabilidad aceptable.

Tabla 18
Alfa de Cronbach dimensión 5

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.901	5

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,901 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la

dimensión 5 donde está compuesta por 5 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 5 un nivel de fiabilidad excelente.

Tabla 19
Alfa de Cronbach dimensión 6

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.644	4

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,644 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 6 donde está compuesta por 4 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 6 un nivel de fiabilidad débil.

Tabla 20
Alfa de Cronbach dimensión 7

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.868	4

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,868 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 7 donde está compuesta por 4 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 7 un nivel de fiabilidad bueno.

Tabla 21
Alfa de Cronbach dimensión 8

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.760	3

Fuente: SPSS versión 25

En la presente tabla se detalla un coeficiente de 0,760 de fiabilidad donde se da a conocer el nivel fiabilidad en las preguntas formuladas correspondiente a la dimensión 8 donde está compuesta por 3 ítems, es decir las preguntas formuladas para la dimensión 8 un nivel de fiabilidad aceptable.

Anexo 11. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Dos mitades de Guttman.

Tabla 22

Resultado de mitades de Guttman general.

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	0.823
		N de elementos	15 ^a
	Parte 2	Valor	0.851
		N de elementos	14 ^b
N total de elementos			29
Correlación entre formularios			0.937
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		0.968
	Longitud desigual		0.968
Coeficiente de dos mitades de Guttman			0.965

Fuente: SPSS versión 25

Anexo 12. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos	117.19	70.576	0.754	0.912
2.En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción.	117.13	70.538	0.663	0.913
3.La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.	117.09	69.970	0.694	0.912
4.En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda	117.04	70.198	0.624	0.913
5.En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.	117.05	69.586	0.717	0.912
6.En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.	117.81	68.087	0.445	0.917
7.La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.	117.10	68.646	0.601	0.913
8.Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.	117.14	71.057	0.442	0.915
9.La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.	117.11	72.277	0.286	0.918
10.La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.	117.56	69.938	0.210	0.928
11.La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción	117.01	71.678	0.411	0.916
12.La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos	117.10	71.157	0.535	0.914
13.El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costosa.	117.20	70.249	0.620	0.913
14.Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.	117.14	69.124	0.707	0.911
15.El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.	117.10	70.335	0.524	0.914
16.La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros	117.14	70.368	0.550	0.914
17.Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.	117.13	69.249	0.555	0.913

18.El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.	117.27	68.268	0.678	0.911
19.Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.	116.96	68.042	0.613	0.912
20.La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.	117.10	70.268	0.532	0.914
21.La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.	117.02	71.711	0.322	0.917
22.Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.	117.27	72.113	0.252	0.919
23.Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.	117.03	70.277	0.606	0.913
24.Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.	117.09	69.526	0.759	0.911
25.Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos	117.12	71.663	0.481	0.915
26.Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.	117.09	70.503	0.618	0.913
27.Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.	117.14	70.368	0.705	0.912
28.La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias	117.04	70.776	0.546	0.914
29.El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias	117.03	71.299	0.470	0.915

Anexo 13. Cálculo de la muestra

Considerando el universo finito se determinó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Dónde

Z = nivel de confianza (correspondiente con la tabla de valores de Z)

p = porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q

N = tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

e = error de estimación máximo aceptado

n = tamaño de la muestra

Solución:

$$n = \frac{1.96^2 * 120 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (120 - 1) + (1.96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

Tamaño de la muestra:

$$n = 91.62$$

Anexo 14. Base de datos (Excel)

VI - REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN													VD - CALIDAD																		
ANÁLISIS DE PROCESOS			ETAPAS DEL PROCESO			PROPIEDADES DEL PROCESO				DISEÑO DE PROTOTIPO			ATRIBUTOS DEL PRODUCTO						IMAGEN				RELACIONES PÚBLICAS				PRECIO DEL PRODUCTO				
ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM	ITEM
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5		
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
6	4	4	4	5	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
8	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5		
9	5	5	5	5	5	3	5	4	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4		
10	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4		
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
12	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4		
13	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4		
14	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4		
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4		
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5		
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
18	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5		
19	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5		
20	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
21	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5		
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
23	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5		
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
25	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
26	4	4	4	5	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
28	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5		
29	5	5	5	5	5	3	5	4	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4		
30	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4		
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
32	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4		
33	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4		
34	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4		
35	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4		
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5		
37	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5		
39	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5		
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
41	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
43	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5		
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
45	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
46	4	4	4	5	4	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5		
49	5	5	5	5	5	3	5	4	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4		
50	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4		
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
52	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4		
53	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4		
54	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4		
55	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4		
56	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
57	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
58	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5		
59	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5		
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
61	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5		
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
63	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4</					

Anexo 15. Resultados descriptivos por ítem.

Tabla 23

Estadísticos descriptivos para la pregunta 1

Flujograma de procesos es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones, es una herramienta para la mejora de procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	78	85.7	85.7	85.7
	Totalmente de acuerdo	13	14.3	14.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 23 se observan resultados del enunciado 1 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 78 personas está de acuerdo con el enunciado 1, y 13 están totalmente de acuerdo con el enunciado 1.

Tabla 24

Estadísticos descriptivos para la pregunta 2

En la organización, es necesario hacer constantemente análisis de todas sus actividades del proceso de producción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	73	80.2	80.2	80.2
	Totalmente de acuerdo	18	19.8	19.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 24 se observan resultados del enunciado 2 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 73 trabajadores está de acuerdo con el enunciado 2, y 18 están totalmente de acuerdo con el enunciado 2.

Tabla 25

Estadísticos descriptivos para la pregunta 3

La evaluación comparativa de los procesos entre los competidores y la organización ayuda a mejorar y crear estrategias para ser competitivos en el mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	69	75.8	75.8	75.8
	Totalmente de acuerdo	22	24.2	24.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 25 se observan resultados del enunciado 3 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 69 trabajadores está de acuerdo con el enunciado 3, y 22 están totalmente de acuerdo con el enunciado 3.

Tabla 26
Estadísticos descriptivos para la pregunta 4

En relación a la etapa de acopio, es necesario que toda empresa realice sus importaciones en un tiempo oportuno en función a su demanda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	65	71.4	71.4	71.4
	Totalmente de acuerdo	26	28.6	28.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 26 se observan resultados del enunciado 4 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 65 trabajadores está de acuerdo con el enunciado 4, y 26 están totalmente de acuerdo con el enunciado 4.

Tabla 27
Estadísticos descriptivos para la pregunta 5

En función a la etapa de producción, el ensamblaje de vehículos de moto carga debe ser realizado oportunamente, de acuerdo a requerimientos del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	66	72.5	72.5	72.5
	Totalmente de acuerdo	25	27.5	27.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 27 se observan resultados del enunciado 5 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 66 trabajadores está de acuerdo con el enunciado, y 25 están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 28
Estadísticos descriptivos para la pregunta 6

En función a la etapa de procesamiento, el transporte es seguro y oportuno con el despacho de vehículos de moto cargas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	9.9	9.9	9.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	42.9	42.9	52.7
	De acuerdo	30	33.0	33.0	85.7
	Totalmente de acuerdo	13	14.3	14.3	100.0
Total		91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 28 se observan resultados del enunciado 6 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 9 trabajadores está en desacuerdo con el enunciado, mientras que 39 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 33 trabajadores está de acuerdo con el enunciado, y 13 están totalmente de acuerdo.

Tabla 29
Estadísticos descriptivos para la pregunta 7

La organización debe contar con capacidad suficiente de almacenes para el ensamblaje y almacenamiento de motos cargueras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	9.9	9.9	9.9
	De acuerdo	52	57.1	57.1	67.0
	Totalmente de acuerdo	30	33.0	33.0	100.0
Total		91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 29 se observan resultados del enunciado 7 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 9 trabajadores están ni de

acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 52 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 30 están totalmente de acuerdo.

Tabla 30
Estadísticos descriptivos para la pregunta 8

Los trabajadores deben conocer los meses pico de venta de vehículos donde se genera mayor productividad para la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5.5	5.5	5.5
	De acuerdo	64	70.3	70.3	75.8
	Totalmente de acuerdo	22	24.2	24.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 30 se observan resultados del enunciado 8 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 5 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 64 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 22 están totalmente de acuerdo.

Tabla 31
Estadísticos descriptivos para la pregunta 9

La organización debe cumplir con la eficacia al momento de entregar los vehículos a sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5.5	5.5	5.5
	De acuerdo	61	67.0	67.0	72.5
	Totalmente de acuerdo	25	27.5	27.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 31 se observan resultados del enunciado 9 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 5 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 61 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 25 están totalmente de acuerdo.

Tabla 32
Estadísticos descriptivos para la pregunta 10

La organización debe mostrar flexibilidad al momento que los clientes desean cambiar algunos aspectos del vehículo ya adquirido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	8.8	8.8	8.8
	En desacuerdo	4	4.4	4.4	13.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	11.0	11.0	24.2
	De acuerdo	48	52.7	52.7	76.9
	Totalmente de acuerdo	21	23.1	23.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 32 se observan resultados del enunciado 10 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 8 de ellas están totalmente en desacuerdo con el enunciado, 4 está en desacuerdo, mientras que 10 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 48 trabajadores está de acuerdo con el enunciado, y 21 están totalmente de acuerdo.

Tabla 33
Estadísticos descriptivos para la pregunta 11

La organización podría reducir sus costos de fabricación al rediseñar su proceso de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	62	68.1	68.1	68.1
	Totalmente de acuerdo	29	31.9	31.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 33 se observan resultados del enunciado 11 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 62 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 29 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 34
Estadísticos descriptivos para la pregunta 12

La calidad del producto dependería de los colaboradores de la empresa que ensamblan los vehículos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	70	76.9	76.9	76.9
	Totalmente de acuerdo	21	23.1	23.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 34 se observan resultados del enunciado 12 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 70 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 21 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 35
Estadísticos descriptivos para la pregunta 13

El costo de mano de obra para los trabajos que se desarrolla en el rubro es relativamente costoso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.4	4.4	4.4
	De acuerdo	71	78.0	78.0	82.4
	Totalmente de acuerdo	16	17.6	17.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 35 se observan resultados del enunciado 13 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 4 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 71 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 16 están totalmente de acuerdo.

Tabla 36
Estadísticos descriptivos para la pregunta 14

Al implementarse otros colores de vehículos, resultaría productos más atractivos y novedosos para los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.4	4.4	4.4
	De acuerdo	66	72.5	72.5	76.9
	Totalmente de acuerdo	21	23.1	23.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 36 se observan resultados del enunciado 14 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 4 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 66 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 21 están totalmente de acuerdo.

Tabla 37
Estadísticos descriptivos para la pregunta 15

El precio del vehículo de moto carga debe ser accesible y al alcance de los bolsillos de los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.4	4.4	4.4
	De acuerdo	62	68.1	68.1	72.5
	Totalmente de acuerdo	25	27.5	27.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 37 se observan resultados del enunciado 15 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 4 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 62 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 25 están totalmente de acuerdo.

Tabla 38
Estadísticos descriptivos para la pregunta 16

La marca debe lograr mayor posicionamiento en el mercado de moto cargueros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.4	4.4	4.4
	De acuerdo	66	72.5	72.5	76.9
	Totalmente de acuerdo	21	23.1	23.1	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 38 se observan resultados del enunciado 16 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 4 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 66 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 21 están totalmente de acuerdo.

Tabla 39
Estadísticos descriptivos para la pregunta 17

Sería ideal mejorar el manual de funcionamiento de los vehículos para reducir problemas técnicos en el primer mes de venta del producto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	9.9	9.9	9.9
	De acuerdo	55	60.4	60.4	70.3
	Totalmente de acuerdo	27	29.7	29.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 39 se observan resultados del enunciado 17 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 9 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 55 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 27 están totalmente de acuerdo.

Tabla 40
Estadísticos descriptivos para la pregunta 18

El cliente final queda satisfecho con la garantía del vehículo que la empresa brinda.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	14.3	14.3	14.3
	De acuerdo	60	65.9	65.9	80.2
	Totalmente de acuerdo	18	19.8	19.8	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 40 se observan resultados del enunciado 18 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 13 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 60 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 18 están totalmente de acuerdo.

Tabla 41
Estadísticos descriptivos para la pregunta 19

Una buena reputación de la empresa será definida a través de la percepción de los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	9.9	9.9	9.9
	De acuerdo	39	42.9	42.9	52.7
	Totalmente de acuerdo	43	47.3	47.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 41 se observan resultados del enunciado 19 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 9 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 39 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 43 están totalmente de acuerdo.

Tabla 42
Estadísticos descriptivos para la pregunta 20

La empresa puede contar con un prestigio elevado vendiendo productos de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.4	4.4	4.4
	De acuerdo	62	68.1	68.1	72.5
	Totalmente de acuerdo	25	27.5	27.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 42 se observan resultados del enunciado 20 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 4 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 62 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 25 están totalmente de acuerdo.

Tabla 43
Estadísticos descriptivos para la pregunta 21

La percepción que tienen los clientes acerca de la empresa podría ser mala.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5.5	5.5	5.5
	De acuerdo	53	58.2	58.2	63.7
	Totalmente de acuerdo	33	36.3	36.3	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 43 se observan resultados del enunciado 21 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 5 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 53 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 33 están totalmente de acuerdo.

Tabla 44
Estadísticos descriptivos para la pregunta 22

Los clientes usualmente tienen malas experiencias con la compra de vehículos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	16.5	16.5	16.5
	De acuerdo	56	61.5	61.5	78.0
	Totalmente de acuerdo	20	22.0	22.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 44 se observan resultados del enunciado 22 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 15 trabajadores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado, pero 56 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 20 están totalmente de acuerdo.

Tabla 45
Estadísticos descriptivos para la pregunta 23

Los trabajadores podrían ser capacitados en ventas para brindar mayor calidad de servicio a sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	64	70.3	70.3	70.3
	Totalmente de acuerdo	27	29.7	29.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 45 se observan resultados del enunciado 23 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 64 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 27 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 46
Estadísticos descriptivos para la pregunta 24

Es beneficioso que la empresa siga manteniendo contacto con sus clientes después de la compra.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	69	75.8	75.8	75.8
	Totalmente de acuerdo	22	24.2	24.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 46 se observan resultados del enunciado 14 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 69 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 22 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 47
Estadísticos descriptivos para la pregunta 25

Es ventajoso que la organización cuente con diversas empresas en su cadena de distribución para el despacho de sus vehículos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	72	79.1	79.1	79.1
	Totalmente de acuerdo	19	20.9	20.9	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 47 se observan resultados del enunciado 25 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 72 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 19 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 48
Estadísticos descriptivos para la pregunta 26

Es recomendable que la organización mantenga una buena relación con sus proveedores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	69	75.8	75.8	75.8
	Totalmente de acuerdo	22	24.2	24.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 48 se observan resultados del enunciado 26 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 69 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 22 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 49
Estadísticos descriptivos para la pregunta 27

Es favorable que la empresa sea constante con sus publicaciones en redes sociales, manifestando las promociones que tienen cada vehículo que vende.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	74	81.3	81.3	81.3
	Totalmente de acuerdo	17	18.7	18.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 49 se observan resultados del enunciado 27 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 74 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 17 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 50
Estadísticos descriptivos para la pregunta 28

La empresa puede brindar ofertas o rebajas de vehículos en fechas festivas, a fin de maximizar las ganancias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	65	71.4	71.4	71.4
	Totalmente de acuerdo	26	28.6	28.6	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 50 se observan resultados del enunciado 28 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 65 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 26 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Tabla 51
Estadísticos descriptivos para la pregunta 29

El Precio final de un bien o servicio deberá ser lo suficientemente bajo para despertar el interés de los clientes, y a la vez lo suficientemente alto para la generación de ganancias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	64	70.3	70.3	70.3
	Totalmente de acuerdo	27	29.7	29.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Fuente: SPSS versión 25

En la tabla 51 se observan resultados del enunciado 29 inscritas líneas arriba, donde se evidencia que, de las 91 personas encuestadas, 64 trabajadores están de acuerdo con el enunciado, y 27 trabajadores están totalmente de acuerdo con el enunciado.

Anexo 17. Diapositivas de defensa de tesis

010 481 99

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APPLICADAS
 TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

PRESENTADO POR
 Mejía Toca María del Carmen

ASESOR
 Mgr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
 Gestión de Organizaciones

Lima, Perú
 2019

REALIDAD PROBLEMÁTICA

En una encuesta realizada por GidChilly en el 2017 asegura que el 88% de las empresas mencionan sus clientes al que mejoran procesos, aplicando tecnología resulta la mejor calidad en sus productos y servicios, de esta manera atraen nuevos clientes a la empresa. También un 65% de microempresas mencionan que al no contar con nueva tecnología y un mejoramiento en su proceso productivo se tiene una desventaja competitiva frente del mercado. (Maldonado 2018)

Bianchi (2019) manifiesta que según los análisis realizados por el Instituto Nacional de Calidad en el 2017, del 50% de las MYPES peruanas, el 45% de empresas presentaron una atención con un resultado como también un 44.8 % de empresas que mejoraron su productividad y un 19.8 % redujeron la reducción de sus costos de producción. Todo esto en base a que dichas empresas mejoraron y disminuyen realmente sus procesos de producción por cada actividad. Además, para técnicas que a nivel estado se alcanzó la máxima calidad en sus productos.

En el caso de una empresa privada ubicada en el distrito de Miraflores de la ciudad de Lima existe la necesidad de mejorar su proceso productivo ya que ante la observación de cada actividad que se desarrollan el proceso de producción de estos productos se aplica la existencia de fallas.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

I. INTRODUCCIÓN

MARCO METODOLÓGICO

Problemas
 Necesidad
 Objetivos

ANÁLISIS DE PROCESOS
 ETAPAS DEL PROCESO
 PRIORIDADES DEL PROCESO
 DISEÑO DEL PROTOTIPO

VI. REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN

AFILIADOS DEL PRODUCTO
 INMARRIN
 RELACIONES PÚBLICAS
 PRECIO DEL PRODUCTO

VII. CALIDAD

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Abriles aporta conocimientos relacionados a las variables y principios de marketing con gran utilidad para investigadores, docentes y miembros para obtener mayor capacidad de información de que otras definiciones es el resultado de la revisión a fondo de diversas referencias.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Contribuye con el mejoramiento interno de una empresa privada exportadora de Lima, identificando los principales problemas en cada los involucrados que se tiene en el día día de su proceso productivo, con el fin de separar técnicas de mejora y diseñar un prototipo para dar resultado a los incrementos identificados.

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Investigación de nivel explicativa y descriptiva para determinar en qué medida el rediseño de procesos de producción incide en la calidad de los productos de una empresa privada de Lima. Además, se usó como instrumento principal de recopilación de datos a los cuestionarios, que fueron en su totalidad investigados para el desarrollo de un proyecto.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

II. EL MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES

Redhwan, Shayfull, Farizuan, Effendi y Han (2016) INDONESIA	Ávila (2017) PERÚ
Moreno-García y Santiago Parra-Botill (2017) CUBA	Rosas (2018) PERÚ
Acosta (2017) CHILE	Aramburú y Espinoza (2015) PERÚ
Moreno (2016) ECUADOR	Alarcón (2017) PERÚ

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

VI. REDISEÑO DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN

El rediseño de procesos de producción se define como un elemento donde se cumple con los requisitos del cliente y del mercado, se le garantiza que la transformación del input en output se desarrolle mejor, sobre todo en la rapidez y a la vez que sea más accesible económicamente. Las características del rediseño de procesos de producción se centran en la descripción de cada uno de los procesos, como también el análisis en cada fase de ellos, alcanzando los resultados esperados, disminuyendo los tiempos y mejorando la calidad de valor y la competitividad. (Davignon y Short, 1990).

Figura 1. Ciclo de trabajo para el rediseño de procesos.
 Fuente: Davignon y Short (1990).

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

En cuanto a la validez, esta se determinó a través de juicio de expertos, cuyo resultado posteriormente se evaluó a través de la V de Aiken.

Nº	EXPERTO	APLICABILIDAD
1	Mg. Anís Las Mercedes García	Aplicable de acuerdo con el contexto
2	Mg. Víctor Hugo Fernández Rodríguez	Aplicable
3	Mg. Jesús Enrique Barco Domínguez	Aplicable
4	Mg. Carlos Adriano Castro Zúñiga	Aplicable
5	Dr. Teodoro Carrión Esteban	Aplicable
6	Dr. David Fernando Alzaga Torres	Aplicable

V. De Aiken general = 0.99

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

La confiabilidad fue obtenida a través de dos pruebas:

- Alfa de Cronbach
- 2 métodos de Guttman.

En ambos casos, se obtuvieron valores que permiten validar la confiabilidad del cuestionario.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS Y ASPECTOS ETICOS

MÉTODO

Se usó el programa estadístico SPSS, en la versión 23. Para la exhibición de datos descriptivos se empleó gráficas circulares de barras, diagramas de flujo estadísticos y presentados.

ASPECTOS ETICOS

- ORIGINALIDAD
- CITACIONES DEBIDAS
- NORMAS APA
- INFORMACIÓN ACADÉMICA
- FINES ACADÉMICOS
- RESULTADOS ESTADÍSTICOS

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

IV. RESULTADOS

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

III. RESULTADOS

Tabla 1
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Variable	Muestra	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov		Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov
		Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov						
Producción	100	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

En base a la prueba KS cuando la sig. asintótica es menor a 0,05 no son normales, por lo que el resultado correspondiente a la variable independiente "Rediseño de procesos de producción" fue 0,000 y el coeficiente de KS para la variable dependiente "Calidad" fue 0,900, del mismo modo el valor de KS para las dimensiones planteadas fue de 0,00. Se concluye que tanto las variables como las dimensiones presentadas frecuentemente no normales.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

III. RESULTADOS

Tabla 2
Estadísticos descriptivos de dimensiones y variables

Variable	N	Media	Desviación Estándar	Minimo	Maximo	Mediana	Moda	Varianza	Desviación Estándar
Producción	100	4.30	0.80	1	5	4	4	0.64	0.80

El promedio de respuestas para la variable independiente fue 4,30 y el promedio para la variable dependiente (calidad) resultó 4,19 por lo tanto la muestra respondió de una mejor manera ante la variable dependiente que la independiente. Así mismo los valores para las dimensiones superaron a 4,00.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

III. RESULTADOS

Estadísticos descriptivos de ítems

1. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

2. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

3. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

4. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

5. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

6. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

7. El Rediseño de procesos de producción mejora la calidad de los productos de una empresa privada de Lima, 2019.

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

III. RESULTADOS

HIPÓTESIS

Hipótesis	Valor	#	Significación estadística (p-valor)
HIPÓTESIS GENERAL	43,476	1	0,000
HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1	43,476	2	0,000
HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2	43,476	1	0,000
HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3	43,476	1	0,000
HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4	43,476	1	0,000

Rediseño de procesos de producción y su incidencia en la calidad de productos de una empresa privada de Lima, 2019

