



Universidad César Vallejo

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Supervisión – control y deserción del cliente en el sector  
automotriz del distrito de Juliaca, Puno, 2024**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
**Maestro en Administración de Negocios - MBA**

**AUTOR:**

Romero Soto, Rooswelt Willington ([orcid.org/0009-0000-1709-2886](https://orcid.org/0009-0000-1709-2886))

**ASESORES:**

Dr. Lazarte Reategui, Henry Daniel ([orcid.org/0000-0002-9455-1094](https://orcid.org/0000-0002-9455-1094))

Dra. Panche Rodriguez, Odoña Beatriz ([orcid.org/0000-0002-1629-1776](https://orcid.org/0000-0002-1629-1776))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelo y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

LIMA – PERÚ

2024

## Declaratoria de autenticidad del asesor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, LAZARTE REATEGUI HENRY DANIEL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Supervisión - control y deserción del cliente en el sector automotriz del distrito de Juliaca, Puno, 2024.", cuyo autor es ROMERO SOTO ROOSWELT WILLINGTON, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 10 de Agosto del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
LAZARTE REATEGUI HENRY DANIEL DNI: 16783808 ORCID: 0000-0002-9455-1094	Firmado electrónicamente por: HLAZARTE el 15-08- 2024 17:29:58

Código documento Trilce: TRI - 0857475



## Declaratoria de originalidad del autor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, ROMERO SOTO ROOSWELT WILLINGTON estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Supervisión - control y deserción del cliente en el sector automotriz del distrito de Juliaca, Puno, 2024.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
ROOSWELT WILLINGTON ROMERO SOTO DNI: 06294553 ORCID: 0009-0000-1709-2886	Firmado electrónicamente por: RROMERORO76 el 10- 08-2024 12:08:12

Código documento Trilce: TRI - 0857476

## **Dedicatoria**

A la familia Romero Soto.

## **Agradecimiento**

Al creador de lo absoluto y a la totalidad de personas que hicieron posible la realización de este producto académico.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor .....	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras.....	viii
Resumen .....	x
Abstract .....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. METODOLOGÍA .....	12
III. RESULTADOS.....	15
IV. DISCUSIÓN.....	33
V. CONCLUSIONES.....	39
VI. RECOMENDACIONES .....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS .....	45

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Población .....	15
<b>Tabla 2.</b> Resultado por objetivo general - 1 .....	16
<b>Tabla 3.</b> Resultado por objetivo general - 2 .....	16
<b>Tabla 4.</b> Resultado por objetivo específico 1 .....	17
<b>Tabla 5.</b> Resultado por objetivo específico 2 .....	17
<b>Tabla 6.</b> Resultado por objetivo específico 3 .....	18
<b>Tabla 7.</b> Resultado por objetivo específico 4 .....	19
<b>Tabla 8</b> Tabla de frecuencias de la variable Supervisión y control y los indicadores (de las dimensiones) de la variable Deserción del Cliente. ....	20
<b>Tabla 9</b> Tabla cruzada de las variables Supervisión y Control con Deserción del cliente.....	21
<b>Tabla 10</b> Tabla cruzada de la variable Supervisión y control y el Indicador Calidad del servicio .....	22
<b>Tabla 11</b> Tabla cruzada de la variable: Supervisión y control y el Indicador Proceso de revisión.....	23
<b>Tabla 12</b> Tabla cruzada de la variable Supervisión y control y el Indicador Calidad de mantenimiento.....	24
<b>Tabla 13</b> Tabla cruzada de la variable Supervisión y control y el Indicador Relación Calidad – Precio.....	25
<b>Tabla 14</b> Pruebas de normalidad .....	27
<b>Tabla 15</b> Escala de valores del coeficiente de correlación de Rho de Spearman....	27
<b>Tabla 16</b> Correlación entre las variables Supervisión-Control y Deserción del cliente. ....	28
<b>Tabla 17</b> Correlación entre la variable Supervisión-Control y la dimensión Satisfacción del cliente.....	29
<b>Tabla 18</b> Correlación entre la variable Supervisión-Control y la dimensión Experiencia en el centro de atención. ....	30
<b>Tabla 19</b> Correlación entre la variable Supervisión-Control y la dimensión Mantenimiento de servicios adicionales. ....	31
<b>Tabla 20</b> Correlación entre la variable Supervisión-Control y la dimensión Percepción del valor.....	32
<b>Tabla 21.</b> Matriz de operacionalización – V1 .....	46
<b>Tabla 22.</b> Matriz de operacionalización – V2 .....	47
<b>Tabla 23.</b> Matriz de consistencia.....	48
<b>Tabla 24.</b> Encuesta de 16 preguntas .....	71

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Zona de estudio – “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” .....	45
<b>Figura 2.</b> Zona de estudio – Fachada.....	45
<b>Figura 3.</b> Población - Información estadística brindada por la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” – Mes de Abril .....	49
<b>Figura 4.</b> Población - Información estadística brindada por la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” – Mes de Mayo .....	50
<b>Figura 5.</b> Población - Información estadística, Reporte de Vehículo inspeccionados – Mes de abril y mayo. ....	51
<b>Figura 6.</b> Población - Información estadística, Reporte de Vehículo inspeccionados categorizados por vehículo público y privado – Mes de abril y mayo.....	52
<b>Figura 7.</b> Ficha de Validación – 1 .....	53
<b>Figura 8.</b> Ficha de Validación - 2 .....	53
<b>Figura 9.</b> Ficha de Validación – 3 .....	54
<b>Figura 10.</b> Ficha de Validación – 4 .....	54
<b>Figura 11.</b> Ficha de Validación – 5.....	55
<b>Figura 12.</b> Ficha de Validación – 6 .....	55
<b>Figura 13.</b> Ficha de Validación – 7 .....	56
<b>Figura 14.</b> Ficha de Validación – 8 .....	56
<b>Figura 15.</b> Validación por V-aiken – Variable 1 .....	57
<b>Figura 16.</b> Validación por V-aiken – Variable 2 .....	58
<b>Figura 17.</b> Confiabilidad - Test.....	59
<b>Figura 18.</b> Confiabilidad - Retest.....	60
<b>Figura 19.</b> Confiabilidad final.....	61
<b>Figura 20</b> Base de datos (1) de las encuestas. ....	62
<b>Figura 21</b> Base de datos (2) de las encuestas. ....	63
<b>Figura 22</b> Base de datos (3) de las encuestas. ....	64
<b>Figura 23</b> Base de datos (4) de las encuestas. ....	65
<b>Figura 24</b> Base de datos (5) de las encuestas. ....	66
<b>Figura 25</b> Base de datos (6) de las encuestas. ....	67
<b>Figura 26</b> Procesamiento de datos con el software IBM SPSS Statistics v.27 .....	68



<b>Figura 27</b>	Procesamiento de variables con el software IBM SPSS Statistics v.27 ...	69
<b>Figura 28.</b>	Formulario resuelto .....	70
<b>Figura 29.</b>	Ficha de Observación 1.....	72
<b>Figura 30.</b>	Ficha de Observación 2.....	73
<b>Figura 31.</b>	Mapa semántico de códigos.....	74
<b>Figura 32.</b>	Cuadro de códigos .....	75
<b>Figura 33.</b>	Cuadro de códigos – Antecedentes, Encuesta, F.O. ....	76
<b>Figura 34.</b>	Diagrama de Sankey - códigos con documentos .....	77
<b>Figura 35.</b>	Turnitin.....	78

## Resumen

En el sector automotriz, la gestión de retención vehicular es importante para las industrias de ese rubro, es por ello, que la investigación se encuentra dentro del ODS N°12, y pretende *“Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024”*. El tipo de investigación fue básica, diseño no experimental, enfoque mixto, nivel correlacional descriptivo, y corte transversal. Los participantes fueron 715, la muestra de 267 clientes del sector privado, el muestreo fue no probabilístico e intencionado, y el escenario de estudio fue en el distrito de Juliaca, en *“CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.”*. La técnica de recolección de datos fue Encuesta (cuestionario en Google forms), y Observación (Fichas de observación), los procesadores de datos que se utilizarán, serán IBM SPSS Statistics V.27 y ATLAS. ti.9.

**Palabras clave:** Sector automotriz, Supervisión – control, Deserción del cliente, ODS. Distrito de Juliaca.

## **Abstract**

In the automotive sector, vehicle retention management is important for industries in that area, which is why the research is within SDG No. 12, and aims to "Determine how supervision-control is related to customer desertion in the company" CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C. "of the Juliaca district, Puno, 2024". The type of research was basic, non-experimental design, qualitative approach, descriptive correlational level, and cross-sectional. The participants were 715, the sample of 267 private sector clients, the sampling was non-probabilistic and intentional, and the study setting was in the Juliaca district, in "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.". The data collection technique was Survey (questionnaire in Google forms), and Observation (Observation sheets), the data processors that will be used will be IBM SPSS Statistics V.27 and ATLAS. ti.9.

**Keywords:** Automotive sector, Supervision – control, Customer desertion, SDGs. Juliaca District.

## I. INTRODUCCIÓN

La gestión de retención vehicular es importante para las industrias del sector automotriz y negocios relacionados, ello permite mantener la lealtad de los usuarios mediante relaciones convenientes, en ese entender, hace poco más de un siglo que todo este ramo industrial ha conseguido protagonismo como generador del desarrollo y dinamismo económico en todos los países regidos por la libre competencia, donde la oferta y demanda hace que los consumidores manifiesten comercialmente sus predilecciones en beneficio y desmedro tanto de unas como de otras corporaciones (Rio, 2021).

Ante ello es necesaria una adecuada planificación que parta de los objetivos estratégicos de empresa y se aplique al mercado, enfocándose en las operaciones y finalmente llegue a los beneficiarios que eligen un producto o servicio del rubro vehicular, consiguiendo retenerlos convenientemente en esa preferencia, porque es mucho más rentable mantener un número de usuarios fidelizados que buscar otros nuevos (Harvard Business Press-REM, 2021).

En los Estados Unidos de Norteamérica se tiene un programa de revisiones técnicas vehiculares adecuado a la legislación de cada estado del país, a través de los departamentos para vehículos motorizados, los cuales implementan los procedimientos, la frecuencia, el costo además de concesionar el servicio con los requisitos exigidos no homologados en cada estado de la unión, existiendo libre competencia entre las estaciones de inspección autorizadas que aplican convenientemente la supervisión – control, siguiendo reglamentaciones impuestas por la autoridad estatal y nacional operan certificando a los motorizados existiendo comercialmente la figura de deserción del cliente (DMV NY, 2024).

Mientras que en Alemania, desde la segunda mitad del siglo pasado se realiza la denominada inspección principal y general a los motorizados con seguimiento técnico periódico por parte de los organismos de pruebas técnicas u organismos de expertos autónomos en vehículos, los mismos que son regentados por particulares o terceros aprovechando la experiencia de aquellos en ese campo, existiendo oferta del servicio con supervisión – control, en correspondencia con los demás países de la unión europea, se puede elegir donde efectuar la revisión técnica y de acuerdo a ello

las empresas trabajan en la deserción del cliente, porque él es quien elige el local que mejor se adapte a sus preferencias (Diario oficial UE, 2019).

En el continente asiático, Japón cuenta con un sistema de registro de inspección de automotores, el mismo que para auscultar vehículos, convoca a profesionales y especialistas particulares certificados en automóviles, los mismos que a intervalos de tiempo prescritos por norma de acuerdo al tipo de unidad y clasificación, realizan el trabajo de supervisión - control según lo dictado por la asociación de registro de información e inspección de automóviles de ese país, que tiene internacionalmente uno de los costos más elevados por el referido servicio, donde la deserción del cliente se da por exigencia de renovación del parque vehicular hacia nuevos modelos de motorizados (AIRIA, 2020).

En nuestro país se tienen 310 centros de inspección técnica vehicular distribuidos mayoritariamente en la Región Lima con 98, la Región Arequipa con 27, la Región Ica 19 y el Callao con 18 respectivamente (GOB.PE, 2024), las líneas de inspección pueden ser simples o combinadas, de tipo fijo o de tipo móvil, donde los equipos e instrumentos se acondicionan en unidades de transporte tipo remolque con la finalidad de desplazarlos hasta el lugar que el cliente designe para ser atendido por lo general el medio rural o unidades de producción alejadas de las urbes, implicando un costo adicional, siendo una opción ante la deserción del cliente, que por necesidad de tiempo no puede desplazarse hasta las ciudades.

El mercado nacional está representado por el parque automotor peruano, de 3'422,588 vehículos, distribuidos principalmente en la Región Lima con 2'227.868 vehículos, la Región Arequipa con 266,709 vehículos y la Región La Libertad con 242,312 vehículos (MTC, 2023).

El número de centros de inspección -que son los negocios en competencia para brindar el servicio de revisión técnica- crece cada año en el país, porque la característica común que prestan estas sociedades comerciales autorizadas por el estado peruano, es la emisión de un certificado de inspección técnica vehicular vigente hasta por un año y válido en todo el territorio nacional (CTIV, 2024).

La legislación nacional (LEY N° 29237, 2008), obliga a los conductores de vehículos, a contar con el documento de revisión técnica y la falta conlleva a una generosa multa de casi la mitad de la unidad impositiva tributaria, ello hace que casi

la totalidad de los conductores en algún momento deban acudir a solicitar el servicio al centro de revisión técnica preferido o más próximo en cualquier punto del país, donde el mercado de oferta es variado según el distrito, la ciudad o la región (La República, 2023), y la deserción del cliente, por extensión, es un fenómeno que se observa en todas las regiones del Perú.

En la ciudad de Juliaca, el sector automotriz se recupera de la debacle económica que trajo la pandemia (WHO, 2024), representando el 1.75% del total de adquisición de vehículos livianos, comparativamente con las ciudades de Lima que tiene un 62.3% y Arequipa con el 10.2%, considerando que las proyecciones hechas para la comercialización de vehículos de todas las marcas y categorías así como de repuestos e insumos dependen de una buena aplicación de políticas públicas con una adecuada supervisión-control que permita enfrentar cualquier efecto adverso.

Habiéndose proyectado bajas ventas con tendencia al sesgo negativo, si las condiciones socio económicas empeoran, notándose que, en el corto plazo influye la situación externa de conflictividad que se da en el mundo, donde competir por la preferencia y contra la deserción del cliente, es para las marcas de automotores una constante (AAP, 2024).

Con todo ello, la Región Puno ocupa el noveno puesto a la denominación del mayor parque vehicular (MTC, 2023), el primer lugar lo tiene la Región Lima y ésta afirmación considera a todos los categorizados (clases o tipos de vehículos), junto a ocho escuelas de conductores, que son clientes potenciales, para los trece centros de inspección técnica vehicular que existen en toda la región considerando también el carácter itinerante de algunos usuarios que proviniendo de otras regiones del país, estando por caducar su certificado de revisión técnica y encontrándose de paso por algún centro que les asista en sus requerimientos, entran al grupo de clientes con carácter ocasional.

La ciudad de Juliaca es la más grande de la región Puno, y consecuentemente convoca la mayor cantidad de vehículos, es también el lugar donde operan nueve instalaciones de revisión técnica vehicular, una de ellas y caso de estudio para el presente trabajo de investigación es el CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C, situada en la Av. Sin Nombre Lt. I3-3-B de la urbanización Taparachi, Distrito de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno, cuenta para ello

con todas las autorizaciones, las licencias y permisos correspondientes (MTC-DGAT, 2022).

Su desempeño como empresa privada es de reciente data, por tal razón la cartera de clientes está en evolución dentro un mercado local de libre competencia, donde existe una pugna por obtener la mayor cantidad de usuarios, considerando que el número de centros de inspección técnica vehicular se incrementa periódicamente y suma rivalidad en el rubro, lo cual, causa que todos estos negocios busquen la manera de ganar la preferencia del usuario con fidelización (Jaime, 2020), aplicando estrategias que impliquen planes de gestión que consideren la supervisión-control de sus procesos, con los métodos y tácticas de retención para evitar la deserción del cliente hacia otros centros de inspección e incluso hacia otras ciudades ya que estas acciones bajan la recaudación, restringen las metas financieras y postergan la expansión empresarial perjudicando los planes de ofertas de empleo y otros emprendimientos programados debido a la falta de sostenibilidad que ocasiona desatender la aplicación de una adecuada gestión de retención de usuarios del sector automotor.

Asimismo, en atención al llamado mundial que hace la Organización de las Naciones Unidas, por la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe a través de un marco elaborado de diecisiete objetivos de desarrollo sostenible, con metas al 2030, este proyecto se alinea al noble propósito contribuyendo en el doceavo y octavo objetivo de desarrollo sostenible, sobre el trabajo decente con crecimiento económico, cuya meta 8.2 propone elevar los niveles de productividad con diversificación, modernización e innovación y su correspondiente indicador 8.2.1, junto al objetivo 8.4 que desvincula el desarrollo económico a la degradación medioambiental (Naciones Unidas, 2018).

Debido a lo cual, se plantea el problema general de investigación; ¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024?; teniendo como problemas específicos por medio ¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio?, ¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión?, ¿De qué manera

la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento?, ¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio?.

En lo concerniente a responsabilidad social universitaria, el caso descrito junto a su problemática, amenaza puestos laborales y retarda el crecimiento de esta sociedad empresarial.

Se respalda la temática bajo la justificación metodológica y social según (Ñaupas Paitán et al., 2018). Entonces, la investigación incide en la mejora de la calidad del servicio de revisiones técnicas para beneficio económico de la empresa, de sus colaboradores, al mantenerlos en sus puestos laborales y del sector automotriz de la ciudad de Juliaca en lo concerniente a ventas de autopartes e insumos aportando a la economía local, asimismo contribuyendo en aspectos como la seguridad vial, reducción del impacto ambiental de los motorizados inspeccionados, promocionando la confianza y seguridad del usuario de la Región Puno.

El aporte sustancial de la investigación, es de efecto económico positivo, porque permitirá que la empresa identifique los motivos de la defección de su clientela y con ello enfoque sus esfuerzos operativos corrigiendo y adecuando procedimientos orientados a lograr la ventaja competitiva sobre sus rivales, desarrollando la reputación solida de la marca, de manera ascendente en la venta de servicios lo cual es bueno para su evolución comercial.

Asimismo, el objeto de estudio buscó “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.”; teniendo como objetivos específicos a, “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio”, “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión”, “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento”, y “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio”.



(Custodio, 2019), en su tesis de doctorado, tuvo el objetivo de presentar y discutir los modelos de experiencia del cliente y sus aplicaciones para el marketing dentro el sector automotriz de Brasil, usando metodología cualitativa aplicada a estudio de casos, usó como población a representantes de tres concesionarias en once marcas de vehículos dentro su país para lo cual se valió de entrevistas semiestructuradas como instrumento, reveló trece modelos de experiencia de cliente y quince elementos base para mejorar la satisfacción del usuario, recomendando control en la calidad para el punto de vista del cliente y control a la estrategia de marketing para la empresa, concluye que las interacciones activas y pasivas entre usuarios y empresa deben agregar valor en ambas partes.

(Macher, 2021), en su tesis de maestría, planteó el objetivo de proporcionar análisis de conocimiento ambidiestro relativo a los servicios en el rubro, sugiere un enfoque cualitativo de revisión bibliográfica y documentaria utilizando la entrevista semiestructurada de cinco preguntas abiertas como técnica, la población se constituyó de expertos en el tema, encontrando que las personas aceptan el control a cambio de comodidades y nuevas características, concluye que los servicios tienden a ser apoyados por tecnologías de información inteligente y el sector industrial sea pequeño, mediano o grande, debe adaptarse a ello evitando el dilema del innovador.

(Alfaro Elguera et al., 2020), en la tesis de maestría, tuvieron el objetivo de implementar métricas de seguimiento y control para evaluar la calidad del servicio permanentemente, su enfoque fue mixto, tipo exploratorio predictivo, sus instrumentos fueron entrevistas, focus group y revisión documentaria del tema. Los resultados apoyan que la deserción del cliente se da al término de la garantía y al terminar el servicio postventa, porque el cliente prefiere un local cercano a su domicilio o centro laboral. Concluyen que es inconveniente publicar precios por lo complejo de los trabajos de taller y que no existe suficiente data sobre ese rubro automotriz en el Perú.

(Pérez Laos y Moreno Ruiz, 2020), en la tesis de maestría, tuvo el objetivo de evidenciar la importancia de la deserción del cliente, su metodología aplicada al caso de estudio reunió información cualitativa y cuantitativa resultando en aumento de la calidad de servicio y satisfacción al cliente concluyendo en la importancia de vincular

acciones a objetivos estratégicos, aplicando la segmentación ante la deserción e identificando los procesos críticos.

(Mendoza Benites et al., 2021), en la tesis de maestría, tuvieron de objetivo identificar los factores que deciden la renovación del seguro vehicular, usaron metodología mixta, con entrevistas, la técnica de encuesta validada y aplicada con escala Rensis Likert a una población de asegurados mayores de edad, de 35 ítems y la muestra de 492 individuos. Encontraron que, en el modelo de medición de experiencia del cliente, es importante el control de los indicadores básicos, concluyendo que las principales aseguradoras no tienen plan de fidelización siendo posible la deserción del cliente.

(Guillen Abregu y Gadea Castañeda, 2020), en su tesis de maestría, su objetivo fue determinar si la empatía interactúa en la lealtad del usuario, su enfoque fue cuantitativo, descriptivo, correlacional transversal, su técnica fue la encuesta a personas mayores de edad, sus resultados describen la deserción del cliente, como un proceso complejo de cambio en la conducta del usuario y su salida o alejamiento de la empresa se da por la insatisfacción reflejada en una respuesta activa y destructiva previsible por el deterioro de la relación en el tiempo. Concluyen que importa la supervisión para evitar gastos.

(Haro Alvarado et al., 2019), en la tesis de maestría, tuvieron el objetivo de desarrollar el negocio de autos eléctricos, su crecimiento con expansión de la marca y establecer la diferenciación de sus productos, usaron un enfoque cualitativo de metodología aplicada a un nivel básico y de corte transversal, su población fue el segmento automotor mundial de vehículos ligeros, los instrumentos de recolección se basaron en informes y reportes de evolución comercial tomados de documentación relativa al caso. Concluyendo que debe mejorarse aún más la supervisión de sus procesos y el control de calidad en los inventarios.

(Mesía Ríos, 2020), en su trabajo final de master, dentro un plan estratégico de construcción de una factoría automotriz en España, de manera cualitativa descriptiva, planteó entre sus objetivos que la supervisión y control inician y acompañan el proceso de construcción y puesta en marcha de una fábrica desde la dirección de operaciones, porque implica la toma de decisiones que permiten alcanzar la visión de la empresa, sin el menoscabo de otros liderazgos entre colaboradores,

concluye que debe haber seguimiento situacional al contexto, aplicando la segmentación con promoción al marketing experiencial y recomienda instruir recursos humanos ligados a cumplir estrategias enfocadas en nuevas tendencias.

(Al Hammadi, 2016), en la tesis de maestría; “Examinando diferencias de calidad del servicio posventa percepciones entre gerentes y clientes en la industria automotriz que impactan en la satisfacción del cliente”, se centró en diferenciar cualitativa y fenomenológicamente, con entrevistas validadas, a distribuidores y clientes del ramo automotor en su país, como resultado encontró que la técnica tenía algunas desventajas. Concluye relacionando servicio con satisfacción y que la calidad puede ser usada para el control del cliente.

(Baby Moreno y Uribe Arango, 2015), en su artículo, tuvieron el objeto de usar el concepto de valor percibido como un analizador de competitividad. Su enfoque mixto con muestreo no probabilístico incidental utilizó 34 ítems ante una población de 39 participantes entre 25 y 60 años, obtuvo resultados al explicar que era la posible ineficiencia en la inversión la que originaba la deserción del cliente desde los talleres concesionarios hacia talleres independientes. Concluyeron que el valor percibido construye y sostiene estratégicamente la competitividad de esos negocios.

Douglas McGregor, (1960), propuso la existencia una teoría “X” y otra teoría “Y” distintas, representando el pesimismo y optimismo dentro la fuerza laboral, donde en “X” se asume que a los colaboradores les desagrada su profesión y se debe tener una supervisión en las acciones realizadas por esos individuos. Del otro lado, en la teoría “Y”, se asume que a los colaboradores les agrada su profesión y están dispuestos a encargarse de las responsabilidades, contrariamente a los sujetos de la teoría “X”, los colaboradores en “Y” no necesitan supervisión, por tal motivo se espera que su desempeño los identifique como una excelente fuerza productiva laboral (Heery y Noon, 2017).

Henri Fayol (1916), identificó cinco funciones en la administración; previsión, organización, mando, coordinación (dirección) y control. Siendo el control lo que permite a la gerencia (personal responsable de la toma de decisiones), recibir informes sobre algún proceso para luego efectuar los ajustes que se necesiten, analizando las variaciones y cambios que se aprecien en ese proceso (Fayol, 2024).

La gestión de retención del cliente, se asiste de la informática para llegar a un nivel confiable de toma de decisiones en el menor tiempo, ello se evidencia en el desarrollo de software modelo que simula con precisión la tendencia de los clientes al abandono de alguna empresa, los modelos se adaptan a muchas organizaciones donde se tienen varios esquemas de proyección y cuyos resultados luego son analizados por los sectores de interés. (De Caigny, 2024).

Por otro lado, la supervisión y control, son importantes en la sostenibilidad de las empresas modernas y sus instrumentos son un reto de implementar, siendo deseable que fuesen más sólidos como aquellos que determinan la información financiera y económica. (Rivero Gutiérrez y Plaza Casado, 2024).

Asimismo, la supervisión como método de control junto a la división del trabajo y la especialización en las tareas, son conceptos surgidos de la apreciación científica de las condiciones laborales, estudiando los tiempos y movimientos de los trabajadores, cuyos resultados han quedado plasmados en el modelo tayloriano, (Urribarri Urdaneta, 2020).

Además, la supervisión es la evaluación continua del proceso de control en la calidad de los servicios, garantizando resultados específicos con medidas correctivas y decisiones, en tanto el control se orienta a una organización del monitoreo con motivación a los colaboradores, sin afectar su satisfacción, formalmente estos conceptos son reglas y procedimientos presupuestados, el control tiene impacto en los objetivos de la empresa y se basa en el cumplimiento de las políticas y normas dictadas desde la dirección de una empresa (Arbaiza Fermi, 2019).

El monitoreo de la calidad, interpretado como una auditoría interna al proceso mismo de la calidad, permite identificar mejoras para aumentar la satisfacción de las personas, para posibilitar ello se requiere de un nivel de madurez de los colaboradores en relación a los procesos de control y evaluación (Peña Guarín y Perdomo Burgos, 2017).

La métrica y registro de la calidad por medidas de impacto apareció a inicios de los años noventa, con las enseñanzas de los industriales japoneses y los novedosos métodos de gestión de calidad total GCT, TQM y otros conceptos. Se tuvo éxito en el sector automotriz estadounidense, reduciendo los problemas de calidad que venían desde los años sesenta. (Miranda Gonzales et al., 2023)

La deserción del cliente es una acción que caracteriza a un consumidor que ya no usa el servicio, es voluntaria y no voluntaria, por lo que se predice con apoyo informático, usando software especializado y es en el sector financiero donde más se han desarrollado y aplicado estas herramientas (Buttle y Maklan, 2019).

Esto, se comprueba que la gráfica de redes neuronales tiene mayor alcance de predicción específica, pero en un campo de investigación aún limitado porque la comparabilidad y reproducibilidad de los resultados se ve afectada por las normas de privacidad a favor del cliente (Ljubičić et al., 2023).

La deserción de clientes suele ser consecuencia de la mala calidad del servicio y un desempeño deficiente del personal, a menudo por la falta de consideración de los gerentes sobre el valor del cliente leal y el impacto económico de perderlos, sumando a ello la reducción del personal de servicio o la falta de mejoras en el diseño del producto, lo que contribuye a esa insatisfacción, además, los clientes insatisfechos difunden comentarios negativos y se cambian a la competencia. (Collier y Evans, 2019).

La satisfacción del cliente se consigue aplicando conceptos estandarizados como la gestión de relaciones con el cliente minimizando costos, aumentando ingresos y mejorando la productividad, ello se consigue investigando al cliente a base de entrevistas, encuestas y revisión documentaria, de manera cuantitativa, recopilando datos cualitativos, registrando las participaciones en los instrumentos, y preguntando sobre cumplimiento del servicio, interrelación, credibilidad, respuestas y accesibilidad dentro de un plano comunicacional (Escobar Tarapués, 2022).

La deserción del cliente, conocida como tasa de abandono, es la expresión porcentual de clientes de una corporación, que prescinde de ella en beneficio de su competencia y –la cual según el estudioso de marketing Philip Kotler - oscila de treinta a diez por ciento anual en una compañía promedio (Cornell, 2020).

Uno de los índices que la describe es la lealtad del cliente, que depende de la capacidad de satisfacer clientes que tiene una empresa, existiendo correlación directa entre el índice de deserción respecto a los costos para la empresa, también se verifica que hay una relación positiva entre el tiempo de permanencia de un cliente en la corporación y las ganancias que obtiene esa corporación por cada cliente. (Hill y Schilling, 2019).

Entendiendo la adecuación al uso como un concepto alternativo de calidad, la insatisfacción del cliente ocurre en la interpretación de la definición, como la ausencia de deficiencias que es la dirección opuesta a las características del producto o servicio que satisfacen al cliente, y en tanto, la empresa no es capaz de responder asertivamente a todas esas otras necesidades del cliente (Juran, 1990).

Debido al aumento de empresas dentro un mismo negocio, aumenta la competencia por el cliente, la cual se basa en el buen servicio al consumidor; la meta es lograr un cliente exitoso por interacción entre el personal de la empresa y los clientes, porque ellos buscan cualquier sitio para recurrir, y las empresas por medio de cualquier empleado empoderado deben encontrarse dispuestas a dar. (Kellman, 2015).

Las necesidades del cliente son objeto de aplicar el conocimiento que se tiene del cliente al concepto de calidad, el mismo que toma forma en el proceso de mejora continua a tiempo de crear un producto o extender un servicio, es decir, la adecuación al uso -que es otro modo de referirse a la calidad- tiene como efecto la satisfacción y eso es, precisamente, lo que el usuario requiere (Blanco, 2022).

Por lo tanto, se tuvo como hipótesis general de estudio; “La supervisión-control se relaciona significativamente con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024”, y como hipótesis específicas; “La supervisión-control se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio”; “La supervisión-control se relaciona significativamente experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión”; “La supervisión-control se relaciona significativamente con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento”; “La supervisión-control se relaciona significativamente con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio”.

## II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue básica, por lo que, tuvo como objetivo principal expandir la comprensión teórica y aumentar el conocimiento en un campo particular, de manera que, la investigación básica desde el punto de vista de supervisión-control y deserción del cliente se refirió a un enfoque específico de investigación que tuvo como objeto entender y mejorar aspectos fundamentales del diseño, la producción, la calidad y la satisfacción del cliente en la industria automotriz, la investigación siguió un enfoque completamente mixto, que es utilizado en las ciencias sociales y humanas para explorar y comprender fenómenos complejos desde una perspectiva holística y contextual, el diseño fue no experimental, ya que no se modificó las variables en ningún momento, se enfocó en observar y describir fenómenos tal como ocurren en su entorno natural, sin intervenir activamente en ellos, el nivel fue descriptivo, de tipo correlacional, ya que buscó describir y analizar la relación entre variables sin establecer una relación de causa y efecto entre ellas; el corte será transversal, utilizado en estudios multidisciplinarios que recopila información de una muestra de la población en un momento específico en el tiempo.

**Definición conceptual – Variable 1: Supervisión – control:** El control es un proceso que permite verificar y asegurar que los recursos que maneja la organización sean usados de manera adecuada y en función de los objetivos organizacionales. Para ello, la dirección elabora un conjunto de normas y emplea una serie de mecanismos de monitoreo en todos los niveles de la organización (Arbaiza Fermini, Administración pública y privada, 2019, p. 550).

**Definición operacional – Variable 1; Supervisión – control:** La variable pertenece a un enfoque mixto, se operacionalizó por cuatro dimensiones, de los cuales son: Cultura organizacional, Liderazgo y gestión, Formación y capacitación, Cumplimiento y normativas; dichas sub categorías se disgregan en indicadores e índices, constituyendo así la variable.

**Definición conceptual – Variable 2: Deserción del cliente:** Muchas organizaciones pierden clientes debido a la mala calidad de sus bienes o al desempeño deficiente en sus servicios. Por lo general esto deriva de la falta de consideración por parte de los gerentes de operaciones del impacto económico que causa la pérdida de los clientes

cuando recortan al personal de servicio o no mejoran el diseño de sus productos. De igual forma, muchas organizaciones no comprenden el valor económico de los nuevos clientes potenciales cuando evalúan las propuestas para mejorar los bienes o servicios desde un punto de vista estrictamente económico. Así, deben comprender cómo la satisfacción y la lealtad del cliente afectan a las utilidades. Una forma de hacer esto es calcular el valor económico de los buenos clientes. (Collier y Evans, 2019), p 36.

**Definición operacional – Variable 2: Deserción del cliente:** La variable pertenece a un enfoque mixto, se operacionalizó por cuatro dimensiones, de los cuales son: Satisfacción del cliente, Experiencia en el centro de revisión, Mantenimiento y servicios adicionales, Percepción del valor; dichas sub categorías se disgregan en indicadores e índices, constituyendo así la variable.

La población se basó, durante el año 2024, en los meses de abril (422 clientes) y mayo (425 clientes) el número de participantes se determinó por medio de la compra del servicio del cliente en el sector automotriz, siendo un total entre estos meses, de 847 clientes, de los cuales solo se incluía a todo usuario particular, es decir que pertenecía al sector privado, y se excluía a todo cliente que pertenecía al sector público, esto debido a la demanda económica en que variaban, dando como resultado que, en el mes de abril, se excluía a (69 clientes) y en el mes de mayo (63 clientes), teniendo un total, como participantes de la investigación; 715 clientes. Luego, para calcular el tamaño de la muestra, se tuvo en cuenta la población que se conocía en el lugar de estudio, finalizando con una cantidad de; 267 clientes pertenecientes al sector privado, para ello, se usó la siguiente fórmula:

### Figura 3.

*Cálculo para el tamaño de la muestra*

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

Leyenda:

- N = Población
- Z = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso
- E = Error estándar

+

Donde:

- N = 715
- Z = 96%
- p = 0.5
- q = 0.5
- E = 0.05

+

n = 267

*Nota.* Elaborado por el autor



El muestreo, se consideró no probabilístico e intencionado; en este caso el investigador eligió a las personas de acuerdo a sus principios, tomando en consideración los criterios de inclusión y exclusión ya mencionados, etariamente fueron individuos mayores de 18 años.

La técnica que se usó fue la encuesta, y la observación, como instrumentos se tuvo, el cuestionario y las fichas de observación; estas herramientas son utilizadas en la investigación social para recopilar datos representativos de la población.

La validación de instrumentos, fue por el juicio de expertos, para luego ser llevado por el coeficiente de V-Aiken, de manera que, asegura su efectivo propósito; sumado a ello, la confiabilidad se dio por medio del test y retest, por lo que evaluó la consistencia, y estabilidad dos veces a la misma unidad de análisis, teniendo como prueba piloto a 10 personas.

Fue importante considerar los aspectos éticos en la investigación, por razones fundamentales que afectan tanto, a los participantes, como la validez y credibilidad de los resultados obtenidos, por lo que, los aspectos éticos en el estudio, aseguraron que los derechos y el bienestar de los participantes fueron protegidos en todo momento, esto incluyó el derecho a la privacidad, la confidencialidad de la información personal, y la garantía de que no causó daño físico, psicológico o emocional, y al considerar estos aspectos, se aseguró que los participantes fueron tratados con dignidad y respeto, y que su participación en la investigación fue voluntaria y libre de coerción.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Encuesta

De acuerdo a los objetivos planteados de la investigación, se llegó a identificar una población de 847 clientes, de los cuales se excluyó a 132 personas del sector público, y solo se consideró pertinente a las personas que pertenecían al sector privado, determinando así una población de 715 clientes del sector privado, para luego hacer el cálculo de la muestra, estableciendo un total 267 personas.

**Tabla 1.**

*Población*

---

<b>POBLACIÓN PARTICIPANTE</b>
<b>SEXO</b>
En la población se determinó en su mayoría por hombres, con un total de 94% y en su minoría por mujeres con un total de 6%.
<b>EDAD</b>
Se consideró a personas mayores de 18 años, en la encuesta realizada, por lo que, se tuvo a personas que tenían entre 20 años como mínimo y 82 años como máximo.
<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b>
Se determinó a personas en un nivel alto, que cumplían solo el nivel secundario con un 54.3%; en un nivel medio, a personas que cumplían con el grado técnico con un 27.3%; y en un grado bajo, a personas que cumplían con el grado universitario con un 18.4%
<b>TIEMPO QUE DEMORÓ EL SERVICIO EN LA EMPRESA</b>
Se estipuló que el tiempo de demora que tuvieron los clientes, fueron entre 10 minutos como mínimo y 2 horas como máximo.

---

*Nota.* Elaborado por el autor

#### 3.2. Ficha de Observación

Este instrumento es clave en el estudio, ya que, permitió registrar de manera sistemática y detallada las interacciones entre los clientes y el personal a cargo, así como las condiciones del servicio y del ambiente, facilitando la identificación de patrones, áreas de mejora y la toma de decisiones informadas para retener clientes y

optimizar la experiencia del usuario en todos los puntos de contacto con la empresa que se estudia.

### 3.3. Resultado en base a objetivo

De esta manera, se realizó la encuesta a 267 participantes, quienes tuvieron un total de 16 preguntas, cada pregunta corresponde a un indicador de la matriz ya establecida, teniendo como síntesis del instrumento a las preguntas por objetivo.

- De acuerdo al **objetivo general**: Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.

**Tabla 2.**

*Resultado por objetivo general - 1*

RESULTADO EN BASE OBJETIVO GENERAL - ENCUESTA	
Interpretación	
PREGUNTAS	1 Los clientes pertenecientes al sector privado, concluyeron que están satisfechos en relación a que perciben que la empresa se compromete firmemente con la calidad durante las revisiones técnicas de mi vehículo.
	2 Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que la empresa proporciona información clara y detallada sobre el proceso de revisión técnica y los resultados obtenidos.
	3 Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales en relación a que sienten que los líderes de la empresa inspiran y motivan al personal a brindar un servicio de alta calidad en las revisiones técnicas.
	4 Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que el personal de la empresa responde rápidamente a cualquier duda o inquietud que pueda tener sobre el proceso de revisión técnica.

*Nota.* Elaborado por el autor

**Tabla 3.**

*Resultado por objetivo general - 2*

---

## RESULTADO EN BASE OBJETIVO GENERAL - OBSERVACIÓN

---

FICHAS	1	Se muestra diversas circunstancias laborales en el taller de revisiones, inspeccionando el vehículo Sedán M1 en la estación de análisis de gases y finalmente con un vehículo de servicio público sobre el Frenómetro, efectuando supervisión-control.
	2	Se muestra inspección inopinada de SUTRAN (Superintendencia de Transporte Terrestre - MTC) verificando cumplimiento del reglamento, la calidad del servicio y la atención, así como las normativas aplicadas a instalaciones, personal, equipos e instrumentos.

---

*Nota.* Elaborado por el autor

- De acuerdo al **objetivo específico 1:** Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.

**Tabla 4.**

*Resultado por objetivo específico 1*

---

## RESULTADO EN BASE OBJETIVO ESPECÍFICO 1 - ENCUESTA

---

### Interpretación

PREGUNTAS	5	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que el personal se comporta de manera profesional y competente durante la revisión técnica de mi vehículo.
	6	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales en relación a que perciben que el personal recibe formación continua y está al tanto de las últimas normativas y tecnologías.
	7	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación que el personal explica claramente las normativas y regulaciones que se aplican a la revisión técnica de mi vehículo.

---

*Nota.* Elaborado por el autor

- De acuerdo al **objetivo específico 2:** Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.

**Tabla 5.**

*Resultado por objetivo específico 2*

---

## RESULTADO EN BASE OBJETIVO ESPECÍFICO 2 - ENCUESTA

---

### Interpretación

PREGUNTAS	8	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que tienen confianza en que las revisiones técnicas se realizan de manera conforme a las normativas y regulaciones aplicables.
	9	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales en relación a que, los resultados de las revisiones técnicas son consistentes y coherentes cada vez que visito.
	10	Los clientes pertenecientes al sector privado, concluyeron a que se sienten neutrales en relación a que el centro de revisión maneja y resuelve mis problemas o quejas de manera eficiente.

---

*Nota.* Elaborado por el autor

- De acuerdo al **objetivo específico 3:** Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.

**Tabla 6.**

*Resultado por objetivo específico 3*

---

## RESULTADO EN BASE OBJETIVO ESPECÍFICO 3 - ENCUESTA

---

### Interpretación

PREGUNTAS	11	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a cada paso del proceso de revisión técnica y los resultados fueron explicados claramente.
	12	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales con el tiempo de espera para completar la revisión técnica de mi vehículo es razonable y aceptable.
	13	Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales con las reparaciones y mantenimientos sugeridos por el centro de revisión han mejorado significativamente el rendimiento de mi vehículo.

---

*Nota.* Elaborado por el autor

- De acuerdo al objetivo **específico 4:** Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación Calidad-Precio.

**Tabla 7.**

*Resultado por objetivo específico 4*

<b>RESULTADO EN BASE OBJETIVO ESPECÍFICO 4 - ENCUESTA</b>	
<b>Interpretación</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	<b>14</b> Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que, comparado con otros centros de revisión, creen que los costos aquí son competitivos.
	<b>15</b> Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que están satisfechos en relación a que el costo de la revisión técnica se justifica por la calidad del servicio y los resultados obtenidos.
	<b>16</b> Los clientes pertenecientes al sector privado, aludieron que se sienten neutrales con respecto a las promociones y descuentos disponibles hacen que el servicio de revisión técnica sea más atractivo para mí.

*Nota.* Elaborado por el autor

### **3.4. Interpretación del mapa semántico en el Atlas ti.9**

De acuerdo a lo estipulado en el mapa, se muestra lo siguiente. (Ver figura 23)

## Resultados descriptivos:

En esta sección de la investigación se procesó los datos recopilados de las encuestas hechas de la empresa "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C. sobre la Supervisión - control, así como de la Deserción de cliente, hallándose los siguientes resultados.

**Tabla 8**

*Tabla de frecuencias de la variable Supervisión - control y los indicadores (de las dimensiones) de la variable Deserción del Cliente.*

Unidad de análisis	Niveles	N	%
Variable 1			
Supervisión - control	Bajo	10	3.7%
	Medio	137	51.3%
	Alto	120	44.9%
	total	267	100.0%
Variable 2:	Deserción del Cliente		
Dimensión:	Satisfacción al cliente		
Indicador: Calidad del servicio	Bajo	0	0.0%
	Medio	160	59.9%
	Alto	107	40.1%
	total	267	100.0%
Dimensión:	Experiencia en el centro de servicio		
Indicador: Proceso de revisión	Bajo	0	0.0%
	Medio	87	32.6%
	Alto	180	67.4%
	total	267	100.0%
Dimensión:	Mantenimiento de servicios adicionales		
Indicador: Calidad de mantenimiento	Bajo	0	0.0%
	Medio	183	68.5%
	Alto	84	31.5%
	total	267	100.0%
Dimensión:	Percepción del valor		
Indicador: Relación Calidad - Precio	Bajo	0	0.0%
	Medio	144	53.9%
	Alto	123	46.1%
	total	267	100.0%

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

En la tabla 8 se manifiestan los resultados de la variable Supervisión - control de la empresa "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C. de forma descriptiva, tomando en cuenta un total de 267 encuestados, donde el 44.9% refiere que es de un nivel alto y solo un 3.7% expresa que es de en un nivel bajo en Supervisión - control.

Por otra parte, también se presentan los resultados obtenidos de 4 indicadores, de las dimensiones correspondientes a la variable Deserción del cliente, donde se evidencia que:

El Indicador Calidad de mantenimiento (de la dimensión Mantenimiento de servicios adicionales) obtuvo un 31.5% en el nivel alto, sin embargo se ubicó muy por debajo de los demás indicadores, además, el indicador Calidad del servicio (de la dimensión Satisfacción al cliente) obtuvo un 40.1% en el nivel alto, del mismo modo, el indicador Relación Calidad – Precio (de la dimensión Percepción del valor) obtuvo un 46.1% en el nivel alto, quedando muy por debajo del indicador Proceso de revisión (de la dimensión Experiencia en el centro de servicio) que obtuvo un destacado 67.4% en el nivel alto evidenciando que es el indicador con mayor campo de acción en la empresa.

El objetivo general planteado en la investigación fue; "Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C." del distrito de Juliaca, Puno, 2024".

## **Tabla 9**

*Tabla cruzada de las variables Supervisión - control con Deserción del cliente.*



		Deserción del cliente			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Supervisión - control	Bajo	Recuento	8	2	0	10
		% del total	3,0%	0,7%	0,0%	3,7%
	Medio	Recuento	26	102	9	137
		% del total	9,7%	38,2%	3,4%	51,3%
	Alto	Recuento	0	29	91	120
		% del total	0,0%	10,9%	34,1%	44,9%
Total	Recuento	34	133	100	267	
	% del total	12,7%	49,8%	37,5%	100,0%	

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

La tabla 9 evidencia que, de los 267 encuestados, el 3.7% sostuvieron que es de un nivel bajo, el 51.3% afirmaron que es de nivel medio y 44.9% que es de un nivel alto en Supervisión - control. Asimismo, de los 10 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, 8 afirmaron que tienen un nivel bajo y solo 2 de encuestados indicaron que hay un nivel medio en la Deserción del cliente. Así también, de los 137 encuestados que indicaron que la Supervisión y control tiene un nivel medio, 26 afirmaron que tienen un nivel bajo, 102 indicaron que hay un nivel medio y solo 9 encuestados afirmaron que tienen un nivel en Deserción del cliente. Finalmente, de los 120 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel alto, 29 indicaron que hay un nivel medio y 91 encuestados afirmaron que tienen un nivel alto en Deserción del cliente.

Así también, el objetivo específico 1 planteado en la investigación fue: “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio”.

### **Tabla 10**

*Tabla cruzada de la variable Supervisión - control y el Indicador Calidad del servicio*

		Dimensión: Satisfacción del cliente			
		Indicador: Calidad del servicio		Total	
		Medio	Alto		
Supervisión - control	Bajo	Recuento	10	0	10
		% del total	3,7%	0,0%	3,7%
	Medio	Recuento	124	13	137
		% del total	46,4%	4,9%	51,3%
	Alto	Recuento	26	94	120
		% del total	9,7%	35,2%	44,9%
Total	Recuento	160	107	267	
	% del total	59,9%	40,1%	100,0%	

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

La tabla 10 evidencia que, de los 267 encuestados, el 3.7% sostuvieron que es de un nivel bajo, el 51.3% afirmaron que es de nivel medio y 44.9% que es de un nivel alto en Supervisión - control. Asimismo, de los 10 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, todos afirmaron que es de un nivel medio en Calidad del servicio. Así también, de los 137 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, 124 de ellos afirmaron que es de un nivel medio y solo 13 indicaron que es de un nivel alto en Calidad del servicio. Finalmente, de los 120 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel alto, 26 de ellos indicaron que hay un nivel medio y 94 afirmaron que es de un nivel alto en Calidad del servicio (indicador de la dimensión Satisfacción del cliente de la variable Deserción del cliente).

Del mismo modo, el objetivo específico 2 planteado en la investigación fue; “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión”.

### **Tabla 11**

*Tabla cruzada de la variable: Supervisión - control y el Indicador Proceso de revisión*

		Dimensión: Experiencia del cliente en el centro de revisión			
		Indicador - Proceso de revisión		Total	
		Medio	Alto		
Supervisión - control	Bajo	Recuento	10	0	10
		% del total	3,7%	0,0%	3,7%
	Medio	Recuento	74	63	137
		% del total	27,7%	23,6%	51,3%
	Alto	Recuento	3	117	120
		% del total	1,1%	43,8%	44,9%
Total	Recuento	87	180	267	
	% del total	32,6%	67,4%	100,0%	

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

La tabla 11 evidencia que, de los 267 encuestados, el 3.7% sostuvieron que es de un nivel bajo, el 51.3% afirmaron que es de nivel medio y 44.9% que es de un nivel alto en Supervisión - control. Asimismo, de los 10 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, todos afirmaron que es de un nivel medio en Proceso de revisión. Así también, de los 137 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, 74 de ellos afirmaron que es de un nivel medio y 63 indicaron que es de un nivel alto en Proceso de revisión. Finalmente, de los 120 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel alto, solo 3 encuestados indicaron que hay un nivel medio y 117 afirmaron que es de un nivel alto en Proceso de revisión (indicador de la dimensión Experiencia del cliente en el centro de revisión de la variable Deserción del cliente).

Así mismo, el objetivo específico 3 planteado en la investigación fue; “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento”.

## **Tabla 12**

*Tabla cruzada de la variable Supervisión - control y el Indicador Calidad de mantenimiento*

		Dimensión: Mantenimiento y servicios adicionales			
		Indicador - Calidad de mantenimiento		Total	
		Medio	Alto		
Supervisión - control	Bajo	Recuento	10	0	10
		% del total	3,7%	0,0%	3,7%
	Medio	Recuento	130	7	137
		% del total	48,7%	2,6%	51,3%
	Alto	Recuento	43	77	120
		% del total	16,1%	28,8%	44,9%
Total	Recuento	183	84	267	
	% del total	68,5%	31,5%	100,0%	

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

La tabla 12 evidencia que, de los 267 encuestados, el 3.7% sostuvieron que es de un nivel bajo, el 51.3% afirmaron que es de nivel medio y 44.9% que es de un nivel alto en Supervisión - control. Asimismo, de los 10 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, todos afirmaron que es de un nivel medio en Calidad de mantenimiento. Así también, de los 137 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, 130 encuestados afirmaron que es de un nivel medio y solo 7 indicaron que es de un nivel alto en Calidad de mantenimiento. Finalmente, de los 120 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel alto, solo 43 de ellos indicaron que hay un nivel medio y 77 afirmaron que es de un nivel alto en Calidad de mantenimiento (indicador de la dimensión Mantenimiento y servicios adicionales de la variable Deserción del cliente).

Finalmente, el objetivo específico 4 planteado en la investigación fue; “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio”.

### *Tabla 13*

*Tabla cruzada de la variable Supervisión - control y el Indicador Relación Calidad – Precio*

		Dimensión: Percepción del valor			
		Indicador - Relación Calidad - Precio		Total	
		Medio	Alto		
Supervisión - control	Bajo	Recuento	10	0	10
		% del total	3,7%	0,0%	3,7%
	Medio	Recuento	119	18	137
		% del total	44,6%	6,7%	51,3%
	Alto	Recuento	15	105	120
		% del total	5,6%	39,3%	44,9%
Total	Recuento	144	123	267	
	% del total	53,9%	46,1%	100,0%	

*Nota:* Elaborado por el autor, procesado en IBM SPSS Statistics V.27

La tabla 13 evidencia que, de los 267 encuestados, el 3.7% sostuvieron que es de un nivel bajo, el 51.3% afirmaron que es de nivel medio y 44.9% que es de un nivel alto en Supervisión - control. Asimismo, de los 10 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, todos afirmaron que es de un nivel medio en Relación Calidad - Precio. Así también, de los 137 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel medio, 119 de ellos afirmaron que es de un nivel medio y solo 18 indicaron que es de un nivel alto en Relación Calidad - Precio. Finalmente, de los 120 encuestados que indicaron que la Supervisión - control tiene un nivel alto, solo 15 de ellos indicaron que hay un nivel medio y 105 afirmaron que es de un nivel alto en Relación Calidad - Precio (indicador de la dimensión Percepción del valor de la variable Deserción del cliente).

## Resultados inferenciales:

### Prueba de Normalidad:

**Tabla 14**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Supervisión – control	,115	267	,000	,980	267	,001
Deserción del cliente	,090	267	,000	,982	267	,002

a. Corrección de significación de Lilliefors

Los datos fueron analizados con la prueba de Kolmogorov Smirnov, debido a que la muestra es mayor a 50, se evidenció que las variables no presentan una distribución normal (no paramétrica), pues el p-valor (Sig.) es  $< \alpha$  (0.05), dicho valor hallado permitió determinar a la prueba de Rho de Spearman como la indicada para medir la correlación de las variables investigadas mediante las pruebas de hipótesis.

**Tabla 15**

*Escala de valores del coeficiente de correlación de Rho de Spearman*

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

## Prueba de hipótesis general:

### Formulación de hipótesis estadística:

**H<sub>0</sub>:** La supervisión-control no se relaciona significativamente con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.

**H<sub>1</sub>:** La supervisión-control se relaciona significativamente con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.

Regla de decisión:

Si  $P\_valor < 0.05$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**

Si  $P\_valor \geq 0.05$ , no se acepta **H<sub>0</sub>**

### Tabla 16

*Correlación entre las variables Supervisión-control y Deserción del cliente.*

		Supervisión -control	Deserción del cliente	
Rho de Spearman	Supervisión- control	Coeficiente de correlación	1,000	,907**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	267	267
	Deserción del cliente	Coeficiente de correlación	,907**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	267	267

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Siendo el coeficiente de correlación de Spearman 0.907 (Tabla 16), y de acuerdo con los estándares establecidos para su interpretación, se infiere una Correlación positiva muy alta. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0.000, el cual es menor que 0.05, se niega la hipótesis nula (**H<sub>0</sub>**) y se determina que existe una relación significativa entre la supervisión-control y la deserción del cliente de la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.

## Prueba de hipótesis específica 1:

### Formulación de hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>**: La supervisión-control no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.

**H<sub>1</sub>**: La supervisión-control se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.

Regla de decisión:

Si  $P\_valor < 0.05$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**

Si  $P\_valor \geq 0.05$ , no se acepta **H<sub>0</sub>**

**Tabla 17**

*Correlación entre la variable Supervisión-control y la dimensión Satisfacción del cliente*

		Supervisión-control	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Supervisión-control	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,864**
		N	,000
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	267
		Sig. (bilateral)	,864**
		N	,000

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Dado los resultados de la Tabla 17 se establece que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.864, y de acuerdo con los estándares establecidos para su interpretación, se infiere una Correlación positiva muy alta. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0.000, el cual es menor que 0.05, se niega la hipótesis nula (**H<sub>0</sub>**) y se determina que existe una relación significativa entre la supervisión-control y la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.



## Prueba de hipótesis específica 2:

### Formulación de hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** La supervisión-control no se relaciona significativamente experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.

**H<sub>1</sub>:** La supervisión-control se relaciona significativamente experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.

Regla de decisión:

Si  $P\_valor < 0.05$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**

Si  $P\_valor \geq 0.05$ , no se acepta **H<sub>0</sub>**

**Tabla 18**

*Correlación entre la variable Supervisión-control y la dimensión Experiencia en el centro de atención.*

		Supervisión -control	Experiencia en el centro de atención
Rho de Spearman	Supervisión- control	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,823**
		N	,000
	Experiencia en el centro de atención	Coefficiente de correlación	267
		Sig. (bilateral)	,823**
		N	,000

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Debido a que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.823 (Tabla 18), y de acuerdo con los estándares establecidos para su interpretación, se infiere una Correlación positiva alta. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0.000, el cual es menor que 0.05, se niega la hipótesis nula (**H<sub>0</sub>**) y se establece que existe una relación significativa entre la supervisión-control y la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.

### Prueba de hipótesis específica 3:

#### Formulación de hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** La supervisión-control no se relaciona significativamente con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.

**H<sub>1</sub>:** La supervisión-control se relaciona significativamente con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.

Regla de decisión:

Si  $P_{\text{valor}} < 0.05$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**

Si  $P_{\text{valor}} \geq 0.05$ , no se acepta **H<sub>0</sub>**

**Tabla 19**

*Correlación entre la variable Supervisión-control y la dimensión Mantenimiento de servicios adicionales.*

		Supervisión -control	Mantenimiento de servicios adicionales	
Rho de Spearman	Supervisión- control	Coefficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Mantenimiento de servicios adicionales	N	267	267
		Coefficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	267	267

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al hallar que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.828 (Tabla 19), y de acuerdo con los estándares establecidos para su interpretación, se infiere una Correlación positiva alta. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0.000, el cual es menor que 0.05, con lo cual se niega la hipótesis nula (**H<sub>0</sub>**) y se concluye que existe una relación significativa entre la supervisión-control y el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.

#### Prueba de hipótesis específica 4:

##### Formulación de hipótesis estadística

**H<sub>0</sub>:** La supervisión-control no se relaciona significativamente con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.

**H<sub>1</sub>:** La supervisión-control se relaciona significativamente con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.

Regla de decisión:

Si  $P\_valor < 0.05$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**

Si  $P\_valor \geq 0.05$ , no se acepta **H<sub>0</sub>**

#### Tabla 20

*Correlación entre la variable Supervisión-control y la dimensión Percepción del valor.*

		Supervisión -control	Percepción del valor
Rho de Spearman	Supervisión- control	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,867**
		N	267
	Percepción del valor	Coefficiente de correlación	,867**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	267

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Encontrando que el coeficiente de correlación de Spearman es 0.867 (Tabla 20), y de acuerdo con los estándares establecidos para su interpretación, se infiere una Correlación positiva alta. Asimismo, al tener un nivel de significancia de 0.000, el cual es menor que 0.05, con lo cual se niega la hipótesis nula (**H<sub>0</sub>**) y se concluye que existe una relación significativa entre la supervisión-control y la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.

#### IV. DISCUSIÓN

De acuerdo al **objetivo general**, se consideró *“Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.”*

Según los resultados obtenidos, La satisfacción de los clientes con las revisiones técnicas vehiculares fue regular, por un lado, muchos elogiaron el compromiso con la calidad y la transparencia, pero algunos encontraron inconsistencias en los procesos y sugirieron mejorar la comunicación técnica.

En concordancia, la motivación del personal, por parte de las personas fue vista de manera neutral, y aunque la mayoría estuvo satisfecha con la rapidez en la atención, hubo quejas sobre algunas demoras, por lo que, la satisfacción fue positiva, pero se identificaron áreas para mejorar en la consistencia del servicio y la accesibilidad de la información técnica.

Según los antecedentes, Alfaro et al. (2020) destacaron que una implementación rigurosa de métricas de seguimiento es clave para mantener la lealtad del cliente, especialmente después de la garantía y el servicio postventa, se debería tener en cuenta que, una mejor supervisión puede evitar que los clientes se desvíen hacia talleres más cercanos. Por otro lado, Pérez y Moreno (2020) mencionan que, es necesario adoptar una estrategia más amplia que incluya la segmentación de clientes y la identificación de procesos críticos, por lo que, ayudarían a abordar la deserción de manera más efectiva al responder a las necesidades específicas de diferentes segmentos.

Entonces, combinar un seguimiento de calidad riguroso con estrategias de segmentación y acciones específicas puede ofrecer una solución competente para reducir la deserción del cliente y mejorar la lealtad en los próximos tiempos.

En Juliaca, la alta competencia entre centros de revisión técnica vehicular, como el CITV Automax, considera la importancia de fidelizar a los clientes mediante altos estándares de calidad y transparencia, a pesar de ello, estos esfuerzos reducen la deserción al generar confianza, la competencia intensa y la preferencia por conveniencia y precios pueden complicar la retención, especialmente si los costos de

control afectan los precios al cliente. Por lo tanto, es importante equilibrar la supervisión con estrategias de mercado que consideren accesibilidad y competitividad para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

De acuerdo a la información planteada, se refuta la hipótesis general ya que: La supervisión-control se relaciona a manera de correlación **directa y positiva** con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.

Asimismo, Automax se destacó por su compromiso con la calidad y transparencia en la revisión técnica vehicular, generando confianza y lealtad entre sus clientes y consolidando una buena reputación en un mercado competitivo. Sin embargo, enfrentó la debilidad de no poder competir en términos de conveniencia y precios, ya que la competencia intensa en Juliaca ofrecía opciones más accesibles y económicas.

Para evitar la deserción y asegurar su crecimiento, Automax necesitaba equilibrar la alta calidad del servicio con la eficiencia de costos y ajustar sus estrategias a las condiciones del mercado, ya que se prevé, que la capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes será clave para su éxito en un futuro.

En relación al **objetivo específico 1**, se consideró *“Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio”*.

Los resultados obtenidos demuestran que, la satisfacción de los clientes de Automax con el personal en las revisiones técnicas vehiculares fue generalmente positiva, destacando la profesionalidad y competencia del personal.

No obstante, algunos clientes observaron inestabilidad en la calidad del servicio, indicando la necesidad de mejorar la supervisión y la formación continua.

A lo que, Hammadi (2016) analizó las diferencias en la percepción de la calidad del servicio posventa entre gerentes y clientes, destacando cómo estas diferencias podían influir en la satisfacción del cliente, de modo que, una falta de alineación entre

la visión de los gerentes y las expectativas de los clientes podía llevar a una discrepancia en la percepción de la calidad, afectando negativamente la satisfacción del cliente. Sin embargo, Custodio de Oliveira (2019) adoptó una postura más proactiva al proponer modelos de experiencia del cliente y elementos clave para mejorar la satisfacción del usuario, de acuerdo al autor, la implementación de un control riguroso en la calidad del servicio era fundamental para garantizar una experiencia de cliente positiva.

De acuerdo a la información planteada, se corrobora que; La supervisión-control se relaciona a manera de correlación directa y positiva con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio

Sumado a ello, de acuerdo al **objetivo específico 2**, se consideró *“Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión”*

Los resultados obtenidos demuestran que, los clientes del sector privado confiaban mayoritariamente en que las revisiones técnicas cumplían con las normativas, valorando la transparencia y rigor del centro, lo que reforzaba su lealtad.

Sin embargo, había opiniones divididas sobre la consistencia de los resultados de las revisiones, con algunos clientes percibiendo situaciones que generaban incertidumbre, por lo que, la gestión de quejas también recibió una evaluación neutral, indicando que, aunque los problemas se resolvían, el proceso no siempre era eficiente ni satisfactorio.

En resumen, aunque el cumplimiento normativo era bien valorado, el centro debía mejorar la consistencia de los resultados y la eficiencia en la resolución de problemas para aumentar la satisfacción general de los clientes.

Según los antecedentes mencionados, Mesía Ríos (2020) rescató que una supervisión y control rigurosos durante la construcción y operación son fundamentales para asegurar un servicio de alta calidad y aumentar la confianza y fidelidad del cliente. Por otro lado, Macher (2021) argumentó que, aunque la supervisión es importante, la integración de tecnologías inteligentes también debería ser importante

para mejorar la flexibilidad, eficiencia y personalización del servicio, adaptándose mejor a las expectativas modernas.

Por lo que, para optimizar la experiencia del cliente, Automax debe combinar una supervisión rigurosa con la implementación de tecnologías avanzadas, equilibrando calidad y modernización del servicio.

De acuerdo a la información planteada, se corrobora que; La supervisión-control se relaciona a manera de correlación directa y positiva con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión

Asimismo, de acuerdo al **objetivo específico 3**, se consideró *“Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento”*.

Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de los clientes valoraron positivamente la claridad en la explicación del proceso de revisión técnica, apreciando la información detallada que fortaleció su confianza y les permitió tomar decisiones informadas.

Sin embargo, el tiempo de espera para completar la revisión recibió una evaluación neutral, sugiriendo que, aunque aceptable, podría mejorarse, además, las recomendaciones de mantenimiento y reparación también generaron una respuesta moderada, ya que, no siempre mostraron un impacto significativo en el rendimiento de los vehículos. Por lo que, Automax debería mejorar el tiempo de espera y la efectividad de las recomendaciones para ofrecer una experiencia más completa y satisfactoria.

Según los antecedentes planteados, Haro Alvarado et al. (2019) destacaron que una supervisión rigurosa mantiene altos estándares de calidad y asegura la disponibilidad de piezas adecuadas, previniendo fallos que podrían afectar la satisfacción y lealtad del cliente. No obstante, Guillen y Gadea (2020) advirtieron que una supervisión excesiva podría incrementar costos y reducir la flexibilidad del servicio, sugiriendo un enfoque equilibrado que asegure calidad sin comprometer la eficiencia operativa.

Por lo que, para mejorar la calidad del mantenimiento y los servicios, Automax debe fortalecer su supervisión - control, manteniendo un equilibrio que permita eficiencia y flexibilidad, a la vez que asegura altos estándares de calidad, ya que esto, optimizaría la satisfacción del cliente y promovería un crecimiento sostenido en el mercado.

De acuerdo a la información planteada, se corrobora que; La supervisión-control se relaciona a manera de correlación directa y positiva con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento

Finalmente, de acuerdo al **objetivo específico 4**, se consideró “Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio”.

Los resultados obtenidos determinaron que, los clientes valoraron positivamente los precios competitivos de Automax, considerando que el equilibrio entre costo y servicio ofrecía un buen valor por su dinero y reforzaba su lealtad.

A ello, la mayoría justificó el costo de la revisión técnica en función de la alta calidad del servicio, percibiendo que el gasto estaba justificado por la seguridad y profesionalismo del servicio.

Sin embargo, la percepción de las promociones y descuentos fue neutral, indicando que no eran un factor decisivo en la elección del servicio, por lo que, Automax debería mejorar la efectividad de sus promociones para atraer más clientes y fortalecer la lealtad de los actuales, mientras mantiene su competitividad en términos de costo y calidad.

Según Mendoza Benites et al. (2021) argumentan que un control estricto de la calidad del servicio justifica el costo, motivando a los clientes a renovar y mantener la percepción de un buen valor.

No obstante, Baby Moreno y Uribe Arango (2015) advierten que una supervisión excesiva puede aumentar los costos operativos sin mejorar la calidad percibida, lo que podría reducir la percepción del valor y aumentar la deserción.



En resumen, para maximizar la percepción de valor, Automax debe equilibrar un control estricto de la calidad con una supervisión eficiente, evitando ineficiencias que puedan afectar negativamente la percepción del cliente.

De acuerdo a la información planteada, se corrobora que; La supervisión-control se relaciona a manera de correlación directa y positiva con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.

Las limitaciones de la investigación estuvieron marcadas por la restringida y desactualizada información, con escasos estudios y antecedentes referidos al sector automotor nacional, particularmente en la delimitación geográfica analizada.

## V. CONCLUSIONES

Se concluye de manera general que, en la empresa CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C., la implementación de métricas rigurosas permitió mantener altos estándares de calidad, generando confianza y lealtad entre los usuarios; no obstante, también se evidenció que la competencia intensa en el mercado de Juliaca presentó desafíos significativos, especialmente en términos de conveniencia y precios. A pesar de ello, y de la alta calidad del servicio, la accesibilidad y el costo seguían siendo factores determinantes en la decisión de los clientes de permanecer o desertar.

La supervisión y el control son usadas para mejorar la satisfacción del cliente en el centro de revisión de Automax, la evidencia sugirió que una supervisión efectiva permitía alinear las expectativas de los clientes con los estándares de calidad establecidos por la empresa, reduciendo las discrepancias en la percepción del servicio y, por ende, mejorando la satisfacción del cliente.

La supervisión y el control son claves para mejorar la experiencia del cliente en la revisión técnica vehicular, ya que, garantizan calidad y confianza en el servicio, no obstante, la integración de tecnologías inteligentes podría ofrecer una experiencia más adaptativa y personalizada.

Los procesos de mantenimiento son fundamentales para asegurar que se sostengan altos estándares de calidad, lo que directamente influía en la satisfacción del cliente y su percepción de valor, sin esto, los riesgos de inconsistencia en la calidad del mantenimiento aumentan, lo que podría llevar a la insatisfacción y, en última instancia, a la deserción del cliente.

La percepción del valor por la relación calidad-precio se mostró compleja, ya que los clientes perciben que el costo del servicio estaba justificado, no obstante, una supervisión ineficiente o excesiva podía incrementar los costos sin mejorar la percepción de valor, lo que podría afectar negativamente la competitividad de la empresa.

## **VI. RECOMENDACIONES**

En relación a la recomendación general, Automax debe continuar fortaleciendo sus prácticas de supervisión y control para asegurar la calidad del servicio, pero tiene que integrar estrategias de mercado más amplias, estas estrategias deben enfocarse en mejorar la accesibilidad y competitividad de precios, así como en ofrecer promociones atractivas y servicios adicionales que responderían a las necesidades y expectativas de los clientes.

Asimismo, se recomienda que Automax debe continuar fortaleciendo sus prácticas de supervisión y control, asegurándose de que no solo se mantuvieran los estándares de calidad, sino también que la percepción de los clientes estuviera en concordancia con esos estándares.

También, se recomienda incorporar tecnologías avanzadas que permitirán una gestión más flexible y orientada al cliente. Esta estrategia dual no solo garantizaría la conformidad con las normativas, sino que también mejoraría la satisfacción del cliente al ofrecer un servicio más ágil, eficiente y personalizado.

Además, Automax debe continuar fortaleciendo sus prácticas de supervisión y control para asegurar la calidad del mantenimiento y los servicios adicionales, a tiempo de enfocarse en mantener la eficiencia operativa.

Finalizando, Automax podría mejorar la satisfacción del cliente, al aplicar una supervisión que garantizará calidad sin incurrir en costos innecesarios, reducir la deserción y posicionarse favorablemente en el mercado actual.

## REFERENCIAS

- AAP. (III de 2024). *Asociación Automotriz del Perú*. Sector automotor, retos y desafíos en el corto y mediano plazo: <https://aap.org.pe/informes-estadisticos/marzo-2024/Informe-Marzo-2024.pdf>
- AIRIA. (20 de 12 de 2020). *Automobile inspection and information registration association*. [Asociación de información y registro de inspección del automóvil]: <https://www.airia.or.jp/info/system/index.html>
- Al Hammadi, M. (2016). *Examining the Differences in After-Sale Service Quality Perceptions between Managers and Customers in the Automobile Industry and Their Impact on Customer Satisfaction [Tesis de maestría en ciencias, liderazgo de servicio e innovación]*. Repositorio institucional, Rochester Institute of Technology - Dubai. <https://repository.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=10453&context=theses>
- Alfaro Elguera, L. J., Pinto Livia, K. C., Siles Costa, P., y Vasquez Garcia, G. A. (2020). *"Autolisto", solución de intermediación comercial que concentra la oferta de talleres mecánicos en los distritos de Lima [Tesis de Magíster en Marketing]*. Universidad ESAN.
- Arbaiza Fermini, L. (2019). *Administración pública y privada*. Pearson Educación. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10384>
- Baby Moreno, J., y Uribe Arango, J. F. (2015). Análisis competitivo por parte de los talleres de servicio automotriz, mediante el uso del valor percibido por el cliente. *AD-minister*, 1(26), 73-99. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.26.4>
- Blanco, L. (2022). *Dinámica empresarial; Análisis de coyuntura en Ecuador*. Abya-Yala. <https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=136911>
- Buttle, F., y Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (4th ed.) Edition [Gestión de Relaciones con el Cliente]*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351016551>
- Collier, D., y Evans, J. (2019). *Administración de operaciones; bienes, servicios y cadenas de valor*. Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9557>
- Cornell, J. (Feb de 2020). How Customer Churn Affects Your Company: HAPPY Customers are the key to a successful and profitable business. *HCM Sales, Marketing & Alliance Excellence*, 19(2), 14-18. <https://research.ebsco.com/c/4c75wg/search/details/q5zajp2wlj?limiters=None&q=What+is+customer+churn+rate%3F>
- CTIV. (2024). *MTC- CTIV CONSULTA*. OGTI - MTC: <https://portal.mtc.gob.pe/reportedgtt/form/frmconsultaplacaitv.aspx>
- Custodio, M. (2019). *APLICAÇÃO DE CUSTOMER EXPERIENCE: UM ESTUDO CON FOCO NA SETOR AUTOMOTIVO DO BRASIL [Aplicación de experiencia de usuario: Un estudio enfocado en el sector automotriz de*

- Brasil*], Tesis Doctoral. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidad de São Paulo, São Paulo.  
<https://doi.org/10.11606/T.12.2019.tde-31052019-153238>
- De Caigny, A. (2024). Hybrid black-box classification for customer churn prediction with segmented interpretability analysis. *Decision Support Systems*, 181.  
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2024.114217>
- Diario oficial UE. (17 de 04 de 2019). *Diario oficial de la unión europea*. Reglamento de ejecución: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R0621&from=DE>
- DMV NY. (2024). *Department of motor vehicles - New York*. Departamento de vehículos a motor, Estado de Nueva York: <https://dmv.ny.gov/inspections>
- Escobar Tarapués, I. P. (2022). *Herramientas para la gestión de las relaciones con los clientes: customer relationship management - CRM*. UPEC.  
[www.bibliotechnia.com.mx/otros/visor/?bock=39316](http://www.bibliotechnia.com.mx/otros/visor/?bock=39316)
- Fayol, H. (2024). *General and Industrial Management (C. Storrs, Trad.)*. Dunod-Florida State University.  
<https://archive.org/details/generalindustria0000henr/page/n5/mode/2up>
- GOB.PE. (12 de 08 de 2024). *CTIV*. Consultar cuales son los Centros de Inspección Técnica Vehicular: <https://www.gob.pe/12138-consultar-cuales-son-los-centros-de-inspeccion-tecnica-vehicular-citv>
- Guillen Abregu, D. Y., y Gadea Castañeda, J. F. (2020). *El rol de la empatía en la intención de lealtad de los propietarios de vehículos livianos que usan servicio de mantenimiento preventivo en concesionarios del sector automotriz de Lima Metropolitana [Tesis de maestría en marketing]*. Universidad ESAN.  
[https://qasrepositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2759/2020\\_MAM\\_18-1\\_10\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://qasrepositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2759/2020_MAM_18-1_10_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Haro Alvarado, H. C., Reynoso Palacios, S. L., y Alvarado Durán, J. C. (2019). "Caso Tesla; Plan estratégico 2019-2021" [Tesis para optar el grado de Magíster en Administración]. Repositorio - Universidad del Pacífico.
- Harvard Business Press-REM. (2021). *Como crear un plan de negocio, SERIE MANAGEMENT EN 20 MINUTOS*. Reverté Management - Harvard Business Review Press. <https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/como-crear-un-plan-de-negocio-1644273388?location=118>
- Heery, E., y Noon, M. (2017). *A Dictionary of Human Resources Management (3ed)*. Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/acref/9780191827822.001.0001>
- Hill, C. W., y Schilling, M. A. (2019). *Administración estratégica: teoría y casos un enfoque integral*. Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9441>

- Jaime, N. (2020). *Programa de fidelización de clientes [Tesis de maestría, Instituto Tecnológico de Buenos Aires - Escuela de Organización Industrial]*. Repositorio Institucional -ITBA. <https://ri.itba.edu.ar/server/api/core/bitstreams/feafcd4d-be42-42ef-85e4-3e66749ee251/content>
- Juran, J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos. <https://doi.org/https://www.digitaliapublishing.com/a/136597>
- Kellman, R. (2015). *The Membership Economy: Find Your Super Users, Master the Forever Transaction, and Build Recurring Revenue [La Economía de Membresías: Encuentra a tus Super Usuarios, Domina la Transacción Permanente y Construye Ingresos Recurrentes]*. McGraw-Hill. <https://archive.org/details/membershipeconom0000baxt/mode/2up>
- La República. (15 de VI de 2023). *¿A cuánto asciende la multa por manejar un vehículo sin revisión técnica vigente en el 2023?* <https://larepublica.pe/autos/2023/06/10/revision-tenica-cuanto-es-la-multa-por-manejar-sin-certificado-de-inspeccion-vehicular-2023-mtc-atmp-136630>
- LEY N° 29237. (28 de 05 de 2008). *LEY QUE CREA EL SISTEMA NACIONAL DE INSPECCIONES TÉCNICAS VEHICULARES*. Sistema Peruano de Información Jurídica: <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H965686>
- Ljubičić , K., Merćep, A., y Kostanjčar , Z. (2023). Churn prediction methods based on mutual customer interdependence [Predicción de deserción, metodos basados en interdependencia mutua del cliente]. *Journal of computational science*, 67. <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2022.101940>
- Macher, G. (2021). *Ambidexterity in Smart Service-Oriented Automotive Engineering Companies [Tesis MBA, Ambidestreza en servicios inteligentes orientados a compañías de ingeniería automotriz]*. Repository - Vienna University of Economics and Business. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35058.84166/1>
- Mendoza Benites, M. A., Rocha Gonzales, U. E., y Rodriguez Rengifo, O. A. (2021). *Factores que contribuyen a la fuga de clientes en el proceso de renovación del producto de seguro vehicular en la ciudad de Lima [Tesis de maestría en marketing]*. Repositorio Universidad ESAN. <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/345311b7-0ff3-49fd-8e69-57d2523afe83/content>
- Mesía Ríos, J. (2020). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PLANTA AUTOMOTRIZ*. Repositorio Universidad de Alcalá. <https://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/3121945/1/MesiaRiosJE.pdf>
- Miranda Gonzales, F., Chamorro Mera, A., y Rubio, S. (2023). *Calidad y excelencia*. Delta publicaciones S.L. <https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/calidad-y-excelencia-1643918157?location=20>

- MTC. (2023). *Plataforma digital única del estado peruano*. Estadísticas, Parque automotor nacional estimado según departamento:  
<https://www.gob.pe/institucion/mtc/informes-publicaciones/344892-estadistica-servicios-de-transporte-terrestre-por-carretera-parque-automotor>
- MTC-DGAT. (10 de 3 de 2022). *Normas Legales*. R.O. N° 0125-2022-MTC/17.03:  
<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1309708>
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.  
[https://www.cepal.org/sites/default/files/static/files/ods16\\_c1900801\\_press.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/static/files/ods16_c1900801_press.pdf)
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., y Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la Investigación Cualitativa-Cuantitativa y Redacción de Tesis 5° Edición* (5 ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Peña Guarín, G., y Perdomo Burgos, Á. (2017). *Efectos del sistema de gestión de la calidad en las entidades del sector público: incidencias en la prestación del servicio*. Ediciones USTA. <https://www.digitaliapublishing.com/a/59134>
- Pérez Laos , J. G., y Moreno Ruiz, C. M. (2020). *Propuesta de valor para un servicio posventa diferenciado en el sector automotriz [Tesis de maestría en dirección de empresas]*. Repositorio institucional, Universidad de Piura, PAD.  
<https://pirhua.udep.edu.pe/items/03d5d672-0aff-4bfe-836c-0eda3fc4ff78>
- Río, V. (2021). La industria automotriz en América Latina: estudios de las relaciones entre trabajo, tecnología y desarrollo socioeconómico 2020. *Polis*, 2(17), 195-199. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-23332021000200195&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332021000200195&lng=es&tlng=es).
- Rivero Gutiérrez, L., y Plaza Casado, A. (2024). *Marketing socialmente responsable*. Dykinson. <https://doi.org/10.14679/2909>
- Urribarri Urdaneta, O. A. (2020). *Acción discursiva en la gerencia estratégica de las organizaciones*. Fondo editorial Universidad Católica Luis Amigó.  
<https://www.digitaliapublishing.com/viewepub/?id=155228>
- WHO. (2024). *World Health Organization*. WHO-Covid 19 dashboard:  
<https://data.who.int/dashboards/covid19/cases?n=c>

## ANEXOS

### Figura 1.

*Zona de estudio – “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.”*



*Nota.* Imagen tomada por el autor

### Figura 2.

*Zona de estudio – Fachada*



*Nota.* Imagen tomada por el autor.



**Tabla 21.**

*Matriz de operacionalización – V1*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	ESCALA	METODOLOGÍA
<b>V1: SUPERVISIÓN - CONTROL</b>	El control es un proceso que permite verificar y asegurar que los recursos que maneja la organización sean usados de manera adecuada y en función de los objetivos organizacionales. Para ello, la dirección elabora un conjunto de normas y emplea una serie de mecanismos de monitoreo en todos los niveles de la organización. (Arbaiza Fermi, Administración pública y privada, 2019)	<i>La variable pertenece a un enfoque mixto, se operacionalizó por cuatro dimensiones, de las cuales son: Cultura organizacional, Liderazgo y gestión, Formación y capacitación, Cumplimiento y normativas; dichas sub categorías se disgregan en indicadores e índices, constituyendo así la categoría.</i>	<b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	Valores y principios	Compromiso con la Calidad Orientación al Cliente Innovación y Mejora Continua	ORDINAL	El tipo de investigación es básica, diseño no experimental, enfoque mixto, nivel correlacional descriptivo, y corte transversal.  Los participantes son 715, la muestra de 267 clientes del sector privado, el muestreo es no probabilístico e intencionado, y el escenario de estudio será en el distrito del Juliaca, en "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C."
				Ética y Transparencia	Transparencia en el Proceso Ética Profesional Confianza en el Servicio		
				Estilo de Liderazgo	Efectividad del Liderazgo Inspiración y Motivación Toma de Decisiones		
					Comunicación Interna		
			Competencias del Personal	Conocimientos Técnicos Habilidades Prácticas Profesionalismo			
				Programas de Capacitación	Actualización Continua Eficacia de la Capacitación Adaptabilidad a Nuevas Tecnologías		
			Conocimiento de Normativas	Conocimientos del Personal Explicación de Normativas Actualización en Normativas			
				Cumplimiento Efectivo	Adherencia a Normativas Transparencia en el Cumplimiento Confianza del Servicio		

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 22.**

*Matriz de operacionalización – V2*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	ESCALA	METODOLOGÍA
<b>V2: DESERCIÓN DEL CLIENTE</b>	<p>Muchas organizaciones pierden clientes debido a la mala calidad de sus bienes o al desempeño deficiente en sus servicios. Por lo general esto deriva de la falta de consideración por parte de los gerentes de operaciones del impacto económico que causa la pérdida de los clientes cuando recortan al personal de servicio o no mejoran el diseño de sus productos. De igual forma, muchas organizaciones no comprenden el valor económico de los nuevos clientes potenciales cuando evalúan las propuestas para mejorar los bienes o servicios desde un punto de vista estrictamente económico. Así, deben comprender cómo la satisfacción y la lealtad del cliente afectan a las utilidades. Una forma de hacer esto es calcular el valor económico de los buenos clientes. (Collier y Evans, 2019)</p>	<p><i>La variable pertenece a un enfoque mixto, se operacionalizó por cuatro dimensiones, de las cuales son: Satisfacción del cliente, Experiencia en el centro de revisión, Mantenimiento y servicios adicionales, Percepción del valor; dichas sub categorías se disgregan en indicadores e índices, constituyendo así la categoría.</i></p>	<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	Calidad del Servicio	Precisión de las Revisiones Consistencia en los Resultados Profesionalismo del Personal	ORDINAL	La técnica de recolección de datos es Encuesta (cuestionario en Google forms), y Observación (Fichas de observación) el procesador de datos que se utilizará, será el AtLAS. ti.9.
				Atención al cliente	Cortesía y Amabilidad del Personal Eficacia en la Resolución de Problemas Seguimiento Post-revisión		
				Proceso de Revisión	Facilidad del Proceso Transparencia del Proceso		
			<b>EXPERIENCIA EN EL CENTRO DE REVISIÓN</b>	Instalaciones y Comodidades	Comodidad de las Instalaciones Tiempo de Espera		
				<b>MANTENIMIENTO DE SERVICIOS ADICIONALES</b>	Calidad del Mantenimiento		
			Costos de Mantenimiento		Percepción de los Costos Comparación de Precios		
			<b>PERCEPCIÓN DEL VALOR</b>		Relación Calidad - Precio		
				Beneficios Adicionales	Valor de los Servicios Adicionales Impacto de Promociones y Descuentos		
					Programas de Fidelización		

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 23.**

*Matriz de consistencia*

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
<p>¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024?</p>	<p>Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.</p>	<p>La supervisión-control se relaciona significativamente con la deserción del cliente en la empresa “CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” del distrito de Juliaca, Puno, 2024.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
<p>¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio?</p>	<p>Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.</p>	<p>La supervisión-control se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad de servicio.</p>
<p>¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión?</p>	<p>Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.</p>	<p>La supervisión-control se relaciona significativamente experiencia del cliente en el centro de revisión en cuanto al proceso de revisión.</p>
<p>¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento?</p>	<p>Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.</p>	<p>La supervisión-control se relaciona significativamente con el mantenimiento y servicios adicionales en cuanto a la calidad del mantenimiento.</p>
<p>¿De qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio?</p>	<p>Determinar de qué manera la supervisión-control se relaciona con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.</p>	<p>La supervisión-control se relaciona significativamente con la percepción del valor en cuanto a la relación calidad-precio.</p>

*Nota.* Elaborado por el autor.

### Figura 3.

Población - Información estadística brindada por la empresa "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C." – Mes de Abril



**CARTA AUTOMAX-2024- N°008**

Señor:

DIRECTOR DE LA DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Lima. -

**Asunto: REMITE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE VEHÍCULOS INSPECCIONADOS**

De mi mayor consideración,

CITV REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES AUTOMAX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, con R.U.C. N° 20807470485, debidamente representado por su Gerente Sr. Norberht Brumer Calla Tapia, con DNI Nro. 44427157, con domicilio en la avenida sin nombre lote I-3-3-B parque industrial Taparachi, Juliaca de la Provincia De San Roman del Departamento de Puno; con poder inscrito en la partida electrónica N° 11243040 de la oficina registral de Juliaca de la zona registral N° XIII-Sede Tacna , de la superintendencia de registros públicos – SUNARP , con resolución directoral R.D. N°0125-2022-MTC/17.03 para operar como CITV, con el debido respeto me dirijo a usted para manifestar lo siguiente:

Según el Manual de Inspecciones técnicas vehiculares DS025-2008 MTC artículo 48.11, remitimos la información estadística de los vehículos inspeccionados correspondientes al pasado mes de ABRIL 2024.

Muy atentamente,

**Ing. Norberht Brumer Calla Tapia**  
**GERENTE GENERAL**  
**REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES**  
**AUTOMAX SAC**

c.c

Archivo.

Anexos: 1.-CITV AUTOMAX REPORTE ESTADISTICO ABRIL 2024

Av. Sin Nombre Lote I-3-3-B Parque Industrial Taparachi, distrito de Juliaca, Provincia de San Roman, Departamento de Puno  
Cel.: 960 140746 - correo: citv.automax@gmail.com

Nota. Documento brindado por la empresa "AUTOMAX".

## Figura 4.

*Población - Información estadística brindada por la empresa "CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C." – Mes de Mayo*



**CARTA AUTOMAX-2024- N°008**

Señor:

DIRECTOR DE LA DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

Lima. -

**Asunto: REMITE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE VEHÍCULOS INSPECCIONADOS**

---

De mi mayor consideración,

CITV REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES AUTOMAX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, con R.U.C. N° 20807470465, debidamente representado por su Gerente Sr. Norberht Brumer Calla Tapia, con DNI Nro. 44427157, con domicilio en la avenida sin nombre lote I-3-3-B parque industrial Taparachi, Juliaca de la Provincia De San Roman del Departamento de Puno; con poder inscrito en la partida electrónica N° 11243040 de la oficina registral de Juliaca de la zona registral N° XIII-Sede Tacna, de la superintendencia de registros públicos – SUNARP, con resolución directoral R.D. N°0125-2022-MTC/17.03 para operar como CITV, con el debido respeto me dirijo a usted para manifestar lo siguiente:

Según el Manual de Inspecciones técnicas vehiculares DS025-2008 MTC artículo 48.11, remitimos la información estadística de los vehículos inspeccionados correspondientes al pasado mes de MAYO 2024.

Muy atentamente,

CITV REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES  
AUTOMAX S.A.C.  
Norberht Brumer Calla Tapia  
GERENTE GENERAL

---

**Ing. Norberht Brumer Calla Tapia**  
**GERENTE GENERAL**  
**REVISIONES TÉCNICAS VEHICULARES**  
**AUTOMAX SAC**

c.c

Archivo.

Anexos: 1.-CITV AUTOMAX REPORTE ESTADISTICO MAYO 2024

Av. Sin Nombre Lote I-3-3-B Parque Industrial Taparachi, distrito de Juliaca, Provincia de San Roman, Departamento de Puno  
Cel.: 960 140746 - correo: citv.automax@gmail.com

*Nota.* Documento brindado por la empresa "AUTOMAX".





**Figura 7.***Ficha de Validación – 1*

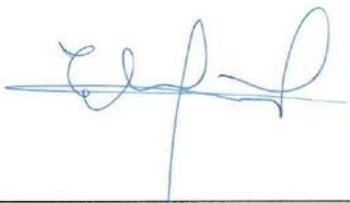
## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	VARIABLE; SUPERVISIÓN – CONTROL
Nombres y apellidos del experto	EDWIN FLORES CASTILLÓN
Documento de identidad	10797168
Años de experiencia en el área	26 AÑOS
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	PERUANA
Institución	ICAP
Cargo	DIRECTOR
Número telefónico	+51367857
Firma	
Fecha	junio del 2024

Nota. Guía de RVI, N°0.81

**Figura 8.***Ficha de Validación - 2*

## FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	VARIABLE; DESERCIÓN DEL CLIENTE
Nombres y apellidos del experto	EDWIN FLORES CASTILLÓN
Documento de identidad	10797168
Años de experiencia en el área	26 AÑOS
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	PERUANA
Institución	ICAP
Cargo	DIRECTOR
Número telefónico	+51367857
Firma	
Fecha	junio del 2024


Nota. Guía de RVI, N°0.81



**Figura 9.**

*Ficha de Validación – 3*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	VARIABLE; DESERCIÓN DEL CLIENTE
Nombres y apellidos del experto	SEGUNDO ORTIZ CANSAYA
Documento de identidad	29309750
Años de experiencia en el área	26 AÑOS
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	PERUANA
Institución	EPG
Cargo	CONSULTOR
Número telefónico	+51322213
Firma	
Fecha	junio del 2024

*Nota.* Guía de RVI, N°0.81

**Figura 10.**

*Ficha de Validación – 4*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	VARIABLE; SUPERVISIÓN-CONTROL
Nombres y apellidos del experto	SEGUNDO ORTIZ CANSAYA
Documento de identidad	29309750
Años de experiencia en el área	26 AÑOS
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	PERUANA
Institución	EPG
Cargo	CONSULTOR
Número telefónico	+51322213
Firma	
Fecha	junio del 2024

*Nota.* Guía de RVI, N°0.81

**Figura 11.**

*Ficha de Validación – 5*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

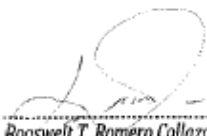
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	REGISTRO DE VARIABLE; SUPERVISIÓN-CONTROL
Nombres y apellidos del experto	TEÓFANES R. ROMERO COLLAZOS
Documento de identidad	43445645
Años de experiencia en el área	19 AÑOS
Máximo Grado Académico	MAGISTER
Nacionalidad	PERUANA
Institución	DRM
Cargo	SUPERVISOR
Número telefónico	+51 901124752
Firma	
Fecha	junio de 2024

*Nota.* Guía de RVI, N°0.81

**Figura 12.**

*Ficha de Validación – 6*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	REGISTRO DE VARIABLE; SUPERVISIÓN-CONTROL
Nombres y apellidos del experto	
Documento de identidad	43445645
Años de experiencia en el área	19
Máximo Grado Académico	MAGISTER
Nacionalidad	PERUANA
Institución	DRM
Cargo	SUPERVISOR
Número telefónico	+51901124752
Firma	 Roosvelt T. Romero Collazos INGENIERO CIVIL CIP- 82513 JEFE SUPERVISOR
Fecha	junio de 2024

*Nota.* Guía de RVI, N°0.81

**Figura 13.**

*Ficha de Validación – 7*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	REGISTRO DE VARIABLE; DESERCIÓN DEL CLIENTE
Nombres y apellidos del experto	RENÉ WILFREDO ACEITUNO FUENTES
Documento de identidad	02375897
Años de experiencia en el área	20 AÑOS
Máximo Grado Académico	INGENIERO
Nacionalidad	PERUANA
Institución	AUTOMAX SAC
Cargo	SUPERVISOR CITV AUTOMAX SAC.
Número telefónico	+51945660860
Firma	 Ing° René Aceituno Fuentes INGENIERO MECÁNICO ELECTRICISTA C.I.P. 87715
Fecha	junio de 2024

Nota. Guía de RVI, N°0.81

**Figura 14.**

*Ficha de Validación – 8*

**FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO**

Nombre del instrumento	CUESTIONARIO
Objetivo del instrumento	REGISTRO DE VARIABLE; SUPERVISIÓN-CONTROL
Nombres y apellidos del experto	RAMIRO WILLY PERALTA URÍA
Documento de identidad	2530786
Años de experiencia en el área	22
Máximo Grado Académico	DOCTOR
Nacionalidad	BOLIVIANA
Institución	IIMEC
Cargo	DIRECTOR
Número telefónico	+5912205000
Firma	 Dr. Ing. Ramiro Peralta Uría DIRECTOR Instituto de Investigaciones Mecánicas
Fecha	junio de 2024

Nota. Guía de RVI, N°0.81

**Figura 15.**

Validación por V-aiken – Variable 1

**CUADRO DE V DE AIKEN**

1 PERTINENCIA
2 RELEVANCIA
3 CLARIDAD

<b>JUECES</b>
EDWIN FLORES
SEGUNDO ORTIZ
TEÓFANES ROMERO
RENÉ ACEITUNO
WILI RAMIRO

V1; Supervisión-control		EDWIN FLORES			SEGUNDO ORTIZ			TEÓFANES ROMERO			RENÉ ACEITUNO			WILI RAMIRO			RESUMEN TOTAL			TOTAL	V DE AIKEN	CONDICIÓN
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	Percibo que la empresa se compromete firmemente con la calidad durante las revisiones técnicas de mi vehículo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
2	La empresa proporciona información clara y detallada sobre el proceso de revisión técnica y los resultados obtenidos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
3	Siento que los líderes de la empresa inspiran y motivan al personal a brindar un servicio de alta calidad en las revisiones técnicas.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
4	El personal de la empresa responde rápidamente a cualquier duda o inquietud que pueda tener sobre el proceso de revisión técnica.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
5	El personal se comporta de manera profesional y competente durante la revisión técnica de mi vehículo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
6	Percibo que el personal recibe formación continua y está al tanto de las últimas normativas y tecnologías.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
7	El personal me explica claramente las normativas y regulaciones que se aplican a la revisión técnica de mi vehículo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
8	Tengo confianza en que las revisiones técnicas se realizan de manera conforme a las normativas y regulaciones aplicables.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido

**1.00 Valido**

Nota. Elaborado por el autor.

**Figura 16.**

*Validación por V-aiken – Variable 2*

**CUADRO DE V DE AIKEN**

1 PERTINENCIA
2 RELEVANCIA
3 CLARIDAD

JUECES
EDWIN FLORES
SEGUNDO ORTIZ
TEÓFANES ROMERO
RENÉ ACEITUNO
WILI RAMIRO

V2; Deserción del cliente		EDWIN FLORES			SEGUNDO ORTIZ			TEÓFANES ROMERO			RENÉ ACEITUNO			WILI RAMIRO			RESUMEN TOTAL			TOTAL	V DE AIKEN	CONDICIÓN
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	Los resultados de las revisiones técnicas son consistentes y coherentes cada vez que visito.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
2	El centro de revisión maneja y resuelve mis problemas o quejas de manera eficiente.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
3	Cada paso del proceso de revisión técnica y los resultados me fueron explicados claramente.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
4	El tiempo de espera para completar la revisión técnica de mi vehículo es razonable y aceptable.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
5	Las reparaciones y mantenimientos sugeridos por el centro de revisión han mejorado significativamente el rendimiento de mi vehículo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
6	Comparado con otros centros de revisión, creo que los costos aquí son competitivos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
7	El costo de la revisión técnica se justifica por la calidad del servicio y los resultados obtenidos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido
8	Las promociones y descuentos disponibles hacen que el servicio de revisión técnica sea más atractivo para mí.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	15	1.00	Valido

**1.00 Valido**

*Nota.* Elaborado por el autor.

Figura 17.

Confiabilidad - Test

TEST 16-06-2024																	
ENCUESTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	SUMA
E1	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	58
E2	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	54
E3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
E4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	54
E5	2	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	54
E6	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
E7	4	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	51
E8	2	3	2	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	52
E9	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	49
E10	3	4	4	2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	51
<b>VARIANZA</b>	<b>0.65</b>	<b>0.69</b>	<b>0.36</b>	<b>0.49</b>	<b>0.69</b>	<b>0.41</b>	<b>0.56</b>	<b>0.24</b>	<b>0.61</b>	<b>0.24</b>	<b>0.25</b>	<b>0.45</b>	<b>0.25</b>	<b>0.16</b>	<b>0.16</b>	<b>0.00</b>	<b>17.65</b>

ALFA DE CRONBACH / TEST		
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$		
<b>α:</b>	Coeficiente de confiabilidad del cuestionario	<b>0.69</b>
<b>k:</b>	Número de ítems del instrumento	<b>16</b>
$\sum_{i=1}^k S_i^2$ :	Sumatoria de las varianzas de los ítems.	<b>6.21</b>
$S_T^2$ :	Varianza total del instrumento.	<b>17.65</b>

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
<b>0.66 a 0.71</b>	<b>Muy confiable</b>
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Nota. Elaborado por el autor.

Figura 18.

Confiabilidad - Retest

RETEST 22-06-2024																	
ENCUESTADOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	SUMA
E1	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	58
E2	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	54
E3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
E4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	54
E5	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	56
E6	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
E7	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	50
E8	2	3	2	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	52
E9	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	49
E10	3	4	4	2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	4	51
<b>VARIANZA</b>	<b>0.65</b>	<b>0.69</b>	<b>0.36</b>	<b>0.49</b>	<b>0.69</b>	<b>0.41</b>	<b>0.56</b>	<b>0.25</b>	<b>0.61</b>	<b>0.24</b>	<b>0.25</b>	<b>0.45</b>	<b>0.25</b>	<b>0.16</b>	<b>0.16</b>	<b>0.00</b>	<b>18.64</b>

ALFA DE CRONBACH / RETEST		
$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$		
<b>α:</b>	Coeficiente de confiabilidad del cuestionario	<b>0.71</b>
<b>k:</b>	Número de ítems del instrumento	<b>16</b>
$\sum_{i=1}^k S_i^2$ :	Sumatoria de las varianzas de los ítems.	<b>6.22</b>
$S_T^2$ :	Varianza total del instrumento.	<b>18.64</b>

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
<b>0.66 a 0.71</b>	<b>Muy confiable</b>
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Nota. Elaborado por el autor.

**Figura 19.**

*Confiabilidad final*

TEST / RETEST			
ENCUESTADOS	TEST	RE-TEST	SUMA
E1	58	58	116
E2	54	54	108
E3	64	64	128
E4	54	54	108
E5	54	56	110
E6	58	58	116
E7	51	50	101
E8	52	52	104
E9	49	49	98
E10	51	51	102
<b>VARIANZA</b>	<b>17.65</b>	<b>18.64</b>	<b>72.09</b>

**ALFA DE CRONBACH / TEST -RETEST**

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

<b>α:</b>	Coficiente de confiabilidad del cuestionario	<b>0.99</b>
<b>k:</b>	Número de ítems del instrumento	2
$\sum_{i=1}^K S_i^2$ :	Sumatoria de las varianzas de los ítems.	36.290
$S_T^2$ :	Varianza total del instrumento.	72.090

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
<b>0.72 a 0.99</b>	<b>Excelente confiabilidad</b>
1	Confiabilidad perfecta

*Nota.* Elaborado por el autor.



**Figura 20***Base de datos (1) de las encuestas.*

	SUPERVISIÓN-CONTROL								DESERCIÓN DEL CLIENTE																	
	CULTURA ORGANIZACIONAL		LIDERAZGO Y GESTIÓN		FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN		CUMPLIMIENTO Y NORMATIVAS		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		EXPERIENCIA EN EL CENTRO DE REVISIÓN		MANTENIMIENTO DE SERVICIOS ADICIONALES		PERCEPCIÓN DEL VALOR											
E-1	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	V1	V2	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8
E-2	4	3	4	5	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	31	29	7	9	7	8	7	8	7	7
E-3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	28	27	7	6	7	8	6	7	7	7
E-4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	35	30	8	10	9	8	7	7	8	8
E-5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	32	30	9	7	7	9	8	7	8	7
E-6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	32	8	8	8	8	8	8	8	8
E-7	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	32	9	9	9	9	8	8	8	8
E-8	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	29	31	8	6	7	8	8	8	8	7
E-9	4	3	3	4	4	2	3	3	2	3	4	4	3	4	4	2	26	26	7	7	6	6	5	8	7	6
E-10	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	30	25	9	7	7	7	6	5	7	7
E-11	3	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	26	28	6	7	5	8	7	7	7	7
E-12	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	31	30	9	8	6	8	7	6	9	8
E-13	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3	5	2	4	4	4	4	32	30	9	7	7	9	7	7	8	8
E-14	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	31	32	7	8	8	8	9	7	8	8
E-15	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	31	31	9	7	7	8	8	8	8	7
E-16	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	30	27	7	7	7	9	6	7	7	7
E-17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	31	28	8	7	8	8	7	7	7	7
E-18	3	3	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	5	4	3	28	30	6	7	7	8	7	8	8	7
E-19	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	31	34	8	7	7	9	8	9	9	8
E-20	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	3	4	5	3	30	29	8	7	7	8	6	8	7	8
E-21	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	31	28	8	7	8	8	6	8	7	7
E-22	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	35	32	9	9	8	9	8	9	8	7
E-23	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	28	27	7	7	7	7	6	7	7	7
E-24	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	34	37	10	8	7	9	10	9	8	10
E-25	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	34	33	9	9	8	8	8	8	8	9
E-26	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	24	26	6	7	7	4	6	7	7	6
E-27	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	28	26	8	7	6	7	6	6	7	7
E-28	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	29	25	7	7	7	8	6	6	7	6
E-29	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	30	26	8	7	8	7	6	7	7	6
E-30	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	37	37	10	9	9	9	9	9	9	10
E-31	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	29	27	7	7	7	8	6	7	7	7
E-32	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	32	29	8	8	7	9	7	7	7	8
E-33	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	27	27	7	6	7	7	6	7	7	7
E-34	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	35	37	8	9	8	10	10	9	9	9
E-35	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	34	33	8	8	9	9	8	8	9	8
E-36	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	30	28	8	7	7	8	7	7	7	7
E-37	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	37	37	10	9	9	9	10	9	9	9
E-38	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	26	23	7	7	7	5	5	5	7	6
E-39	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	26	27	6	7	6	7	6	8	7	6
E-40	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	24	23	7	5	6	6	6	5	6	6
E-41	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	26	23	7	6	6	7	6	6	6	5
E-42	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	34	37	8	7	9	10	9	9	9	10

## Figura 21

Base de datos (2) de las encuestas.

E-43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	40	38	10	10	10	10	10	9	9	9	10
E-44	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	29	37	7	7	8	7	9	9	9	9	10
E-45	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	29	31	8	7	7	7	8	7	8	8	8
E-46	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	31	33	8	7	7	9	8	8	8	9	9
E-47	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	26	26	6	7	7	6	6	7	7	6	6
E-48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	32	35	8	8	8	8	8	8	9	10	10
E-49	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	23	23	7	5	6	5	5	6	6	6	6
E-50	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	27	25	7	7	6	7	6	6	7	6	6
E-51	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	4	3	3	28	27	7	7	7	7	6	8	7	6	6
E-52	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	30	28	8	7	8	7	7	7	7	7	7
E-53	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	35	38	8	9	8	10	9	9	10	10	10
E-54	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	25	24	6	6	6	7	6	5	7	6	6
E-55	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	30	30	8	8	6	8	7	8	7	8	8
E-56	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	25	27	5	6	7	7	6	8	7	6	6
E-57	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	30	31	7	7	8	8	8	9	6	8	8
E-58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	32	35	8	8	8	8	9	8	8	10	10
E-59	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	28	26	8	6	7	7	6	7	7	6	6
E-60	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	4	2	3	24	22	7	5	5	7	5	5	7	5	5
E-61	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	28	24	6	8	7	7	6	6	6	6	6
E-62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	32	29	8	8	8	8	7	7	6	9	9
E-63	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	24	26	7	6	5	6	6	7	7	6	6
E-64	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	28	27	7	7	7	7	6	6	7	6	8
E-65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	32	32	8	8	8	8	8	7	9	8	8
E-66	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	26	32	8	7	4	7	8	8	8	8	8
E-67	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	31	29	9	7	7	8	8	8	6	7	7
E-68	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	2	4	5	3	32	29	8	8	7	9	8	7	6	8	8
E-69	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	27	28	7	6	7	7	6	8	7	7	7
E-70	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	36	39	8	9	9	10	10	9	10	10	10
E-71	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	4	2	4	5	4	5	29	33	8	6	8	7	9	6	9	9	9
E-72	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	30	27	8	7	7	8	6	8	7	6	6
E-73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	32	32	8	8	8	8	8	7	8	9	9
E-74	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3	5	3	3	5	3	3	31	29	7	8	8	8	7	8	8	6	6
E-75	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	35	30	8	9	9	9	7	8	7	8	8
E-76	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	33	31	8	8	8	9	7	8	8	8	8
E-77	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	30	29	7	8	8	8	7	7	8	7	7
E-78	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	33	31	8	8	8	9	8	8	8	7	8
E-79	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	22	18	6	5	5	6	5	5	5	3	3
E-80	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35	32	8	9	9	9	8	8	8	8	8
E-81	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	22	18	6	6	6	4	5	4	5	4	4
E-82	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	1	3	19	20	6	5	3	5	5	6	5	4	4
E-83	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2	3	26	22	5	7	7	7	6	6	5	5	5
E-84	3	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	28	23	7	7	6	8	6	6	6	5	5
E-85	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	28	23	7	7	7	7	6	6	6	5	5
E-86	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	31	29	7	8	8	8	7	7	7	8	8
E-87	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	33	36	8	8	8	8	8	9	9	10	10
E-88	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	25	23	6	7	6	6	6	5	6	6	6
E-89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	32	32	8	8	8	8	8	7	9	8	8

## Figura 22

Base de datos (3) de las encuestas.

E-90	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	36	37	9	9	10	8	8	9	10
E-91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	32	35	8	8	8	8	8	8	9
E-92	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	35	32	8	9	9	9	8	8	8
E-93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	32	30	8	8	8	8	7	8	7
E-94	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	31	31	8	8	8	7	7	8	8
E-95	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	22	17	6	5	5	6	5	5	4
E-96	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	34	33	8	8	9	9	8	8	9
E-97	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	26	24	6	7	6	7	6	6	7
E-98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	32	34	8	8	8	8	8	8	9
E-99	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	26	26	6	6	7	7	6	7	7
E-100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	32	33	8	8	8	8	8	8	9
E-101	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	25	26	6	6	6	7	6	7	7
E-102	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	26	24	6	7	6	7	6	7	5
E-103	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	35	32	8	9	10	8	8	6	9
E-104	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	28	24	7	7	7	7	6	5	7
E-105	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	26	24	7	6	6	7	6	5	7
E-106	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	26	22	8	6	6	6	6	5	6
E-107	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	21	20	6	5	5	5	6	4	6
E-108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	32	33	8	8	8	8	8	8	9
E-109	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	26	24	7	7	6	6	6	6	7
E-110	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	26	25	8	5	6	7	6	7	6
E-111	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	32	32	8	9	8	7	8	7	7
E-112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	32	27	8	8	8	8	8	7	7
E-113	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	34	37	8	9	8	9	8	9	10
E-114	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	31	30	8	8	7	8	8	7	7
E-115	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	21	22	5	5	6	5	6	6	5
E-116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	32	29	8	8	8	8	7	8	7
E-117	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	37	33	9	9	10	9	8	9	8
E-118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	32	33	8	8	8	8	7	8	9
E-119	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	23	19	6	6	5	6	5	5	5
E-120	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	26	23	6	7	6	7	6	6	6
E-121	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	29	32	8	7	7	7	9	9	7
E-122	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	33	32	8	8	8	9	8	7	9
E-123	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	25	22	6	6	6	7	6	5	6
E-124	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	28	25	7	7	7	7	6	6	7
E-125	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	33	33	8	8	8	9	8	8	8
E-126	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	29	27	7	7	7	8	8	8	6
E-127	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	26	25	7	6	6	7	6	6	7
E-128	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	27	24	7	7	6	7	6	6	7
E-129	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	35	33	8	9	9	9	8	8	8
E-130	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	25	23	7	5	6	7	6	7	6
E-131	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	35	34	8	9	9	9	8	8	9
E-132	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	25	23	7	5	6	7	6	6	6
E-133	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	27	24	7	7	6	7	6	7	5
E-134	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	27	24	7	6	7	7	6	6	7
E-135	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	27	24	7	7	7	6	6	6	7
E-136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	32	30	8	8	8	8	7	8	7

**Figura 23**

*Base de datos (4) de las encuestas.*

E-137	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	28	25	6	7	8	7	6	6	7	6	
E-138	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	35	33	8	9	9	9	8	8	8	9	
E-139	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	26	23	7	6	6	7	6	7	5	5	
E-140	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	33	33	8	8	8	9	8	8	8	9	
E-141	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	30	30	7	7	8	8	8	7	8	7	
E-142	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	26	24	6	7	6	7	6	6	7	5	
E-143	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	33	31	8	9	8	8	8	8	7	8	
E-144	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	22	23	5	5	6	6	6	5	6	6	
E-145	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	25	25	7	5	6	7	7	6	7	5	
E-146	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	31	28	8	8	8	7	6	7	7	8	
E-147	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	34	32	8	9	9	8	8	7	8	9	
E-148	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	31	32	8	7	8	8	8	8	8	8	
E-149	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	26	23	6	7	6	7	6	6	6	5	
E-150	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33	32	8	8	8	9	8	8	8	8	
E-151	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	33	32	8	8	8	9	8	8	8	8	
E-152	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	27	24	7	6	6	8	6	6	6	6	
E-153	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	25	25	6	6	6	7	6	6	7	6	
E-154	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	26	23	6	7	6	7	6	6	6	5	
E-155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	32	32	8	8	8	8	8	7	9	8	
E-156	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	26	24	6	6	7	7	6	6	6	6	
E-157	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33	33	8	8	8	9	8	8	9	8	
E-158	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	31	31	8	8	7	8	8	7	8	8	
E-159	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	27	21	7	7	6	7	5	5	6	5	
E-160	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	23	18	6	5	6	6	5	5	5	3	
E-161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	32	35	8	8	8	8	9	9	9	8	
E-162	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	23	20	6	5	6	6	6	4	6	4	
E-163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	32	31	8	8	8	8	8	8	8	7	
E-164	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	29	24	7	7	7	8	6	6	7	5	
E-165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	32	30	8	8	8	8	8	6	8	8	
E-166	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	29	30	7	7	7	8	8	7	7	8	
E-167	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	33	34	8	8	8	9	8	8	9	9	
E-168	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	27	25	7	6	7	7	6	7	6	6	
E-169	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	26	24	6	7	6	7	6	7	6	5	
E-170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32	27	8	8	8	8	7	8	6	6	
E-171	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	1	28	22	7	7	7	7	6	7	5	4	
E-172	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	34	37	8	9	8	9	8	9	10	10	
E-173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	32	8	8	8	8	8	8	8	8	
E-174	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	24	21	6	6	6	6	6	5	5	5	
E-175	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	34	32	8	9	8	9	8	8	8	8	
E-176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	32	30	8	8	8	8	8	7	7	8	
E-177	3	5	2	4	3	3	4	3	2	3	4	1	2	4	1	27	19	8	6	6	6	7	5	5	6	3
E-178	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	24	24	6	6	6	6	6	5	7	6	
E-179	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	36	36	8	9	9	10	9	9	10	8	
E-180	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	26	23	8	6	6	6	6	6	7	4	
E-181	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	30	24	8	7	8	7	6	7	5	6	
E-182	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	32	25	8	8	8	8	6	7	6	6	
E-183	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	2	2	3	2	27	21	6	7	7	7	5	6	5	5	

## Figura 24

Base de datos (5) de las encuestas.

E-184	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	33	33	8	8	8	9	8	8	9	8	
E-185	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	38	40	10	10	8	10	10	10	10	10
E-186	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	31	30	8	8	7	8	8	7	8	7	
E-187	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	33	32	8	8	8	9	8	8	8	8	
E-188	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	3	32	30	9	6	8	9	8	7	8	7	
E-189	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	21	18	5	6	4	6	5	5	5	3	
E-190	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	29	21	6	7	8	8	6	5	5	5	
E-191	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3	32	31	8	7	8	9	8	7	9	7	
E-192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	32	29	8	8	8	8	8	7	8	6	
E-193	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	34	29	8	9	8	9	8	6	8	7	
E-194	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	32	33	8	8	8	8	8	8	9	8	
E-195	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3	33	31	8	8	8	9	8	7	9	7	
E-196	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	23	16	5	6	6	6	4	4	5	3	
E-197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	40	39	10	10	10	10	10	10	10	9	
E-198	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	23	21	5	6	6	6	6	5	6	4	
E-199	3	3	3	5	4	3	5	3	3	3	5	3	3	4	3	3	29	27	6	8	7	8	6	8	7	6	
E-200	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	23	21	5	6	6	6	6	5	6	4	
E-201	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	28	28	8	7	6	7	7	7	7	7	
E-202	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	39	37	10	10	10	9	10	9	9	9	
E-203	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	2	2	25	19	6	6	6	7	5	5	5	4	
E-204	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	22	24	6	6	6	4	6	6	6	6	
E-205	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	2	30	24	8	8	7	7	6	6	7	5	
E-206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	32	31	8	8	8	8	8	8	7	8	
E-207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	32	31	8	8	8	8	8	8	8	7	
E-208	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	24	23	6	6	6	6	6	6	6	5	
E-209	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	22	22	5	5	6	6	6	6	5	5	
E-210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	32	31	8	8	8	8	8	7	9	7	
E-211	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	26	23	6	6	7	7	6	6	6	5	
E-212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	32	33	8	8	8	8	8	8	9	8	
E-213	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	32	33	8	8	8	8	8	8	9	8	
E-214	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	24	22	5	5	7	7	6	6	5	5	
E-215	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	31	23	8	8	8	7	6	7	5	5	
E-216	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	28	26	6	7	8	7	6	7	7	6	
E-217	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	29	32	8	7	7	7	8	8	9	7	
E-218	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	25	20	6	6	6	7	6	6	5	3	
E-219	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	25	21	7	5	6	7	6	5	5	5	
E-220	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	25	19	7	6	6	6	6	5	5	3	
E-221	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	26	21	7	6	6	7	6	5	6	4	
E-222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	32	32	8	8	8	8	8	9	9	6	
E-223	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21	24	5	4	6	6	6	6	6	6	
E-224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	32	29	8	8	8	8	8	7	8	6	
E-225	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	29	28	8	7	7	7	7	7	8	6	
E-226	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	25	23	7	6	6	6	6	6	6	5	
E-227	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	33	33	8	8	8	9	8	8	9	8	
E-228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	32	30	8	8	8	8	8	8	7	7	
E-229	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	25	24	6	6	6	7	6	7	6	5	
E-230	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31	28	8	8	8	7	7	7	7	7	

**Figura 25**

*Base de datos (6) de las encuestas.*

E-231	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	4	2	28	25	7	7	7	7	8	6	5	6
E-232	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	20	17	4	5	5	6	4	5	5	3
E-233	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	1	20	16	6	4	5	5	5	5	4	2
E-234	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	19	19	5	4	5	5	5	5	4	6
E-235	3	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	17	13	5	5	4	3	4	2	4	3
E-236	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	18	12	5	4	5	4	3	4	3	2
E-237	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	1	16	15	5	4	3	4	4	4	5	2
E-238	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	2	1	17	17	5	4	5	3	5	4	5	3
E-239	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	2	1	18	15	5	3	5	5	4	3	5	3
E-240	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	14	14	5	2	3	4	4	3	4	3
E-241	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2	21	16	5	5	5	6	5	3	5	3
E-242	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	23	17	5	6	6	6	5	4	4	4
E-243	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	1	21	16	4	5	6	6	5	4	5	2
E-244	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	2	23	17	6	6	5	6	5	4	5	3
E-245	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	25	21	7	6	6	6	6	6	6	3
E-246	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	2	2	1	21	15	5	5	5	6	5	3	4	3
E-247	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	23	19	6	5	6	6	5	5	5	4
E-248	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	23	18	6	5	6	6	6	4	5	3
E-249	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	21	22	5	4	6	6	5	5	6	6
E-250	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	3	2	20	18	5	5	4	6	5	4	5	4
E-251	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	24	20	6	6	6	6	6	5	6	3
E-252	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	22	17	5	5	6	6	5	4	5	3
E-253	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	2	20	20	5	4	5	6	6	4	6	4
E-254	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	23	21	5	6	6	6	6	5	5	5
E-255	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	22	20	5	6	5	6	6	5	5	4
E-256	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	19	18	4	5	5	5	6	5	4	3
E-257	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	22	21	5	6	6	5	5	6	6	4
E-258	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	24	20	6	6	6	6	6	5	6	3
E-259	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	21	22	5	5	5	6	5	6	6	5
E-260	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	24	20	6	6	6	6	5	5	6	4
E-261	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	3	2	20	17	5	5	4	6	5	4	5	3
E-262	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	19	21	6	4	4	5	5	6	5	5
E-263	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	2	21	18	5	5	5	6	5	4	6	3
E-264	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	2	23	20	6	6	5	6	6	4	5	5
E-265	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	1	22	17	5	6	5	6	5	5	4	3
E-266	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	2	23	20	6	6	5	6	6	4	5	5
E-267	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	1	20	18	5	4	6	5	6	4	5	3
E-268	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	1	20	17	5	5	5	5	5	4	4	4

# Figura 26

## Procesamiento de base de datos con el software IBM SPSS Statistics v.27

\*ROOSWELT - RESULTADOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 20 de 20 variables

	V1	V2	D1_V1	D2_V1	D3_V1	D4_V1	D1_V2	D2_V2	D3_V2	D4_V2	IND_09	IND_11	IND_13	IND_15	V1_REC OD	V2_REC OD	IND_09_D 1_V2_RE COD	IND_11_D 2_V2_RE COD	IND_13_D 3_V2_RE COD	IND_15_D 4_V2_RE COD	var	var	
235	18	12	5	4	5	4	3	4	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2			
236	16	15	5	4	3	4	4	4	5	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2			
237	17	17	5	4	5	3	5	4	5	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2			
238	18	15	5	3	5	5	4	3	5	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2			
239	14	14	5	2	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2			
240	21	16	5	5	5	6	5	3	5	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2			
241	23	17	5	6	6	6	5	4	4	4	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
242	21	16	4	5	6	6	5	4	5	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2			
243	23	17	6	6	5	6	5	4	5	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
244	25	21	7	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
245	21	15	5	5	5	6	5	3	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2			
246	23	19	6	5	6	6	5	5	5	4	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2			
247	23	18	6	5	6	6	6	4	5	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
248	21	22	5	4	6	6	5	5	6	6	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2			
249	20	18	5	5	4	6	5	4	5	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
250	24	20	6	6	6	6	6	5	6	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
251	22	17	5	5	6	6	5	4	5	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
252	20	20	5	4	5	6	6	4	6	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
253	23	21	5	6	6	6	6	5	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2			
254	22	20	5	6	5	6	6	5	5	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2			
255	19	18	4	5	5	5	6	5	4	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2			
256	22	21	5	6	6	5	5	6	6	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
257	24	20	6	6	6	6	6	5	6	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
258	21	22	5	5	5	6	5	6	6	5	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2			
259	24	20	6	6	6	6	5	5	6	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2			
260	20	17	5	5	4	6	5	4	5	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
261	19	21	6	4	4	5	5	6	5	5	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2			
262	21	18	5	5	5	6	5	4	6	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2			
263	23	20	6	6	5	6	6	4	5	5	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2			
264	22	17	5	6	5	6	5	5	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2			
265	23	20	6	6	5	6	6	4	5	5	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2			
266	20	18	5	4	6	5	6	4	5	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2			
267	20	17	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2			
268																							
269																							

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

Vista de datos Vista de variables Inicio

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

**Figura 27**

*Procesamiento de las variables con el software IBM SPSS Statistics v.27*

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Numérico	8	0	Supervisión - Control	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
2	V2	Numérico	8	0	Deserción del cliente	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
3	D1_V1	Numérico	8	0	Cultura organizacional	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
4	D2_V1	Numérico	8	0	Liderazgo y gestión	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
5	D3_V1	Numérico	8	0	Formación y capacitación	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
6	D4_V1	Numérico	8	0	Cumplimiento y normativas	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
7	D1_V2	Numérico	8	0	Satisfacción del cliente	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
8	D2_V2	Numérico	8	0	Experiencia en el centro de revisión	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
9	D3_V2	Numérico	8	0	Mantenimiento de servicios adicionales	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
10	D4_V2	Numérico	8	0	Percepción del Valor	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
11	IND_09	Numérico	8	0	Calidad del servicio	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
12	IND_11	Numérico	8	0	Proceso de revisión	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
13	IND_13	Numérico	8	0	Calidad de mantenimiento	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
14	IND_15	Numérico	8	0	Relación Calidad - Precio	Ninguno	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
15	V1_RECOD	Numérico	8	0	Supervisión y control	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
16	V2_RECOD	Numérico	8	0	Desercion del cliente	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
17	IND_09_D1...	Numérico	8	0	Indicador - Calidad del servicio	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
18	IND_11_D2...	Numérico	8	0	Indicador - Proceso de revisión	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
19	IND_13_D3...	Numérico	8	0	Indicador - Calidad de mantenimiento	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
20	IND_15_D4...	Numérico	8	0	Indicador - Relación Calidad - Precio	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Centro	Ordinal	Entrada
21											
22											
23											

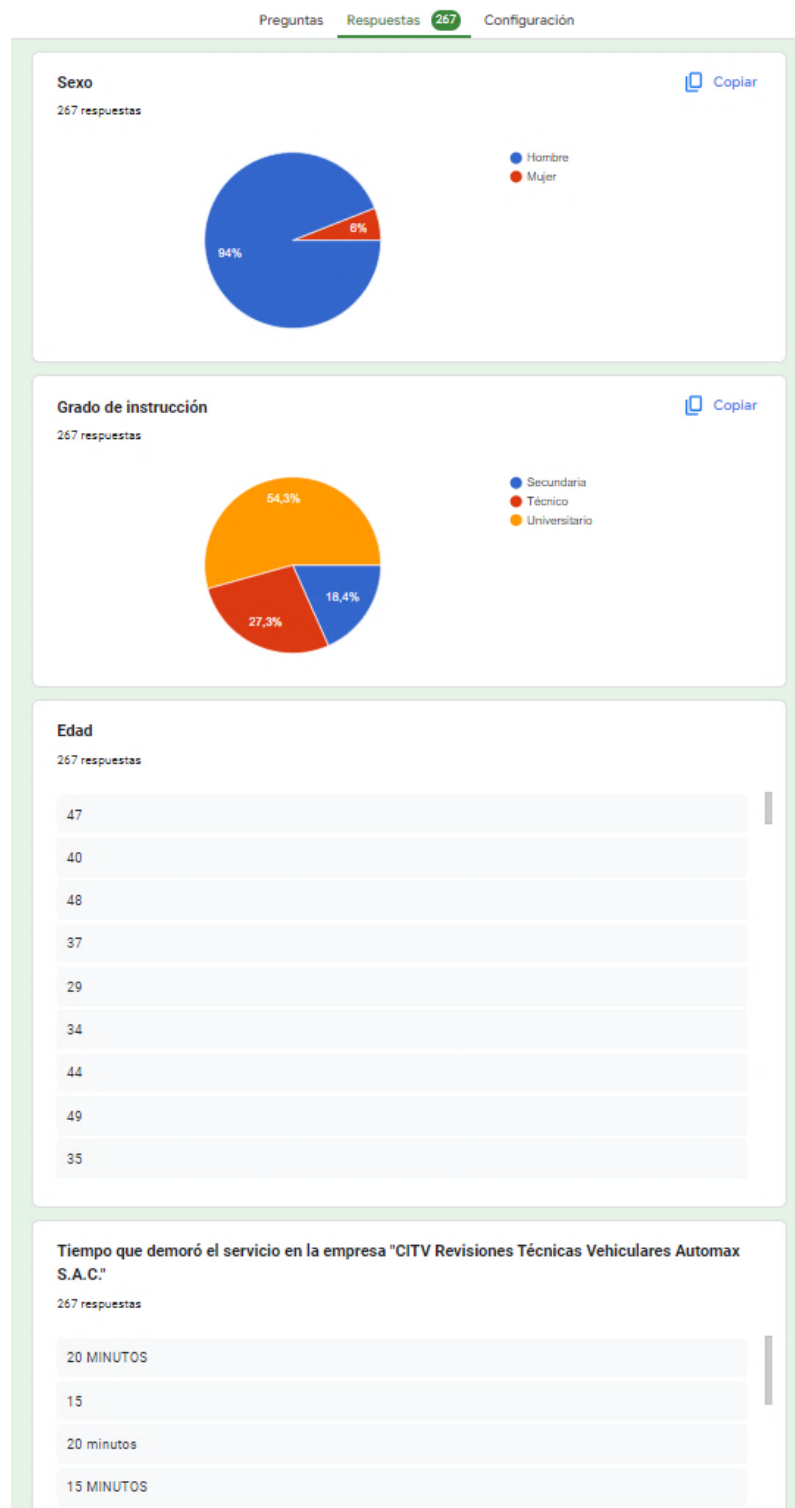
Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO



**Figura 28.**

*Formulario resuelto*



*Nota.* Imagen tomada de Google forms, elaborado por el autor.

**Tabla 24.***Encuesta de 16 preguntas*

<b>N°</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
1	Percibo que la empresa se compromete firmemente con la calidad durante las revisiones técnicas de mi vehículo.	Satisfecho	45.3
2	La empresa proporciona información clara y detallada sobre el proceso de revisión técnica y los resultados obtenidos.	Satisfecho	56.9
3	Siento que los líderes de la empresa inspiran y motivan al personal a brindar un servicio de alta calidad en las revisiones técnicas.	Neutral	47.2
4	El personal de la empresa responde rápidamente a cualquier duda o inquietud que pueda tener sobre el proceso de revisión técnica.	Satisfecho	52.4
5	El personal se comporta de manera profesional y competente durante la revisión técnica de mi vehículo.	Satisfecho	53.6
6	Percibo que el personal recibe formación continua y está al tanto de las últimas normativas y tecnologías.	Neutral	50.6
7	El personal me explica claramente las normativas y regulaciones que se aplican a la revisión técnica de mi vehículo.	Satisfecho	53.2
8	Tengo confianza en que las revisiones técnicas se realizan de manera conforme a las normativas y regulaciones aplicables.	Satisfecho	41.2
9	Los resultados de las revisiones técnicas son consistentes y coherentes cada vez que visito.	Neutral	49.4
10	El centro de revisión maneja y resuelve mis problemas o quejas de manera eficiente.	Neutral	49.4
11	Cada paso del proceso de revisión técnica y los resultados me fueron explicados claramente.	Satisfecho	54.7
12	El tiempo de espera para completar la revisión técnica de mi vehículo es razonable y aceptable.	Neutral	38.6
13	Las reparaciones y mantenimientos sugeridos por el centro de revisión han mejorado significativamente el rendimiento de mi vehículo.	Neutral	51.7
14	Comparado con otros centros de revisión, creo que los costos aquí son competitivos.	Satisfecho	42.7
15	El costo de la revisión técnica se justifica por la calidad del servicio y los resultados obtenidos.	Satisfecho	38.2
16	Las promociones y descuentos disponibles hacen que el servicio de revisión técnica sea más atractivo para mí.	Neutral	30.3

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Figura 29.**

*Ficha de Observación 1*

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1	
Categoría de estudio	Supervisión - Control Deserción del cliente
Hora	9AM
	
Observación	Diversas circunstancias laborales en el taller de revisiones, inspeccionando el vehículo Sedán M1 en la estación de análisis de gases y finalmente con un vehículo de servicio público sobre el Frenómetro.
Zona de Estudio	“CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” – Distrito de Juliaca
Autor	Romero Soto, Rooswelt Willington

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Figura 30.**

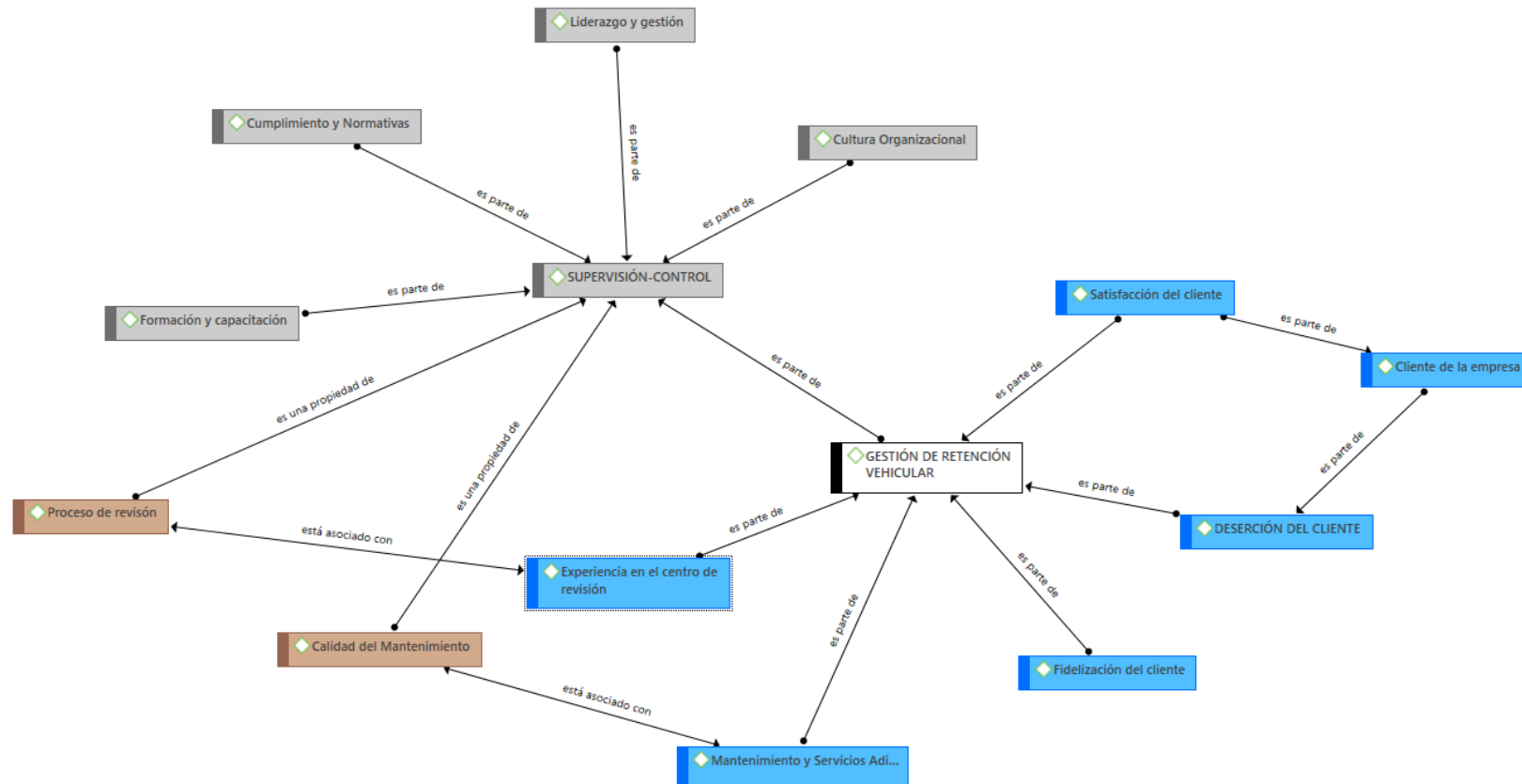
*Ficha de Observación 2*

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2	
Categoría de estudio	Supervisión - Control
	Deserción del cliente
Hora	10AM
	
	
Observación	Trabajador 1. verificando la calibración de equipos en el taller junto a los técnicos Trabajador 2 y 3 al fondo. Inspección inopinada de SUTRAN (Superintendencia de Transporte Terrestre - MTC) verificando cumplimiento del reglamento, la calidad del servicio y la atención, así como las normativas aplicadas a instalaciones, personal, equipos e instrumentos.
Zona de Estudio	“CITV Revisiones Técnicas Vehiculares Automax S.A.C.” – Distrito de Juliaca
Autor	Romero Soto, Roosevelt Willington

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Figura 31.**

*Mapa semántico de códigos*



*Nota.* Procesado en el software ATLAS ti 9, elaborado por el autor

**Figura 32.**

*Cuadro de códigos*

	● Calidad del Mantenimiento Gr=386	● Cliente de la empresa Gr=386	● Cultura Organizacional Gr=2	● Cumplimiento y Normativas Gr=24	● DESERCIÓN DEL CLIENTE Gr=34	● Experiencia en el centro de revisión Gr=24	● Fidelización del cliente Gr=57	● Formación y capacitación Gr=373	● GESTIÓN DE RETENCIÓN VEHICULAR Gr=322	● Liderazgo y gestión Gr=34	● Mantenimiento y Servicios Adicionales Gr=145	● Proceso de revisión Gr=2	● Satisfacción del cliente Gr=384	● SUPERVISIÓN-CONTROL Gr=15
● Calidad del Mantenimiento Gr=386	0	386	0	6	11	6	57	145	79	11	67	0	384	6
● Cliente de la empresa Gr=386	386	0	0	6	11	6	57	145	79	11	67	0	384	6
● Cultura Organizacional Gr=2	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	2	0	0
● Cumplimiento y Normativas Gr=24	6	6	0	0	0	24	2	10	10	0	3	0	6	1
● DESERCIÓN DEL CLIENTE Gr=34	11	11	0	0	0	0	0	11	5	34	4	0	11	0
● Experiencia en el centro de revisión Gr=24	6	6	0	24	0	0	2	10	10	0	3	0	6	1
● Fidelización del cliente Gr=57	57	57	0	2	0	2	0	12	30	0	7	0	57	0
● Formación y capacitación Gr=373	145	145	2	10	11	10	12	0	58	11	54	2	145	3
● GESTIÓN DE RETENCIÓN VEHICULAR Gr=322	79	79	1	10	5	10	30	58	0	5	25	1	77	4
● Liderazgo y gestión Gr=34	11	11	0	0	34	0	0	11	5	0	4	0	11	0
● Mantenimiento y Servicios Adicionales Gr=145	67	67	0	3	4	3	7	54	25	4	0	0	67	5
● Proceso de revisión Gr=2	145	145	2	10	11	10	12	0	58	11	54	2	80	3
● Satisfacción del cliente Gr=384	384	384	0	6	11	6	57	145	77	11	67	0	0	6
● SUPERVISIÓN-CONTROL Gr=15	6	6	0	1	0	1	0	3	4	0	5	0	6	0

*Nota.* Procesado en el software ATLAS ti 9, elaborado por el autor

**Figura 33.**

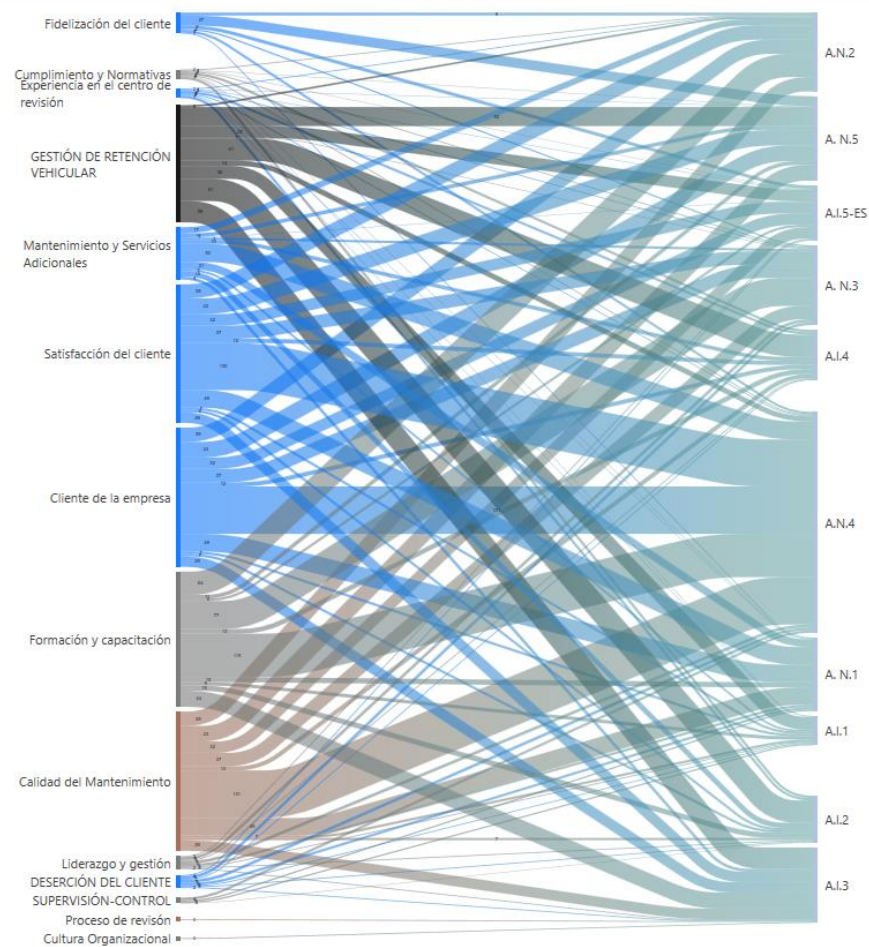
*Cuadro de códigos – Antecedentes, Encuesta, F.O.*

	A. N.1 Gr=68	A.N.2 Gr=88	A. N.3 Gr=108	A.N.4 Gr=210	A. N.5 Gr=70	A.I.1 Gr=45	A.I.2 Gr=81	A.I.3 Gr=98	A.I.4 Gr=81	A.I.5-ES Gr=49	Totales
• Calidad del Mantenimiento Gr=386	49	39	37	131	43	7	7	29	12	32	386
• Cliente de la empresa Gr=386	49	39	37	131	43	7	7	29	12	32	386
• Cultura Organizacional Gr=2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
• Cumplimiento y Normativas Gr=24	1	2	3	2	1	1	7	0	6	1	24
• DESERCIÓN DEL CLIENTE Gr=34	6	0	8	8	0	2	3	2	3	2	34
• Experiencia en el centro de revisión Gr=24	1	2	3	2	1	1	7	0	6	1	24
• Fidelización del cliente Gr=57	2	8	4	7	27	0	0	0	0	9	57
• Formación y capacitación Gr=373	15	64	77	119	11	9	15	44	13	6	373
• GESTIÓN DE RETENCIÓN VEHICULAR Gr=322	0	5	1	14	52	36	61	59	61	33	322
• Liderazgo y gestión Gr=34	6	0	8	8	0	2	3	2	3	2	34
• Mantenimiento y Servicios Adicionales Gr=145	21	17	7	50	11	5	15	8	10	1	145
• Proceso de revisión Gr=2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
• Satisfacción del cliente Gr=384	49	39	37	130	43	7	6	29	12	32	384
• SUPERVISIÓN-CONTROL Gr=15	4	0	0	6	0	4	1	0	0	0	15
Totales	203	215	222	608	232	81	132	206	138	151	2188

*Nota.* Procesado en el software ATLAS ti 9, elaborado por el autor

**Figura 34.**

*Diagrama de Sankey - códigos con documentos*



*Nota.* Procesado en el software ATLAS ti 9, elaborado por el autor