



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GERENCIA
DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

**Kaizen en la calidad de servicio de productos de línea blanca de
una empresa privada retail, Chiclayo 2024**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gerencia de Operaciones Logística

AUTOR:

Valverde Julca, Santiago Jose (orcid.org/0009-0001-9642-2536)

ASESORES:

Dr. Acuña Benites, Marlon Frank (orcid.org/0000-0001-5207-9353)

Dra. Sánchez Ramírez, Luz Graciela (orcid.org/0000-0002-2308-4281)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Logística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ACUÑA BENITES MARLON FRANK, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Kaizen en la calidad de servicio de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024", cuyo autor es VALVERDE JULCA SANTIAGO JOSE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17%, 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, 07 de Agosto del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ACUÑA BENITES MARLON FRANK DNI: 42097456 ORCID: 0000-0001-5207-9353	Firmado electrónicamente por: MACUNABE el 09- 08-2024 16:21:26

Código documento Trilce: TRI - 0854107





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, VALVERDE JULCA SANTIAGO JOSE estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Kaizen en la calidad de servicio de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 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.

Nombres y Apellidos	Firma
SANTIAGO JOSE VALVERDE JULCA DNI: 41781882 ORCID: 0009-0001-9642-2536	Firmado electrónicamente por: VALVERDESAN el 07-08-2024 15:15:16

Código documento Trilce: TRI - 0854106

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a toda mi familia que siempre han estado apoyándome y motivándome a seguir adelante, a mis mismo a mis colegas que me apoyaron en los momentos difíciles.

Agradecimiento

Agradezco al Sr. Juan Eduardo Baca de la Piedra que me permitió culminar con mi investigación en la empresa de retail, como también a mis asesor Doctor Marlon Frank Acuña Benites que me ayudo a seguir mejorando mi trabajo.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	ii
Declaratoria de Originalidad del Autor	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Indicé de Contenidos.....	vi
Indicé de tablas	vii
Índice de figuras.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA.....	22
III. RESULTADOS.....	26
IV. DISCUSIÓN	40
V. CONCLUSIONES.....	45
VI. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	53

Indicé de tablas

Tabla 1: Resultado del control de ingreso de mercadería de línea blanca.....	26
Tabla 2: Resultado descriptivos control de ingresos.....	26
Tabla 3: Resumen de Procesamiento de casos de sobrestock de mercadería.....	28
Tabla 4: Resultados descriptivo de sobrestock de mercadería.....	28
Tabla 5: Resultado descriptivo de los tiempos de entrega mercadería.....	30
Tabla 6: Resultado descriptivo de tiempos de entrega.....	30
Tabla 7: Resultado descriptivo de reducción de mermas.....	33
Tabla 8: Resultados descriptivo de la reducción de mermas.....	33
Tabla 9: Resultado de prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	35
Tabla 10: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	35
Tabla 11: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	35
Tabla 12: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	36
Tabla 13: Resultados estadísticos descriptivos de control de ingresos.....	36
Tabla 14: Prueba de Wilcoxon de control de ingresos.....	36
Tabla 15: Resultados estadísticos descriptivos de sobrestock de mercadería.....	37
Tabla 16: Prueba de wilcoxon de sobrestock de mercadería.....	37
Tabla 17: Resultados estadísticos de reducción de tiempos de entrega.....	38
Tabla 18: Prueba de wilcoxon de reducción de tiempos de entrega.....	38
Tabla 19: Resultados estadísticos descriptivo de reducción de mermas.....	39
Tabla 20: Prueba de wilcoxon de reducción de mermas.....	39

Índice de figuras

Figura 1: Ciclo Deming y mejora continua de procesos	18
Figura 2: Dimensiones y atributos de SERVQUAL	19
Figura 3: Diagrama Ishikawa (espina de pescado)	20
Figura 5: Grafica Pre del resultado del control de ingreso de mercadería.	27
Figura 6: Grafica Post de resultado control de ingreso de mercadería.	28
Figura 7: Grafica de resultado del Pre del sobrestock de mercadería.	29
Figura 8: Grafica Post del resultado del sobrestock de mercadería	30
Figura 9: Grafica pre de resultados de tiempos de entrega	32
Figura 10: Grafica Post de resultado de tiempos de entrega	32
Figura 11: Grafica pre de resultado de reducción de mermas	34
Figura 12: Resultado de Grafica Post reducción de mermas	34

Resumen

La presente investigación tiene como objetivos mejorar la calidad de servicio en los productos de línea blanca, para mantener un desarrollo sostenible con trabajos decentes y crecimiento económico a los colaboradores de la empresa retail, lo cual tenía una problemática operatividad de sus (KPI) que son procesos, controles, inventario, tiempos y pérdidas por daños causando y mala experiencia de compra para nuestros clientes externos, su tipo de investigación es aplicada pre experimental con enfoque cuantitativo, se utilizó la totalidad de la población que fueron 161 artículos de línea blanca, obteniendo como resultado en la prueba de normalidad de kolmogoróv menor a 0.05, lo cual el análisis de resultado es no paramétrico utilizando como respuesta la prueba de wilcoxon, a su vez se concluyó que la aplicación de la metodología kaizen apporto en mejorar el control de ingresos a un 50% en eficiencia, una optimización del 100% del sobre stock de mercadería, una reducción en los tiempos de entrega de productos al 47% y una disminución en las mermas merma de 0.09% comparado al año anterior, mejorando los (KPI) del área y con un crecimiento en la ventas comparadas al año anterior, generando una cultura de orden y mejor el clima laboral para los colaboradores y fidelizando a nuestros clientes.

Palabras Clave: Eficiencia, productividad, fidelización.

Abstract

The present investigation has as objectives to improve the quality of service in the white line products, to maintain a sustainable development with decent jobs and economic growth to the collaborators of the retail company, which had a problematic operation of its (KPI) that are processes, controls, inventory, times and losses due to damages causing and bad shopping experience for our external clients, its type of research is applied pre-experimental with a quantitative approach, the entire population was used which were 161 white line articles, obtaining as a result in the Kolmogorov normality test less than 0.05, which the result analysis is non-parametric using the Wilcoxon test as a response, in turn it was concluded that the application of the kaizen methodology contributed to improving income control to 50% in efficiency, a 100% optimization of the overstock of merchandise, a reduction in product delivery times to 47% and a decrease in losses of 0.09% compared to the previous year, improving the (KPI) of the area and with a growth in sales compared to the previous year, generating a culture of order and improving the work environment for employees and building customer loyalty.

Keywords: Efficiency, productivity, loyalty.

I. INTRODUCCIÓN

Dentro del ámbito internacional tener una calidad de servicio en empresas privadas se ha vuelto uno de los objetivos principales de la satisfacción al cliente según Fontalvo et al., (2020), las empresas que manejan una calidad del servicio proporcionan información sobre el comportamiento del consumidor, donde todo lo recopilado ayuda a medir los niveles de satisfacción del cliente sobre los servicios prestados, facilitando el desarrollo estratégico del negocio. Por este motivo, la calidad del servicio es de primordial en el mundo empresarial, donde se considera que los clientes son la razón de existencia de las empresas. Según Garda et al. (2020), las empresas introducen nuevos incentivos para brindar servicios de alta calidad que puedan persuadir a los clientes a aumentar sus compras y fidelizar su permanencia. Por otro lado, Arévalo et al. (2020), manifiestan que la calidad adquirió nuevos significados centrados en productos tangibles donde el cliente percibió un servicio de primera, según Bao Condor et al. (2020). Se refirieron a la preparación y exigencias de la dirección de los altos funcionarios de una empresa para identificar las limitaciones y amenazas explotando sus fortalezas y oportunidades del mercado según Alves et al., (2022).

A nivel nacional el mercado peruano tiene un posicionamiento exigente en cuanto a calidad de servicio, se han realizado investigaciones sobre las percepciones y preferencias de los clientes manteniendo la excelencia contribuyendo con el logro de las metas, según Farronian et al. (2020), demostrando que los conceptos teóricos respaldan las variables e indicadores que permiten la discusión de los hallazgos. Según Contreras (2021), la calidad del servicio es el recurso adecuado para la toma de decisiones de una organización. Orlandini y Ramos (2017) encontraron información estaba relacionada con la satisfacción del cliente, según Contreras et al. (2019) sostienen que la calidad del servicio se caracteriza por la diferencia entre productos y servicios en función de las percepciones de los clientes; por el contrario, Fontalvo et al. (2020) creen que esto afecta la satisfacción y la confianza del cliente. En esta dirección, Domínguez et al. (2020) señalan que las empresas que no brinden servicios de calidad óptimos serán discriminadas y sus inversiones estarán en riesgo. Por tanto,

Palomino et al. (2019) entienden que la calidad del servicio es un factor integral que incluye puntualidad, cortesía y rapidez en el servicio.

En ámbito local al no contar con un centro de distribución de mercadería de productos de línea blanca nos vemos en la necesidad de realizar sugeridos de los productos con mayor rotación en la categoría de línea blanca (refrigeración, lavado, cocina), en cantidades mínimas por el poco espacio que cuenta las instalaciones de la empresa privada, esto genera pérdidas en ventas y fuga de clientes por no cumplir con sus necesidades requeridas, como consecuencia no se logra cumplir los objetivos según las cuotas designadas por la compañía, cabe resaltar que la venta de productos de línea blanca tiene una participación en el área de electrodomésticos de un 46%, por tener el mayor costo promedio por el tamaño del producto.

En relación a la problemática planteada se formula la pregunta de investigación: ¿De qué manera impacta kaizen en la calidad de servicio de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024?, problemas específicos: a) ¿Cuál es el impacto de kaizen en los tiempos de entrega de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024?, b) ¿Cuál es el impacto de kaizen en el control de ingreso de productos de línea blanca en una empresa privada retail, Chiclayo 2024?, c) ¿Cuál es el impacto de kaizen en el sobrestock de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024?, d) ¿Cuál es el impacto de kaizen en la reducción de mermas de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024?

El trabajo de investigación se justifica metodológicamente porque a través de la aplicación de la metodología kaizen mejorar la calidad de servicio logrando una satisfacción al cliente y el incremento de ventas, resolviendo los problemas de productividad a través de los KPI's y/o ratios al momento de ejecutar la operación, el trabajo de investigación se sustenta de manera practica con la metodología del kaizen reduciendo los tiempos en los procesos según los indicadores, analizando los cuellos de botella y aumentando la productividad.

El objetivo general es mejorar la calidad del servicio de productos de línea blanca con el fin de incrementar las ventas aplicando la metodología del kaizen de una empresa privada de retail, Chiclayo 2024. Los objetivos específicos serán: a) Mejorar los tiempos de entrega de productos de línea blanca con el fin de incrementar las ventas utilizando la metodología del kaizen en una empresa privada de retail, Chiclayo 2024, b) Llevar un control de ingresos de productos de línea blanca con el fin conocer los horarios de ingreso utilizando la metodología de kaizen en una empresa privada de retail, Chiclayo 2024, c) Reducir el sobrestock de productos de línea blanca con menor rotación utilizando la metodología de Kaizen en una empresa privada retail, Chiclayo 2024, d) Reducir las mermas de los productos dañados de línea blanca con el fin de aumentar las utilidades utilizando la metodología del kaizen en una empresa privada retail, Chiclayo 2024.

Como antecedentes internacionales según Colorado (2020), En el sector de telecomunicaciones en Colombia, donde pocas empresas con muchos productos falsificados, buscan el factor competitivo de entender si los clientes están satisfechos, perciben el servicio y valoran especialmente de ese servicio, estudios proponen un modelo para explicar la influencia de las expectativas, la calidad del servicio y el valor percibido en la satisfacción del cliente. Recogieron datos de 324 usuarios de las principales ciudades a través de encuestas virtuales. Las hipótesis propuestas se probaron en modelos de ecuaciones estructurales utilizando PLS-SEM. Los resultados demostraron que el modelo SERVQUAL explica la calidad del servicio y la satisfacción al cliente está directamente relacionada como un valor percibido.

Igual que Rubio et al., (2023), La satisfacción del cliente es un determinante del éxito empresarial debido a factores como la disponibilidad de productos nuevos compatibles, el fácil acceso a la información, la demanda y la disminución de los consumidores, así como las crecientes preocupaciones de los consumidores. El propósito del artículo es evaluar los factores que influyen en la satisfacción del cliente a través de un enfoque teórico relacionados con datos empíricos para medir la satisfacción del cliente. El método se basó con un enfoque cuantitativo y transversal. La información primaria se recopiló mediante un instrumento estructurado y validado en tres ciudades de Colombia. El análisis descriptivo para analizar los datos utilizando Excel y SPSS. Se evaluaron factores que influyen la satisfacción del cliente,

centrando aspectos como capacidad, infraestructura, implementación de medidas de higiene, atención al cliente y filosofía de las instituciones, proponiendo mecanismo de medición que sean adecuado a la cultura, necesidades de los clientes y características de los supermercados.

Al igual que Minh y Quyen (2022), sostienen que la innovación comienza con pequeños cambios, pero a menudo conduce a cambios más grandes en la producción. Las ideas y el pensamiento generados por los empleados garantizan la mejora continua de las condiciones y procesos de producción. El método Kaizen no sólo ayuda a motivar a los empleados a pensar creativamente a través de técnicas y habilidades efectivas, sino que también les ayuda a desarrollar capacidades, personalidad y buenos hábitos de trabajo. El objetivo es demostrar un nuevo enfoque para mejorar la calidad de los recursos humanos a través de una estrategia de mejora de la productividad proactiva y sostenible.

Al igual que Silva et al., (2021), considera como alternativa para que las empresas obtengan una competitividad sostenible en un entorno globalizado, deben ofrecer servicios de mayor calidad que las empresas grandes ganándose el favor del cliente, teniendo como propósito determinar la relación entre las variables de calidad del servicio y lealtad del cliente. el coeficiente utilizado fue la correlación de Spearman y el método en análisis factorial exploratorio, teniendo como varianza mayor un conjunto de datos dentro de cada factor. Los resultados observados muestran una correlación muy positiva entre la variable calidad del servicio y la satisfacción del cliente, sin embargo, el análisis factorial al explicar la varianza total, muestra un valor mayor a 1 en los 5 primeros casos, cuando el índice de varianza alcanzando es del 54% aproximadamente. Por lo tanto, los 5 factores anteriores explican el 73% de la varianza de los datos originales. la investigación muestra que el uso se limita a una sola empresa. Con servicios mejorados, enfoque en el cliente, servicio de alta calidad demostraron ser una gran herramienta para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio.

De acuerdo con Orozco et al., (2020), los sistemas de producción obtienen ventajas competitivas a través de una gestión eficaz de almacenes e inventarios, importante tomar decisiones para determinar la estructura de costos y los niveles de servicio al cliente. Esto hace que el diseño del almacén sea un problema

extremadamente difícil, especialmente debido a la escala y el tamaño de cada sección. Se desarrolló una propuesta para el diseño de distribución y dimensiones de un almacén de producto terminado en un ingenio azucarero en Imbabura, Ecuador. Se utilizaron modelos de gestión de inventarios y modelos de eventos discretos, que es una combinación eficaz de herramientas de previsión. Uso mejorado

De acuerdo con Ferreira et al., (2019) Para que las empresas tengan éxito en las ventas, es fundamental brindar servicios de alta calidad y, para ello, es sumamente importante satisfacer las expectativas de los consumidores. La herramienta SERVQUAL permite analizar qué esperan los clientes de un determinado tipo de servicio y qué ofrece realmente la empresa. En este sentido, el propósito de este trabajo es analizar la calidad en un negocio minorista y compararla con la percepción del cliente desde un punto de referencia del negocio. Para ello, se presentaron 60 cuestionarios a dos empresas que operan en el mismo segmento de mercado utilizando un estudio de caso. Los resultados obtenidos fueron: i) el método SERVQUAL no es utilizada en el segmento de mercado en el que opera la empresa; ii) la fortaleza de la empresa 1 es el aspecto de empatía y la fortaleza de la empresa 2 de referencia es su capacidad de respuesta; iii) ambas empresas brindan oportunidades de mejoras físicas (instalaciones); iv) a pesar de tener un índice de referencia, la empresa 2 logró mejores resultados generales, hay áreas donde la empresa 1 está más desarrollada, como la atención a la personalizada.

Igualmente, Enes y Silva (2020) desarrolló un sistema de distribución en un establecimiento de alimentos minorista ubicados en Portugal donde maneja varios centros de despacho. El objetivo es analizar actividades para mejorar la calidad de servicio a los almacenes mediante el índice de ocupación volumétrica de las móviles que depende principalmente en el número de pallets transportados en cada móvil según volumen. diagnosticando las operaciones de recolección, carga y descarga, se tuvo como resultado de índice volumétrica 48% por cada móvil, lo que significa un espacio libre de un 50% por camión. Se propuso implementar dos estrategias: la revisión de los límites actuales de volumen y peso y la consolidación de diferentes categorías de producto en un mismo pallet genero una ganancia potencial de más de 577. Aproximadamente al año.

De acuerdo con Ertekin et al., (2020), Este estudio contribuye a la comprensión del comportamiento repetitivo del consumidor al relacionar la experiencia de compra en la tienda y el posterior regreso del cliente. Las tasas de devolución pueden variar significativamente entre tiendas dentro de una empresa y entre comerciantes dentro de una tienda. Examinamos empíricamente el desempeño en estos dos niveles en tres dimensiones de la calidad del servicio minorista: amabilidad del vendedor, competencia del vendedor y atmósfera de la tienda. Realizamos un análisis detallado utilizando datos de transacciones y respuestas a encuestas de 25,131 clientes de minoristas de joyería nacionales. Encontramos que la amabilidad del vendedor, la competencia y la atmósfera de la tienda están significativamente relacionadas con las visitas posteriores porque los compradores teóricamente utilizan tres dimensiones que señalan la información para moldear sus percepciones de la calidad del producto. Nuestro análisis revela implicaciones importantes para los minoristas desde una perspectiva de gestión. Las asociaciones empíricas muestran que los gerentes minoristas pueden beneficiarse más de la disminución de los ingresos mejorando las capacidades del personal de ventas, lo que viene acompañado de mejores condiciones en las tiendas y la amabilidad del personal de ventas. También realizamos análisis utilizando los atributos de compra de los clientes para determinar cómo los minoristas pueden transformar las experiencias de diferentes segmentos de clientes para mejorar la prevención de devoluciones de productos. Finalmente, nuestro análisis contra actual predice mejoras significativas en el ROI y las ventas netas debido a posibles esfuerzos de implementación en la tienda para mejorar la amabilidad de los empleados y las ventas competentes o mejorar el ambiente en la tienda. Las previsiones apoyan la idea de que la prevención de las devoluciones debe empezar en el punto de venta.

Así mismo Movarrei, et al., (2021) Señaló que durante la pandemia de Covid-19, muchos consumidores optaron o se vieron obligados a utilizar servicios de entrega a domicilio. Las investigaciones muestran que las decisiones de los minoristas con respecto al "método de entrega", refiriéndose al servicio de mensajería (interno) de una compañía de mensajería tradicional que utiliza la marca de un solo operador, y su impacto en la percepción general de los consumidores sobre la calidad, la higiene percibida y la disposición. permanecer en la empresa después de la pandemia. Diseño/metodología/enfoque. Se realizaron pruebas previas, previas y posteriores a

participantes del Reino Unido (total N = 380). Como resultado de este estudio indican que (1) durante la pandemia, el factor clave que determina la elección del consumidor fue la calidad de servicio, (2) aunque los consumidores evalúan que las tarifas fueron relativamente negativas en los niveles de limpieza de los transportistas sin marca, no diferenciaron entre transportistas tradicionales y transportistas minoristas de marca. Por lo tanto, todos están interesados en utilizar los servicios más adelante.

Originalidad/valor Este estudio muestra que, durante una crisis de salud, los consumidores cambian su jerarquía motivacional para reflejar nuevas motivaciones de protección. Los autores señalan que la calidad de la higiene se considera una variable que debe tomarse en serio, como variable táctica y estratégica que influye en el atractivo de los métodos alternativos de entrega a domicilio y en la intención de los consumidores de seguir utilizándolos una vez finalizada la pandemia.

De modo similar Zimon, et al., (2020), indica que un sistema de gestión estandarizado en los procesos relacionados con la competitividad. Pueden comprenderse mejor creando un valor para los clientes en la cadena de suministro que operan en Europa Central y del Este. El estudio empírico que fue utilizado con dos grupos de encuestados del área de logística, proveedores y empresas clave. Dieron como análisis de los datos una base en estadística descriptiva y la varianza fue factor estratificado en la organización. Se detallaron posibles relaciones entre las variables mediante análisis factorial, donde los componentes principales fueron el método de extracción de factores y los resultados encontrados en los sistemas de gestión estandarizados son útiles en una cadena de suministro (SCM), Sin embargo, la fuerza de su influencia positiva varía. Implicando nuevos resultados e ideas presentados en este estudio serán útiles para las organizaciones que construyen cadenas de suministro en Europa. Los tomadores de decisiones que consideren implementar las directrices para un sistema de gestión unificado optarán por implementarlas y encontrarán muchos beneficios y resultados innovadores en sus cadenas de suministro. Para los investigadores, los resultados de este estudio llenarán un vacío en este campo de investigación en el campo de SCM y los sistemas de gestión estandarizados, y proporcionarán una hoja de ruta para investigaciones nuevas y más profundas.

De mismo modo Goić, et al. (2021), dice que una experiencia de compra satisfactoria sigue siendo uno de los desafíos clave para lograr rentabilidad a largo plazo en el comercio minorista moderno. Por lo tanto, las empresas están interesadas en identificar los factores clave en el buen servicio y la eficiencia operativa que dan forma a la satisfacción de compra del cliente. En este estudio, desarrollamos un cuestionario estandarizado sobre experiencia de compra y realizamos una gran encuesta en varias tiendas de comestibles de diversos formatos durante un período de 5 años. El rico conjunto de datos resultante nos permitió descubrir patrones interesantes utilizando análisis tanto a nivel individual como a nivel de tienda. Los resultados proporcionaron que los formatos grandes tienen mayores niveles de satisfacción. Los efectos marginales se diferencian del servicio al cliente a la prestación de servicios existen diferencias significativas entre los formatos de tienda tanto grande como pequeña. Identificamos aversión a las pérdidas en la compra porque un desempeño deficiente tiene un mayor impacto en la satisfacción del cliente que un desempeño excelente. Finalmente, nuestro análisis a nivel de tienda arroja luz sobre cómo los cambios en el desempeño del servicio que influyen en la experiencia de compra en la misma tienda.

Así mismo Ebes y Verhoef (2021), El mayor acceso a Internet y a los teléfonos móviles ha provocado un aumento de las compras en línea. Sin embargo, la penetración del comercio minorista en línea en África sigue siendo en general baja. Este estudio examina la importancia relativa de la confianza percibida en el sitio web y en los proveedores. Compras en línea de calidad en Nigeria. Los datos recopilados de una muestra de empleados del sector bancario nigeriano. Se obtuvo una alta correlación entre la confianza y el conocimiento del sitio web. Calidad incide positivamente en las intenciones de compra online de los consumidores. Sin embargo, la calidad percibida de un sitio web es más importante que la fiabilidad del proveedor. Los resultados sugieren que la confianza en los ISP puede no ser suficiente para motivar a los consumidores a comprar en línea en algunos mercados. Los resultados también muestran que los consumidores realmente no pueden distinguir entre la confianza en el proveedor y los sentimientos sobre el sitio web. calidad. Estos hallazgos son especialmente útiles para los vendedores en línea y los extranjeros. Empresas que desean brindar servicios de compras en línea en Nigeria y África.

Según Mrutzek et al., (2022) La industria minorista en muchos países incluye muchos minoristas pequeños y medianos que enfrentan un alto dinamismo y competencia. Por lo tanto, estas empresas también deben desarrollar constantemente estrategias sostenibles que prometan éxito futuro. Por tanto, el propósito del artículo es analizar el conjunto de recursos, capacidades operativas y transformacionales de un vendedor omnicanal especializado según la dimensión de la cadena (Pymes). los autores se guiaron por los conceptos de vista basada en recursos (RBV) y vista de capacidades dinámicas (DCV). Diseño/ Metodología/ Enfoque se utilizó un método de investigación exploratorio, realizando 12 entrevistas semiestructuradas basadas en el asesoramiento de expertos de dos países. Estos hallazgos revelan un conjunto específico de recursos y oportunidades de transformación, así como factores importantes que influyen en la implementación de una estrategia omnicanal. Aquí juegan un papel decisivo los factores humanos y de mercado, así como la comprensión del cliente. Además, los autores identifican diferencias entre países en las áreas de tecnología, logística, productos y finanzas. Los resultados reflejan la importancia de contar con personal capacitado y consistentes con la calidad del servicio a un alto nivel. Las estructuras flexibles y la capacidad de adaptarse rápidamente son especialmente importantes para seguir siendo competitivos, especialmente en la era Covid-19.

De acuerdo con Mujianto et al., (2023) El desarrollo de la industria minorista de bienes de consumo (FMCG) ha mostrado cambios en las interacciones entre compradores y vendedores. En la era de la transformación digital, los fabricantes de bienes de consumo (MIPYMES) utilizan fácilmente aplicaciones en línea para comprar diversos productos a proveedores, realizar pagos y acceder a una gama más amplia de productos con una entrega más eficiente. Sin embargo, la investigación empírica sobre el factor de lealtad en las relaciones B2B para la sostenibilidad empresarial en la industria minorista no ha recibido mucha atención. El propósito es examinar los factores que influyen en la lealtad y analizar el papel mediador de la lealtad en las PYMES discutiendo un nuevo marco conceptual desarrollado a partir de la teoría comprador-vendedor y el marketing relacional. Se recopilaron datos de 500 propietarios o gerentes de productos de consumo. Las operaciones minoristas se llevaron a cabo en varias provincias de Indonesia, se utilizaron modelos de ecuaciones estructurales. Los resultados muestran en las ventas, la calidad del sitio web, el

compromiso y la satisfacción teniendo un impacto positivo en la lealtad del cliente a diferencia de la calidad del servicio y la confianza.

Asimismo, Medina et al., (2023) analizaron la calidad del servicio de los portales de supermercados en línea en Quito, Ecuador, A través de la observación directa, las instalaciones de los supermercados se evalúan en función de parámetros de calidad del servicio seleccionados, complementados con un análisis del rendimiento de la red. Se obtuvieron resultados que el nivel de calidad del servicio electrónico del supermercado es satisfactorio y los aspectos mejor gestionados son: privacidad y transacciones; Por el contrario, el aspecto de la personalización requiere atención. Optimizar aspectos de tu sitio web es necesario para mejorar su rendimiento y así aumentar la satisfacción del usuario.

Según Rojas et al., (2020) Examina que la calidad del servicio es como factor clave al cumplimiento de la responsabilidad a las empresas (PYMES). El método utilizado descriptivo, no experimental y de campo. Este grupo incluye 50 pequeñas y medianas empresas de logística, cada una con un empleado representativo. Los datos se recogieron mediante un cuestionario alternativo tipo Likert con confiabilidades de 0,80 y 0,082. Utilizando el método de Pearson, el coeficiente de correlación es 0,025. Esto significa que incluso si la calidad del servicio no es óptima, aún pueden cumplir con su responsabilidad social. Los datos se resumieron como estadísticas descriptivas basadas en la calidad efectiva del proceso de atención. Las PYMES están comprometidas con sus responsabilidades sociales brindando servicios eficientes y eficaces para lograr sus objetivos.

Según Siew Mui et al. (2022) examinaron la influencia de la cultura en el desempeño de la innovación de las empresas de fabricación de productos eléctricos y electrónicos en Malasia, y sus teorías y sistemas sociotécnicos contribuyeron al estudio del método kaizen; se recopilaron datos de 123 empresas manufactureras. A diferencia de estudios anteriores, las encuestas en línea realizadas con IBM SPSS Statistics muestran que el método kaizen es importante para optimizar el desempeño organizacional y puede impulsarse a través de la innovación de procesos.

Como Waugh et al. (2019) estudiaron la aplicación de los fundamentos de fabricación en una planta de fabricación para demostrar el impacto de la aplicación

regular y sistemática utilizando el método Kaizen; los datos del estudio se analizaron utilizando una variedad de herramientas de detección y eliminación de residuos. y métodos y resultados para medir la calidad del producto y la eficiencia general del proceso de producción antes y después del evento. El equipo aplicó métodos analíticos a una instalación de fabricación norteamericana con instalaciones de fabricación en 20 países diferentes. La investigación relacionada con las operaciones de embalaje es muy limitada; El estudio también aportó resultados sobre el impacto de Kaizen en el compromiso de los empleados.

De manera similar, Otsuka y Ben-Mazwi (2022) encontraron que el factor más importante que obstaculiza el crecimiento y la productividad de las empresas manufactureras en crecimiento es la estrecha comunicación y cooperación entre gerentes y miembros de la empresa, esta es una condición necesaria para una implementación exitosa. El objetivo es mejorar las capacidades de gestión. En un lugar como Sudáfrica, este estudio evaluó el impacto de la aplicación de Kaizen, por lo que se implementó un programa intensivo entre ocho proveedores aleatorios de autopartes, combinando cuestionarios y entrevistas para recolectar datos de producción y gestión, tamaño de muestra pequeño. De carácter descriptivo, los resultados muestran que el sistema de gestión destinado a mejorar el desempeño de las empresas de los países en desarrollo, utilizando el método resumen, ha sido efectivo para mejorar la eficiencia en Sudafrica.

Según Rodriguez et al (2023) presenta una investigación donde busca determinar la relación entre la calidad de servicios con la satisfacción y la lealtad de los clientes de la empresa Grupo de Alimentos SAC. El tipo básica, cuantitativo, se consideró un nivel de descriptivo correlacional y un diseño no experimental. la encuesta aplicada a 135 clientes. Se analizaron los datos determinando la correlación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente es de un p - valor = 0.0 y $Rho = 0.46$ con una relación positiva media y se determinó correlación entre calidad y la lealtad del cliente, también demuestra una relación positiva. Los resultados evidenciaron que los esfuerzos por mejorar la calidad de servicio impactaron en la satisfacción y la lealtad de los clientes.

De manera similar, Adzri et al. (2023) determinaron la correlación entre los factores ambientales, el desempeño laboral y la relación gerente-empleado con el

desempeño laboral entre empresas de Sabah, el método cuantitativo utilizando tablas de cuestionario facilitó el acceso a empresas de diferentes regiones e industrias. Se recibieron un total de 25 respuestas de 50 empresas, lo que supone una tasa de respuesta correcta del 50%. Los datos se analizaron mediante el análisis alfa de Cronbach para medir la confiabilidad. Se utilizó una herramienta estadística descriptiva para estimar la media. Se utilizó el análisis de correlación de Pearson para la regresión lineal. y análisis de ruta. Los datos obtenidos muestran que el 68% del 100% de los encuestados dispone de herramientas de Lean Manufacturing. Sin embargo, sólo el 64% de las empresas implementan métodos de manufactura esbelta. La mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo en que las herramientas Lean mejoran la eficiencia operativa, reducen y eliminan el desperdicio, acortan los tiempos de entrega y reducen el inventario para mejorar la productividad y la seguridad.

Según Filipe y Pimentel (2023) realizaron investigaciones sobre identificación y minimización de residuos, orientadas a mejorar los procesos productivos y logísticos internos, utilizando métodos y ciclos de recuperación, identificando e implementando oportunidades de mejora, se implementó el modelo de Gestión de Flujo Total (TFM), mapeo de flujo de valor (VSM), medición del desempeño y 5S. Los resultados mostraron menos desperdicio y exceso de existencias, el tiempo de entrega se redujo en 4 días, la productividad aumentó de 26,63 ml (mil tapas)/hora a 35,75 ml/hora y una mayor flexibilidad, lo que motivó al personal a seguir adhiriéndose a una cultura de mejora continua.

De manera similar, Evenetu y Gzate (2023) propusieron mejorar la productividad de las operaciones de ensamblaje en la industria de la confección mediante el uso de métodos y herramientas integrados, equilibrio de líneas, aprendizaje de sincronización, así como técnicas Kaizen y 5S. Estas herramientas han ayudado a eliminar actividades que no agregan valor, reduciendo los volúmenes de entrega. tiempo y defectos, utilizando los factores más importantes que reducen la productividad, los resultados observados muestran una reducción del 43% al 5%, el número de cuellos de botella de 3 a 0 y la distancia y distancia de transporte reducida en 650 m por turno, logrando productividad diaria. de 43,3% a 57,7%-75,8% y 100% piezas por turno, ahorrando 315 minutos por operación al producir 800 piezas.

A diferencia de Robaajy et al. Su objetivo es intentar utilizar un sistema de dos tarjetas (Kanban) y mapeo de flujo de valor en una fábrica de cables eléctricos para agilizar los costos de almacenamiento y mejorar los procesos de producción, eliminando desperdicios, tiempos y costos. La hipótesis demostró la viabilidad de utilizar un sistema Kanban y un mapeo de flujo de valor, los resultados garantizaron una reducción del inventario, mejores procesos de trabajo, una mejor respuesta a los cambios en los requisitos, redujeron el riesgo de inventario obsoleto, redujeron la tasa de error de (3%) a (2 %), y racionalicé el inventario de producción total de 858 toneladas [26 toneladas × 31 días] a 806 toneladas [26 toneladas × 33 días], la mejora se lleva a cabo según Kaizen Burst (mejora continua).

De manera similar, Proenka et al. (2022) propusieron el uso de técnicas de optimización para mejorar los procesos productivos y mejorar la gestión del almacenamiento en una empresa frutícola, el uso de herramientas de Lean Manufacturing ayudó a reducir los tiempos de ciclo a 4.37 minutos y el tiempo de entrega a 7.10 minutos durante todo el proceso. , es decir, reducir el tiempo de ciclo y el tiempo de entrega en un 35,5% y 10,6% respectivamente, las investigaciones demuestran que es posible reducir o incluso eliminar los desperdicios a lo largo de todo el proceso, reduciendo los movimientos innecesarios necesarios, ajustando el sistema y maximizando el trabajo. Los niveles de área e inventario, con especial énfasis en las mejores prácticas para optimizar los procesos de producción y la gestión logística, pueden ayudar a mejorar la productividad, la eficiencia energética, la distribución de los recursos humanos, la calidad de los alimentos y la reducción del desperdicio de alimentos.

Según Kumar (2022), su investigación se centra en la reducción de tiempos en las industrias manufactureras utilizando herramientas SMED y Kobetsu Kaizen, analizando situaciones actuales donde la calidad, el costo, la variedad y el tiempo de entrega son factores fundamentales para los clientes. Las mejoras logradas incluyen una reducción del 79,10% en el tiempo de preparación debido a la implementación exitosa de SMED. Los resultados de este estudio serán útiles para las organizaciones ágiles en sus esfuerzos por eliminar (minimizar o incluso eliminar) los problemas.

De manera similar, Arredondo (2021) propuso un estudio para aumentar la producción de componentes y reducir el desperdicio en una empresa de dispositivos

médicos en Tijuana, México, donde se detectó un cambio negativo en el componente #9540, una placa de metal utilizada para estampado en caliente. Durante un ciclo de inventario, la empresa descubrió que estaba comprando más materias primas de las necesarias debido al 50% de desperdicio durante todo el proceso de producción. Se implementaron dos métodos de mejora de procesos: Mejora Práctica de Procesos (PPI) y Planificar-Hacer-Verificar-Actuar. El modelo pretende eliminar el 100% del desperdicio de material e incluye 2 etapas: a) ajuste de los parámetros de la máquina de estampación en caliente y b) sustitución de la máquina de estampación en caliente por una tampografía. Este estudio de caso muestra cómo una empresa puede implementar un programa de mejora continua y sus implicaciones de gestión, incluso sin implementar un sistema de calidad estructurado y definido como Six Sigma o Lean Manufacturing, utilizando dos fases de implementación, el proyecto resultó en ahorros de costos de \$165,000 por unidad. año.

Similar a Srinivasan (2024). Este estudio intentó implementar LSS en el proceso de revestimiento de acero para minimizar los defectos utilizando varias herramientas de LSS, incluidas 5S, mapeo de flujo de valor (VSM), diagrama de Pareto, diagrama de principios de causa y efecto. Los resultados mostraron una reducción debido a la implementación de LSS, el PCE general aumentó de 22% a 62% y el tiempo de entrega disminuyó de 1,347 minutos a 501 minutos. Debido a que las iniciativas de innovación de bajo costo y alto impacto aún no están completamente demostradas, se necesita más investigación sobre la implementación de LSS en los sectores manufactureros.

De igual forma, Janjic et al, (2019) se basa en un estudio dirigido a identificar los factores clave de éxito de la implementación de kaizen, así como los beneficios más importantes de su aplicación en empresas en transición, donde la comunicación interna y la comunicación son factores críticos de éxito estratégico. Orientación a los empleados, los beneficios más importantes que se obtienen al implementar Kaizen son fortalecer las posiciones de los empleados, desarrollarlos y aumentar la eficiencia de la empresa.

Al igual que Dang-Pham (2022), este estudio se basa en el tema del kaizen digital: un enfoque sistemático para promover la transformación digital a gran escala, desarrollado y aplicado en la escuela. Nuestro socio es FPT Software, con un enfoque

que integra el kaizen. filosofía en soluciones de tecnología digital. Los hallazgos sobre las prácticas transformacionales que conducen a la innovación digital, así como la transformación de algunos procesos de gestión de recursos humanos y modelos de negocios corporativos, nos permiten proponer un modelo de proceso Nuevo Kaizen Digital para la transformación digital basado en un marco de capacidades dinámicas.

De manera similar, Mwenda (2022) tuvo como objetivo investigar el impacto de la práctica kaizen y su impacto en la calidad de las grandes empresas manufactureras utilizando el enfoque de ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PDCA) al reducir el nivel de errores en el proceso de fabricación. fabricar. Herringbone actúa como herramienta auxiliar para ayudar a reducir los defectos en un 2%, ayudando a mejorar el proceso productivo. Este estudio proporciona a consultores y profesionales información valiosa sobre cómo Kaizen está mejorando el desempeño financiero de las principales industrias en Tanzania.

De acuerdo con Rodriguez et al., (2021) determinaron la relación en calidad de servicio y la satisfacción laboral utilizando el modelo SERVQUAL. relacionando sus dimensiones de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y las variables de satisfacción laboral. tubo como enfoque mixto cuantitativo de nivel descriptivo, diseño transversal y no experimental. La población es de 98 colaboradores, todos ellos conductores. mediante una encuesta escala Likert se recopilaron la información necesaria. Los resultados muestran una correlación positiva y estrecha (0.78%), concluyendo que el servicio al cliente interno y todos los aspectos están todos relacionados con la satisfacción laboral.

De la misma forma Malpartida et al., (2021) Demostraron que alguna empresas dar importancia a la necesidades del cliente y los factores clave es satisfacción y calidad de servicio en una empresa a comercializadora en surquillo, se utilizaron métodos cuantitativos no experimentales con diseño transversal, la recolección de datos utilizaron cuestionarios estructurados con propiedades psicométricas que fue validada por expertos obteniendo una confiabilidad que incluye a 100 clientes que realizaron sus compras en el año 2021, con una correlación estadística de 0,8 aproximadamente entre las variables de calidad de servicio y satisfacción al cliente.

Igualmente, Badajoz et al., (2023) Demostraron que las decisiones de compra en los centros comerciales del Perú dependen de la calidad de servicio. Este estudio fue de naturaleza descriptiva y relacional, tipo no experimental. La muestra estuvo compuesta por personas que visitaron 47 centros comerciales ubicados en las diferentes provincias y su medida se decidió en función de la conveniencia, seleccionando 10 centros comerciales y seleccionando a 206 clientes. El método utilizado es una encuesta y la herramienta es un cuestionario. Como resultado se obtuvo a un 60% de los peruanos que brindan un buen servicio al cliente, Concluyendo que los clientes que visitan los centros comerciales informan que la calidad del servicio influye en sus decisiones de compra, teniendo en cuenta aspectos como rapidez en el servicio, respuesta a las solicitudes y amabilidad.

Según estos antecedentes existen problemas en la calidad de servicio que hasta la fecha no ha tenido ningún resultado positivo en nuestro país y en Latinoamérica para mejorar los tiempos de entrega, el control de ingresos, el incremento de stock y la reducción de mermas, esto genera una mala satisfacción del cliente que viene a comprar un producto; por ello la presente investigación se justifica teóricamente mediante la aplicación de KPI's y/o ratios para mejorar los tiempos de entrega, control de ingresos, incremento de stock y reducción de mermas, comprendiendo que las empresas buscan lograr incrementar sus ventas satisfaciendo la necesidad del cliente final.

Además, Ojasalo (2019) Identifico la experiencia de compra cambia con el tiempo según las necesidades del comprador, los niveles de calidad son diferentes a corto y largo plazo cuando se realiza una evaluación postventa, identificando el cumplimiento de los requisitos según el periodo de tiempo, la orientación al cliente debe ser personalizada con vendedores, para cumplir dichos requisitos el vendedor ayuda a los clientes a satisfacer su necesidad en un tiempo determinado.

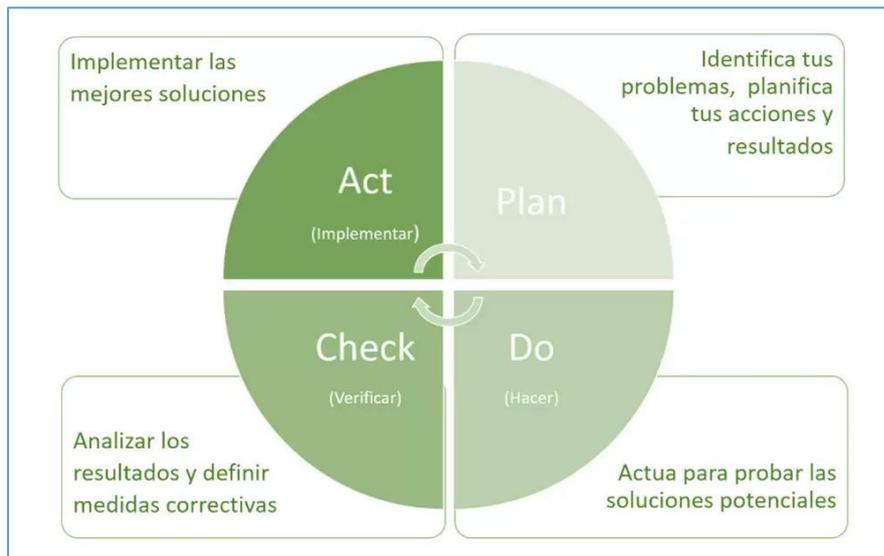
Armendáriz (2019) escribió sobre la calidad de servicio es un medio por el cual los compradores reciben un producto o servicio según sus necesidades. Este análisis se centra únicamente en el cliente. Incluso lo vincula a una serie de compensaciones o productos que el cliente recibe por una cantidad acordada.

Gong y Yi (2018) probaron la viabilidad transfronteriza la calidad del servicio en cinco países avanzados de Asia. Muestran el desempeño de la atención al servicio tiene un impacto positivo de satisfacción que a su vez conduce genera lealtad y felicidad. Se publicaron cuatro puntos principales: (1) la satisfacción y la felicidad del cliente dependen del desempeño del servicio; (2), la fidelidad de los usuarios está determinada por la calidad; (3) las expectativas de los usuarios están respaldadas por una alta calidad del servicio; (4) la rotación de clientes aumenta el impacto del desempeño del servicio.

El aumento del nivel de importancia de la calidad del servicio se atribuye a los niveles de demanda de los usuarios, mayor competencia asociados entre la calidad del servicio y la satisfacción y lealtad de los clientes, y al vínculo que existe entre la calidad del servicio y el aumento de las ganancias, ya que la calidad del servicio en. En muchos casos incrementa el número de usuarios y permite fijar precios superiores a los que ofrecen los competidores.

Teóricamente, el método Kaizen es un método de mejora continua aplicado en la cadena productiva. Es una abreviatura de las palabras japonesas "kai", que significa "cambio", y "zen", que significa "bien" o "mejor". basándose en ajustes continuos en procesos existentes para mejorar el resultado final, asegurando la participación colaboradores incluyendo otras herramientas como el PDCA o ruedas Deming, gestión de calidad total. TQM, fue desarrollado por el ingeniero Taiichi Ohno, el cual propuso el método de organización del trabajo Onismo, también conocido como Toyotaismo, aplicado a la empresa del mismo nombre, este sistema es considerado una mejora del Taylorismo y el Fordismo, dos grupos de trabajo estadounidenses, es un defensor de la mejora antes que la innovación, generando grupos de trabajo y creando un buzón de sugerencias donde toda la compañía participe, el método también sugiere crear cuestionarios para que los empleados sugieran las mejores ideas, de tal manera kaizen no es un método funcional, simplemente para que funcione se debe combinar con otras herramientas según el proceso (2016), Las dimensiones de la metodología kaizen son:

Figura 1: Ciclo Deming y mejora continua de procesos



Suárez y Dávila (2015) señalan que los métodos Kaizen se pueden dividir en tres categorías: la gestión Kaizen es la más importante y está sustentada en políticas, metas y sistemas de gestión; los grupos Kaizen, que se centran en grupos de mejora o de calidad; Aporte individual del Kaizen a la estructura organizacional y aportes individuales.

En el sentido más amplio de Gutiérrez (2010), confiabilidad demuestra que una compañía cumple sus acuerdos de suministro, prestación de servicios, resolución de problemas y fijación de precios. Los clientes quieren hacer negocios con organizaciones que cumplan sus promesas, especialmente aquellas relacionadas con los atributos principales del servicio.

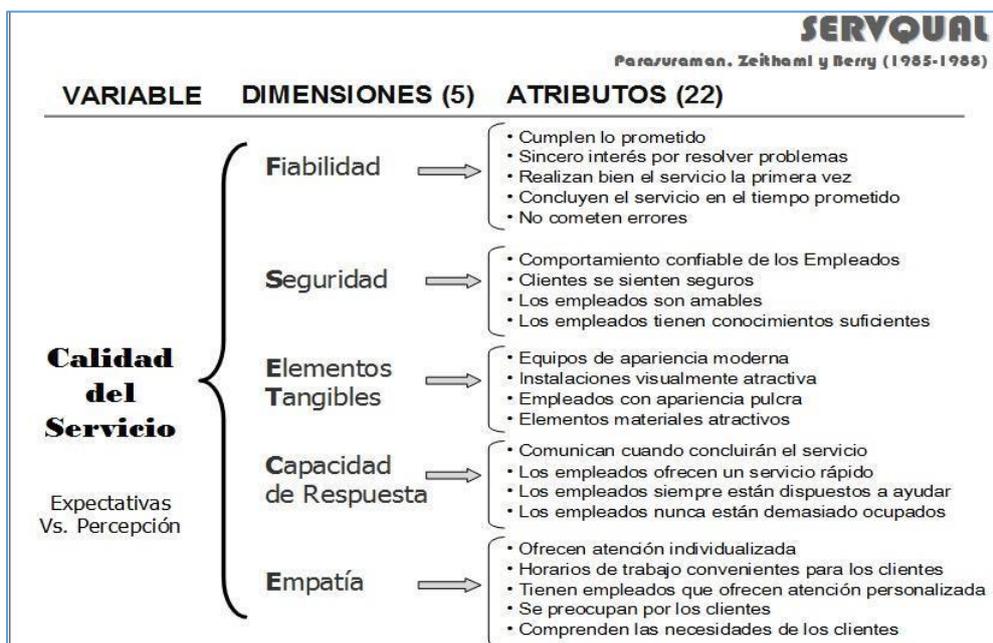
Desde esta perspectiva, para Riveros (2007), la seguridad como aspecto de la calidad del servicio enfatiza que los empleados tengan las habilidades, conocimientos y habilidades necesarios para brindar servicios, contactar personalmente a los empleados, realizar transacciones relacionadas con su trabajo, resolver problemas, cuestiones y problemas. . Por parte del cliente cuidado, atención, respeto y amabilidad en el trato.

Según Zeithaml et al. (2009), la empatía significa tratar a los clientes como individuos y, por tanto, se define como la atención y el cuidado personal que una empresa brinda a sus clientes. La esencia de la empatía es transmitir al cliente, a

través de un servicio personalizado o a medida, la idea de unicidad y exclusividad. Los clientes quieren sentirse importantes y comprendidos por las empresas que prestan el servicio.

En cuanto a la segunda variable dependiente calidad del servicio es el resultado del sistema económico. En el pasado, satisfacían las necesidades de sus clientes mejor que ellos, ya fueran individuos u organizaciones; y la otra lucha por la excelencia en las organizaciones en el mundo globalizado de hoy. Hoy en día, la atención al cliente se ha convertido en fundamental para gestionar las relaciones internas y externas de una organización, poniendo siempre en el centro de atención a las personas y teniendo en cuenta sus necesidades. De esta manera, se superarán diversas situaciones críticas en la prestación de servicios, por ejemplo, creando oportunidades como la reducción de brechas de servicios. La primera explicación de servicio lo entiende como valor agregado a un producto. Se concibió entonces como una utilidad, que en algunos casos requería expresión a través de bienes físicos y en otros a través de la comunicación entre clientes y proveedores. "Hoy la gente cree que el servicio es un elemento inherente a todo proceso de intercambio; "Éste es el elemento central del proceso de entrega, que se desarrolla de dos formas: el servicio en sí y el servicio agregado al producto".

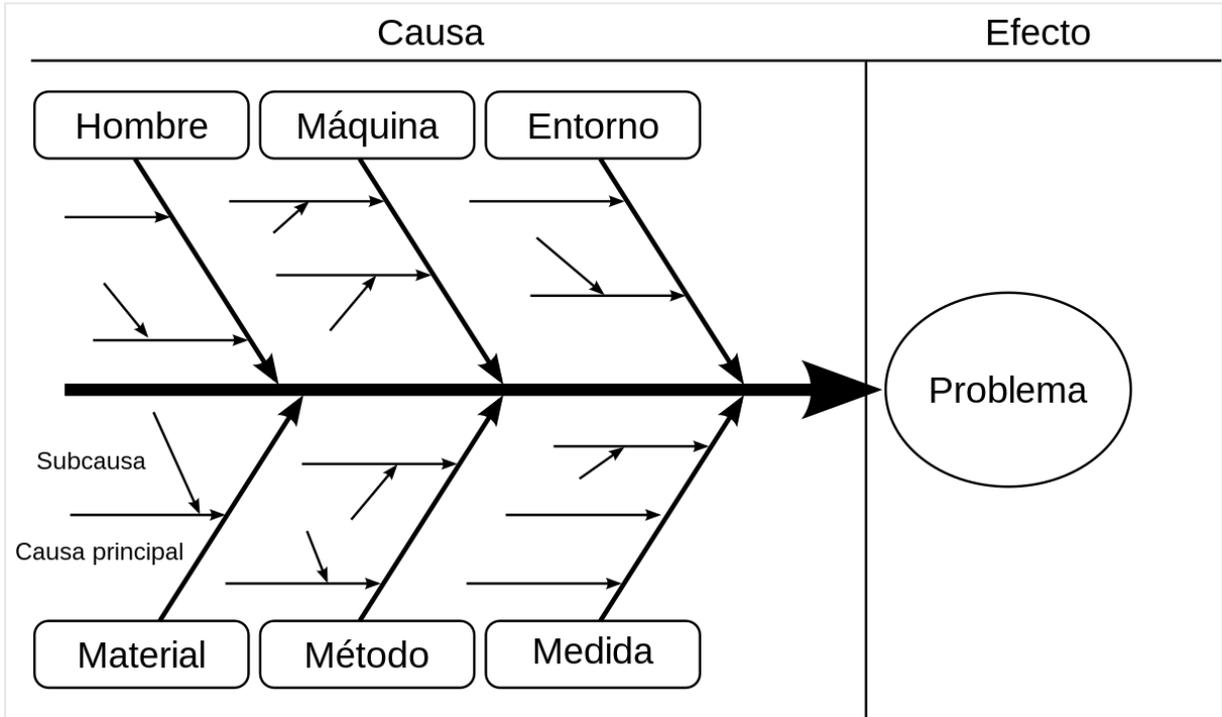
Figura 2: Dimensiones y atributos de SERVQUAL.



El concepto de Ishikawa, o espina de pescado, es utilizada en muchas empresas como herramienta de gestión, también es muy utilizado en la gestión de riesgos, el diagrama permite resolver el problema como predecir el problema, el objetivo es analizar de forma gráfica y ordenada. Las relaciones de causa y efecto específicas de un problema suponiendo que existen diferentes causas primarias y secundarias según el tipo de problema, y que identificar estas causas es el primer paso para resolver el problema según Saeger (2016).

Se divide en cinco grandes familias: Materiales: es todo lo consumible y útil en el proyecto, por ejemplo, herramientas toscas, papel, electricidad, Ambiental: adecuado al entorno, espacio, área Área verde, Método: incluye procedimientos existentes. y flujo de información, materiales o maquinaria: materiales necesarios utilizados en el proyecto, los recursos humanos son necesarios en un estudio determinado.

Figura 3: Diagrama Ishikawa (espina de pescado)



Fuente extraída de la web

Tendrá como hipótesis general: Ha: La aplicación de la metodología kaizen mejorara la calidad de servicio de los productos de línea blanca con el fin de incrementar las ventas de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, Ho: La aplicación de la metodología kaizen no mejorara la calidad del servicio de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, Hipótesis específicas serán: a) Ha: La aplicación de la metodología kaizen mejorara los tiempos de entrega de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, Ho: La aplicación de la metodología kaizen no mejorara los tiempos de entrega de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, b) Ha: La aplicación de la metodología kaizen controlara el ingresos de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, Ho: La aplicación de la metodología kaizen no controlara el ingresos de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, c) Ha: La aplicación de la metodología kaizen ayudara a reducir el sobrestock de productos de línea blanca de la empresa privada retail, Chiclayo 2024, Ho: La aplicación de la metodología de kaizen no reducirá el sobrestock de los productos de línea blanca con mayor rotación de una empresa retail, Chiclayo 2024, d) Ha: La aplicación de la metodología kaizen reducirá las mermas de los productos de línea blanca incrementado las utilidades de una empresa privada retail, Chiclayo 2024, Ho: La aplicación de la metodología kaizen no reducirá las mermas de los productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024.

II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación es aplicada según Hernández y Mendoza, (2018) por que se realizó del modo aplicado cumpliendo 2 elementos fundamentales haber contribuido conocimiento de teorías reales y básicas por haber resueltos problemas existentes.

El estudio de tipo aplicado demostró datos primarios para dar soluciones a problemas de implementación logrando examinar el problema con propuestas simples, comparativos, los fenómenos relacionados con propiedades o variables para interpretar las posibles soluciones a los problemas estableciendo precedentes para determinar las posibles causas, tal como lo expuso (Hernandez y Baptista, (2014).

La investigación de diseño experimental según Sánchez y Reyes (2015), señala que hay dos razones útiles para comenzar la discusión y descripción: primero, porque hay un elemento de diseño, y segundo, ilustra que las variables pueden influir en el valor intrínseco. Hay tres diseños de prueba previa: diseño de grupo solo después, diseño de prueba previa de un solo grupo, diseño de comparación estática según. Kothari (2004) mencionó que antes y después del diseño controlado en diseños experimentales válidos se seleccionan dos dominios, por lo que la variable debe medirse en ambos dominios durante el mismo período de tiempo.

previa. Después de las pruebas, para este propósito del proyecto:

G: O1 X O2

Dónde:

G: Empresa privada de retail de productos de Línea Blanca.

O1: Pre test (Calidad de servicio inicial de la empresa privada de retail de productos de Línea Blanca)

X: Mejora (Metodología Kaizen)

O2: Post test (Calidad de servicio luego de aplicar Kaizen en la empresa privada de retail de productos de Línea Blanca).

El enfoque es cuantitativo, debido a que se recolecto datos para su posterior análisis de estudio experimental porque se realizaron mejoras en la manipulación de variables utilizando un diseño pre experimental donde el investigador controlaba el entorno para obtener mejores resultados a lo largo del tiempo y se utilizó un diseño de prueba

Variable y Operacionalización: La operacionalización se puede apreciar en los anexos

Variable Independiente Metodología Kaizen: según el protocolo (2016) el concepto de este método es establecer una mejora continuo aplicado a la cadena de producción, se basa en la adaptación continua de herramientas y procesos existentes para mejorar el resultado final cuando se utiliza de forma estructurada, esta metodología utiliza las siguientes dimensiones para la mejora continua (PHVA).

Planear: Estable metas de los problemas analizados a fin de solucionar las necesidades y experiencia de los clientes según Vásconez, (2018, p.16)

Actuar: realiza acciones correctivas de los problemas encontrados aplicando el ciclo de Deming aplicado a dicho proceso. Según Vásconez, (2018, p.16).

Calidad de servicio: como variable dependiente es una medida que satisface las necesidades de los clientes mejor que ellos mismos, ya sean individuos u organizaciones. La primera forma de explicar un servicio es entenderlo como un valor añadido del servicio. Luego se concibe como una utilidad en sí misma, que a veces requiere expresión a través de bienes físicos y otras a través de la comunicación entre cliente y proveedor. Según Thomas, (1995).

Para Cantú (2011) muestra que los aspectos tangibles del servicio, como los centros de distribución, las personas, los equipos y los materiales de información, son componentes importantes de una buena calidad del servicio al mejorar los factores fundamentales. La versión de la calidad del servicio en diferentes empresas, la mayoría de los aspectos de la calidad del servicio son elementos intangibles y tangibles. representan el atributo más valioso, muy apreciado por los clientes.

Según Grande (2005), la calidad de respuesta es la voluntad y disponibilidad de los colaboradores de una empresa en brindar una atención rápida y satisfactoria. Los clientes son más exigentes a una atención rápida con perder el tiempo, este aspecto expresa el tiempo necesario para responder la solicitud, adaptando y personalizando el servicio a la necesidad del cliente.

Población y muestra: Hernandez, et al. (2014) manifiesta identifico la unidad de muestreo/análisis, delimitando la población para obtener los resultados, teniendo como población total de 161 registros de productos de línea blanca los cuales se tomará como muestra su totalidad en la diferente categoría.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Se utilizaron técnicas investigación como fichas de registros y la aplicación del método Kaizen dirigida al grupo de vendedores del presente estudio, la confiabilidad fue validado por 3 expertos que guardan relación con el tema de investigación, determinando la conformidad del instrumento aplicado a la presente investigación según Hernandez et al. (2014) que manifiesta que la etapa de validez tiene un grado de experiencia para medir las variables del estudio.

Método de análisis de datos: se realizó un análisis aplicando una herramienta llamada diagrama de análisis causa efecto (Ishikawa), obteniendo un análisis de las causas según los problemas obtenidas, el uso de excel, aplicativos propios de la empresa "Portal Best seller", Base de datos de Productos (PMM), SPSS para la obtención de datos, como también se utilizará la estadística descriptiva, pruebas de normalidad y contrastación de hipótesis.

Aspectos Éticos: El proceso de presentación incluye una carta a la empresa solicitando consentimiento para el uso de información y/o herramientas de recolección de datos, las cuales son completamente confidenciales y tienen como finalidad el desarrollo de la tesis de posgrado. Teniendo en cuenta los lineamientos emitidos por la Universidad Cesar Vallejo - Lima Norte, son de gran importancia como los documentos normativos RVI N° 081-2024-VI-UCV guía de elaboración de trabajos conducentes a Grados y Títulos, RVI N° 095-2024-VI-UCV actualización articulación - de áreas de investigación con líneas RSU y ODS, RCUN°470-2022-UCV-Codigo de

Etica, RVI N°021-2021-VI-UCV Disposición para utilizar nombre de la institución en proyecto de investigación y 2023-APA-UCV Manual de norma APA.

III. RESULTADOS.

Análisis descriptivo

Dimensión 1: Control de Ingresos de Productos

Tabla 1: Resultado del control de ingreso de mercadería de línea blanca

S	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
INGRE.PRE	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
INGRE.POS	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Fuente: Datos obtenidos del SPSS

En la Tabla 1, se muestra los resultados obtenidos del control de ingresos de los productos de línea blanca donde se observa 52 números validos al 100% con ningún número perdido obteniendo el 100% de porcentaje total.

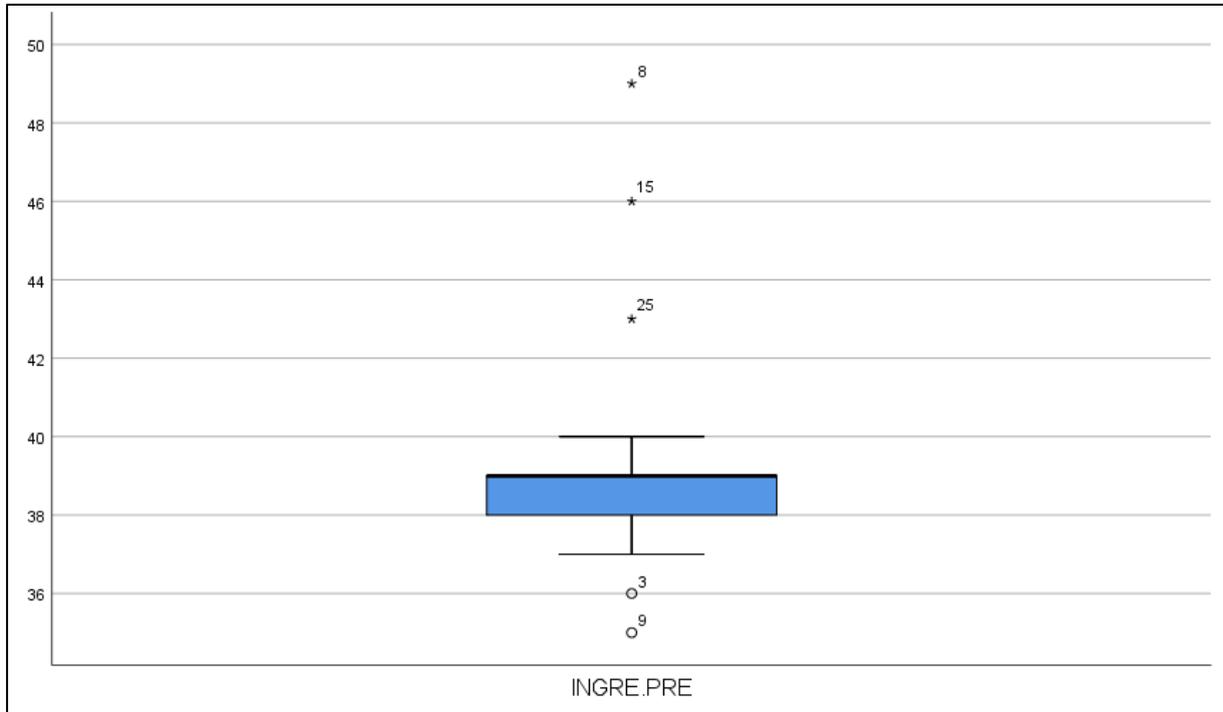
Tabla 2: Resultado descriptivos control de ingresos

		Descriptivos		Estadístico	Desv. Error
INGRE.PRE	Media			39,02	,296
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		38,42	
		Límite superior		39,61	
	Media recortada al 5%			38,78	
	Mediana			39,00	
	Varianza			4,568	
	Desv. Desviación			2,137	
	Mínimo			35	
	Máximo			49	
	Rango			14	
	Rango intercuartil			1	
	Asimetría			2,618	,330
	Curtosis			10,568	,650
INGRE.POS	Media			19,35	,729
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		17,88	
		Límite superior		20,81	
	Media recortada al 5%			18,90	
	Mediana			18,00	
	Varianza			27,643	
Desv. Desviación			5,258		

Mínimo	13	
Máximo	35	
Rango	22	
Rango intercuartil	5	
Asimetría	1,251	,330
Curtosis	1,367	,650

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

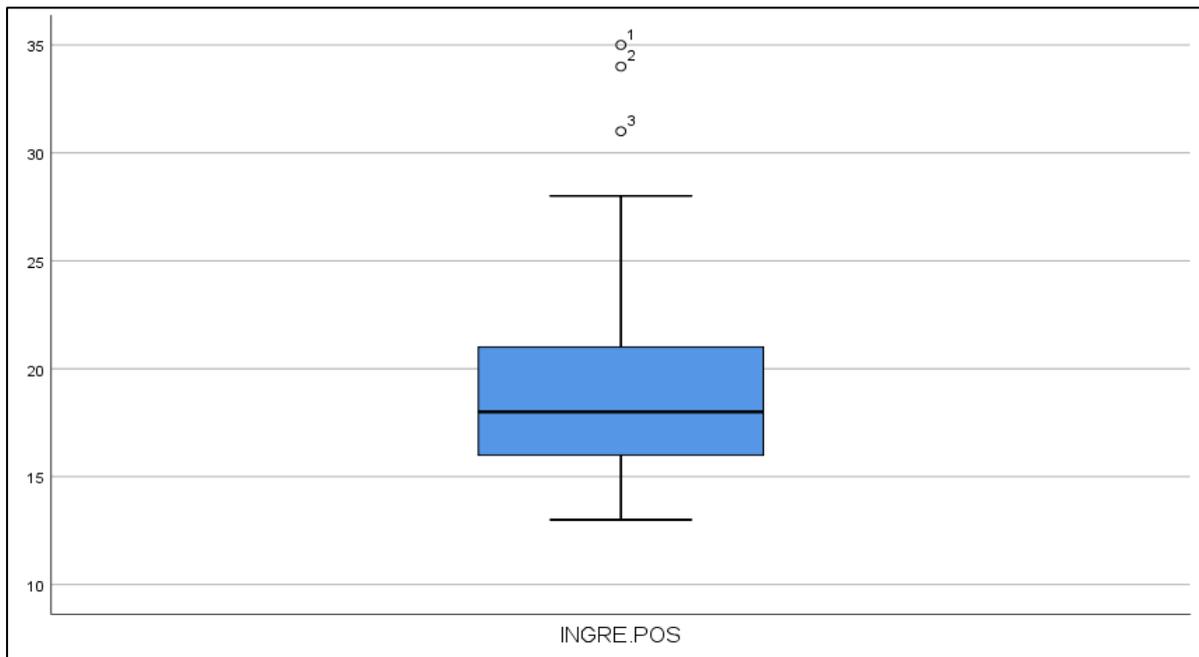
Figura 5: Grafica Pre del resultado del control de ingreso de mercadería.



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la figura 05 y 06, podemos observar que las gráficas muestran una reducción en el control de ingresos de productos de línea blanca, después de aplicar la metodología kaizen teniendo como resultado en la media de 39.02 a 19.35.

Figura 6: Gráfica Post de resultado control de ingreso de mercadería.



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Dimensión 2: Sobrestock de Mercadería

Tabla 3: Resumen de Procesamiento de casos de sobrestock de mercadería

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
STOCK.P RE	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
STOCK.P OS	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

En la Tabla 3, se muestra los resultados obtenidos del control de ingresos de los productos de línea blanca donde se observa 52 números validos al 100% con ningún número perdido obteniendo el 100% de porcentaje total.

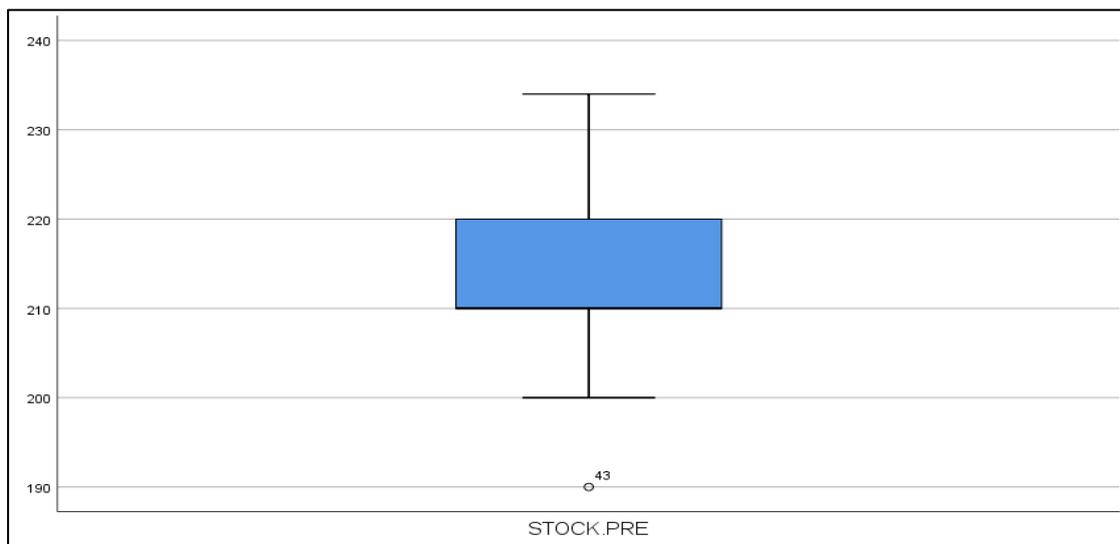
Tabla 4: Resultados descriptivo de sobrestock de mercadería

Descriptivos		Estadístico	Desv. Error
STOCK.PR	Media	214,17	1,324
E	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	211,51
		Límite superior	216,83
	Media recortada al 5%		214,21
	Mediana		210,00

	Varianza		91,166	
	Desv. Desviación		9,548	
	Mínimo		190	
	Máximo		234	
	Rango		44	
	Rango intercuartil		10	
	Asimetría		-,036	,330
	Curtosis		-,377	,650
STOCK.PO	Media		114,42	3,028
S	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	108,34	
		Límite superior	120,50	
	Media recortada al 5%		111,77	
	Mediana		104,50	
	Varianza		476,837	
	Desv. Desviación		21,837	
	Mínimo		100	
	Máximo		190	
	Rango		90	
	Rango intercuartil		20	
	Asimetría		1,776	,330
	Curtosis		2,549	,650

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

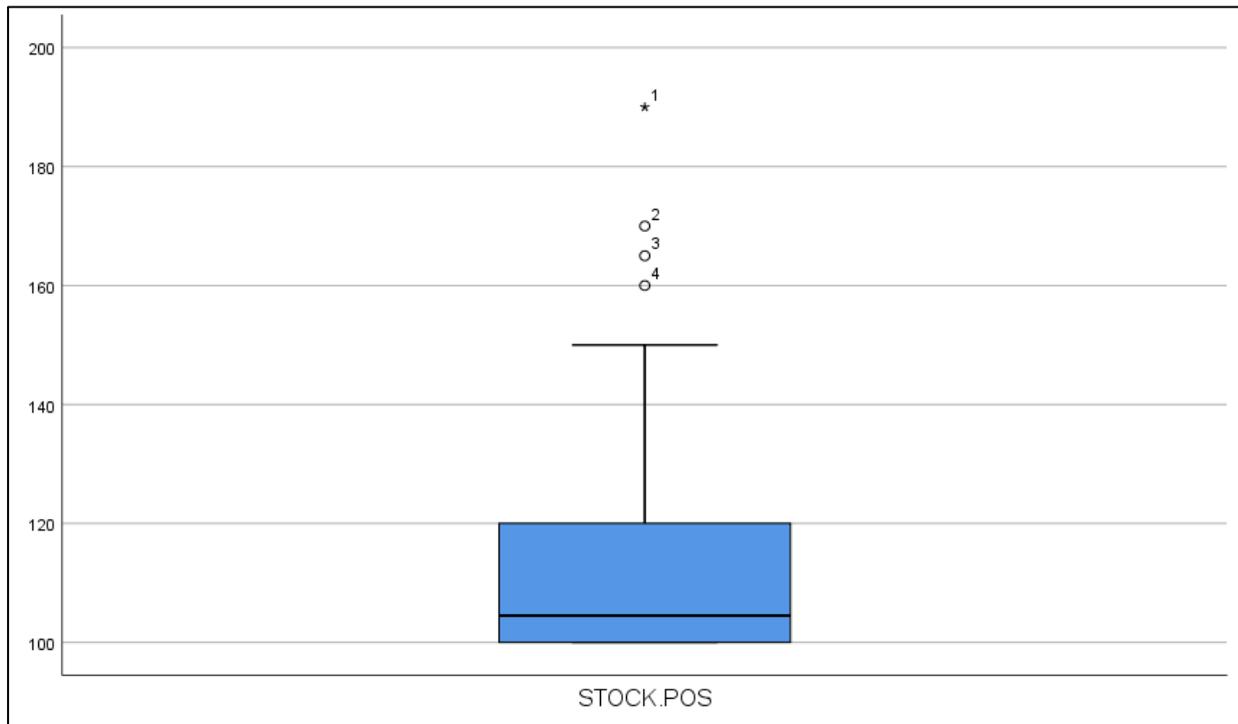
Figura 7: Grafica de resultado del Pre del sobrestock de mercadería.



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la figura 07 y 08, podemos observar que las gráficas muestran una optimización en el sobrestock de mercadería de productos de línea blanca, después de aplicar la metodología kaizen teniendo como resultado en la media de 214.17 a 114.42.

Figura 8: Gráfica Post del resultado del sobrestock de mercadería



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Dimensión 3: Tiempos de entrega de mercadería

Tabla 5: Resultado descriptivo de los tiempos de entrega mercadería

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
ENTRE.PRE	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
ENTRE.POS	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

En la Tabla 5, se muestra los resultados obtenidos del control de ingresos de los productos de línea blanca donde se observa 52 números validos al 100% con ningún número perdido obteniendo el 100% de porcentaje total.

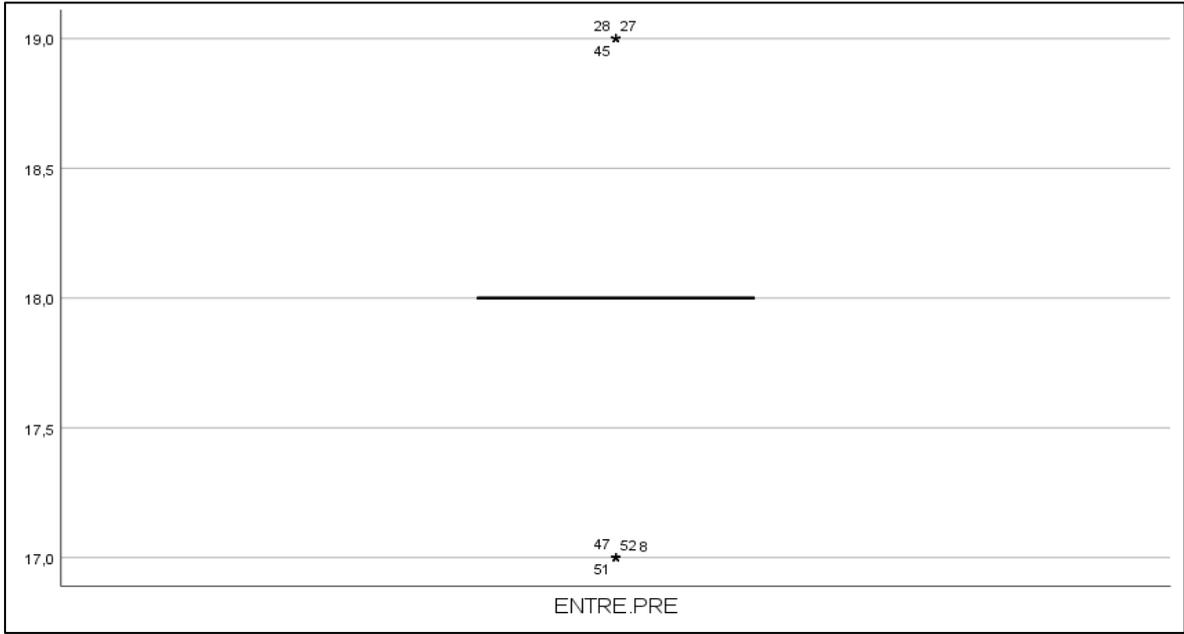
Tabla 6: Resultado descriptivo de tiempos de entrega

		Estadístico	Dev. Error
ENTRE.PRE	Media	17,98	,064

	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	17,85	
		Límite superior	18,11	
	Media recortada al 5%		17,98	
	Mediana		18,00	
	Varianza		,215	
	Desv. Desviación		,464	
	Mínimo		17	
	Máximo		19	
	Rango		2	
	Rango intercuartil		0	
	Asimetría		-,075	,330
	Curtosis		2,024	,650
ENTRE.POS	Media		9,75	,419
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	8,91	
		Límite superior	10,59	
	Media recortada al 5%		9,72	
	Mediana		10,50	
	Varianza		9,132	
	Desv. Desviación		3,022	
	Mínimo		5	
	Máximo		15	
	Rango		10	
	Rango intercuartil		4	
	Asimetría		-,159	,330
	Curtosis		-,898	,650

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

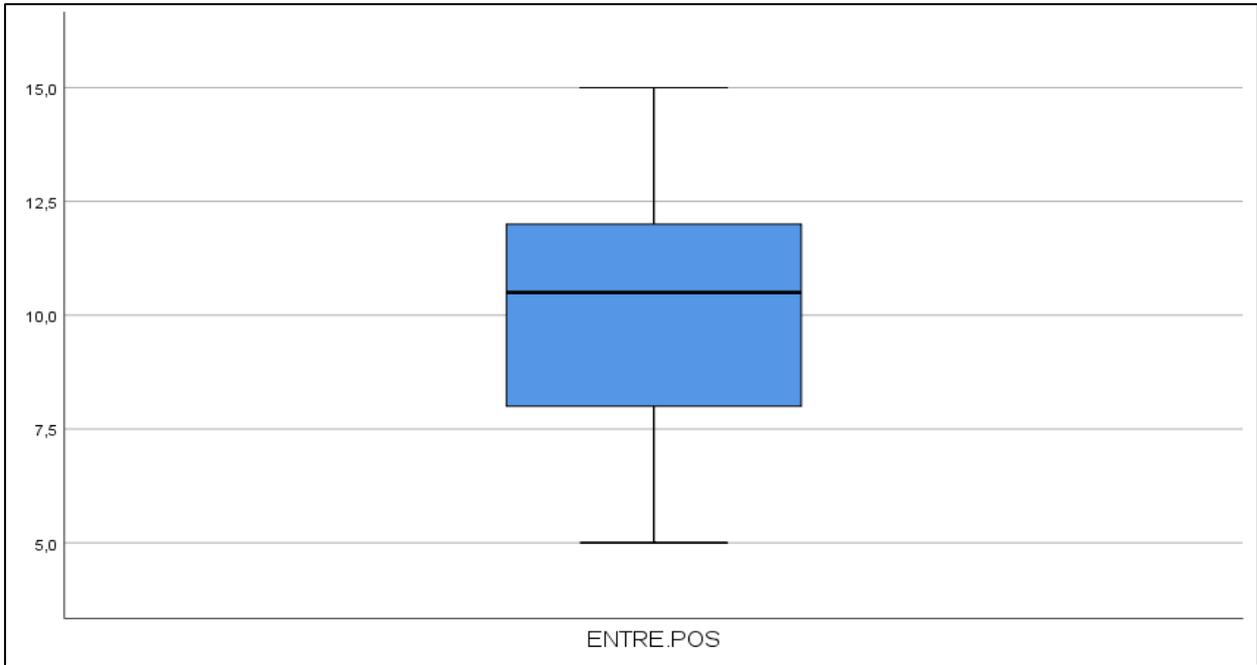
Figura 9: Gráfica pre de resultados de tiempos de entrega



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la figura 09 y 10, podemos observar que las gráficas muestran una reducción significativa en los tiempos de entrega de mercadería de productos de línea blanca, después de aplicar la metodología kaizen teniendo como resultado en la media de 17.98 a 9.75.

Figura 10: Gráfica Post de resultado de tiempos de entrega



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Dimensión 4: Reducción de Mermas

Tabla 7: Resultado descriptivo de reducción de mermas.

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
MERMAS.PR E	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
MERMAS.PO S	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

En la Tabla 5, se muestra los resultados obtenidos del control de ingresos de los productos de línea blanca donde se observa 52 números validos al 100% con ningún número perdido obteniendo el 100% de porcentaje total.

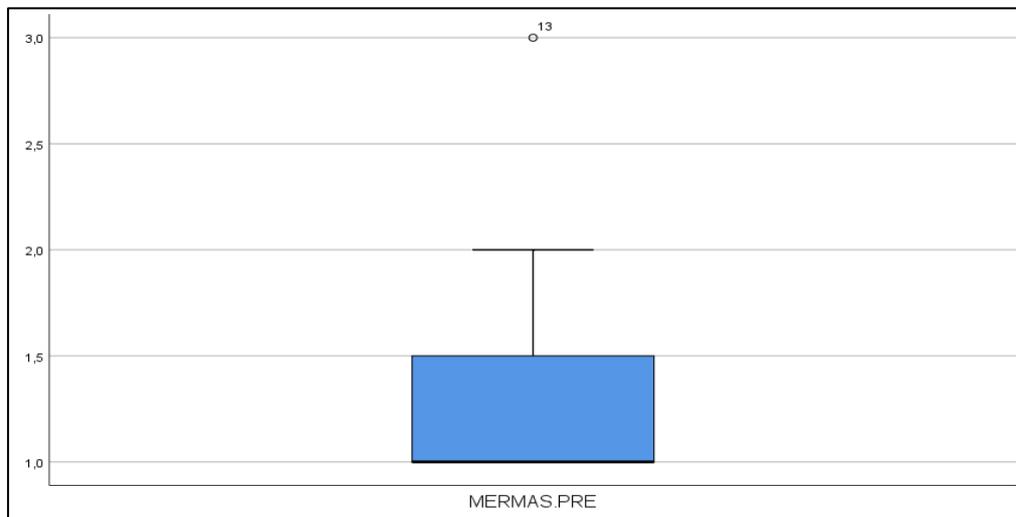
Tabla 8: Resultados descriptivo de la reducción de mermas.

		Descriptivos		Estadístico	Desv. Error
MERMAS.PR E	Media			1,27	,068
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		1,13	
		Límite superior		1,41	
	Media recortada al 5%			1,22	
	Mediana			1,00	
	Varianza			,240	
	Desv. Desviación			,490	
	Mínimo			1	
	Máximo			3	
	Rango			2	
	Rango intercuartil			1	
	Asimetría			1,581	,330
	Curtosis			1,648	,650
MERMAS.PO S	Media			,37	,067
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		,23	
		Límite superior		,50	
	Media recortada al 5%			,35	
	Mediana			,00	
	Varianza			,236	
	Desv. Desviación			,486	
	Mínimo			0	
	Máximo			1	
	Rango			1	

Rango intercuartil	1	
Asimetría	,576	,330
Curtosis	-1,737	,650

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

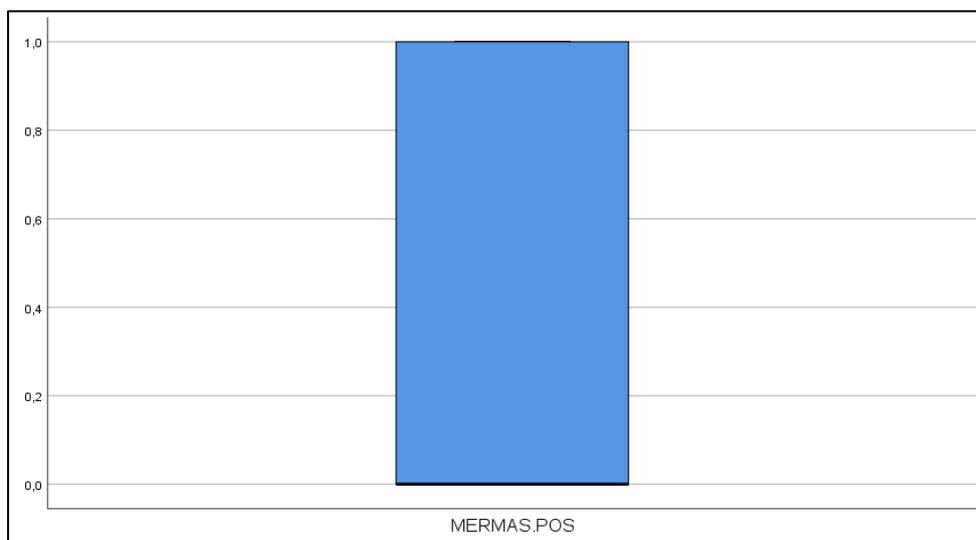
Figura 11: Grafica pre de resultado de reducción de mermas



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la figura 11 y 12, podemos observar que las gráficas muestran una reducción significativa en la reducción de mermas de productos de línea blanca, después de aplicar la metodología kaizen teniendo como resultado en la media de 1.27 a 0.37.

Figura 12: Resultado de Grafica Post reducción de mermas.



Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Análisis de Normalidad

Dimensión 1: Control de Ingresos

Tabla 9: Resultado de prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
INGRE.PRE	,273	52	,000
INGRE.POS	,165	52	,001

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 09, los resultados de la prueba normalidad de kolmogorov muestran una significancia del pre 0.00 y post 0.01 menores al 0.05, lo cual el análisis de resultado es no paramétrico utilizando como respuesta la prueba de wilcoxon.

Dimensión 2: Sobrestock de Mercadería

Tabla 10: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
STOCK.PRE	,246	52	,000
STOCK.POS	,254	52	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 10, los resultados de la prueba normalidad de kolmogorov muestran una significancia del pre y post menores al 0.05, lo cual el análisis de resultado es no paramétrico utilizando como respuesta la prueba de wilcoxon.

Dimensión 3: Reducción de Tiempos

Tabla 11: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
ENTRE.PRE	,401	52	,000
ENTRE.POS	,160	52	,002

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 11, los resultados de la prueba normalidad de kolmogorov muestran una significancia del pre en 0.00 y un post 0.02 menores al 0.05, lo cual el análisis de resultado es no paramétrico utilizando como respuesta la prueba de wilcoxon.

Dimensión 4: Reducción de Mermas

Tabla 12: Resultado de prueba normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
MERMAS.PRE	,459	52	,000
MERMAS.POS	,408	52	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 12, los resultados de la prueba normalidad de kolmogorov la significancia del pre y post muestran un resultado menor 0.05, lo cual el análisis de resultado es no paramétrico utilizando como respuesta la prueba de wilcoxon.

Análisis Inferenciales

Hipótesis Específica 1: Control de ingresos.

Tabla 13: Resultados estadísticos descriptivos de control de ingresos

	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
INGRE.PRE	52	39,02	2,137	35	49
INGRE.POS	52	19,35	5,258	13	35

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 13, se observa una reducción significativa en el control de ingresos de los productos de línea blanca después de aplicar la metodología teniendo de 39.02 a 19.42.

Tabla 14: Prueba de Wilcoxon de control de ingresos

INGRE.POS - INGRE.PRE

Z	-6,280 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 14, se observa que la prueba de wilcoxon para mejorar el control de ingresos de mercadería de productos de línea blanca es menor a la 0.05, por tal rechazamos la hipótesis nula, concluyendo que la aplicación Kaizen mejoro el control de ingreso de productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H0: Kaizen no contribuye en el control de ingresos de mercadería en productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H1: Kaizen contribuye en el control de ingresos de mercadería en productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

Hipótesis específica 2: Sobrestock de mercadería

Tabla 15: Resultados estadísticos descriptivos de sobrestock de mercadería

	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
STOCK.PRE	52	214,17	9,548	190	234
STOCK.POS	52	114,42	21,837	100	190

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 15, se observa una mejora significativa en la optimización del sobrestock de mercadería después de aplicar la metodología teniendo de 214.17 a 114.42.

Tabla 16: Prueba de wilcoxon de sobrestock de mercadería

	STOCK.POS - STOCK.PRE
Z	-6,296 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 16, se observa que la prueba de wilcoxon para la reducción del sobrestock de mercadería de productos de línea blanca es menor a la 0.05, por tal rechazamos la hipótesis nula, concluyendo que la aplicación Kaizen apporto a optimizar el sobrestock de mercadería de productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H0: Kaizen no mejoro en la reducción del sobrestock de mercadería en productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H1: Kaizen mejora en la reducción del sobrestock de mercadería en productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

Hipótesis 3: Reducción de tiempos de entrega

Tabla 17: Resultados estadísticos de reducción de tiempos de entrega

	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
ENTRE.PRE	52	17,98	,464	17	19
ENTRE.POS	52	9,75	3,022	5	15

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 17, se observa una mejora significativa en la reducción de los tiempos de entrega después de aplicar la metodología teniendo de 17.98 a 9.75.

Tabla 18: Prueba de wilcoxon de reducción de tiempos de entrega.

	ENTRE.POS - ENTRE.PRE
	-6,288 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 18, se observa que la prueba de wilcoxon para la reducción de tiempos de entrega de productos de línea blanca es menor a la 0.05, por tal rechazamos la hipótesis nula, concluyendo que la aplicación Kaizen reduce los tiempos de entrega de mermas de productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H0: Kaizen no mejora en la reducción de tiempos de entrega en productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H1: Kaizen mejora en la reducción de tiempos de entrega de productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

Hipótesis 4: Reducción de mermas.

Tabla 19: Resultados estadísticos descriptivo de reducción de mermas

	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
MERMAS.PRE	52	1,27	,490	1	3
MERMAS.POS	52	,37	,486	0	1

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 19, se observa que el incremento de mermas se ha reducido significativamente después de la aplicación de la metodología teniendo de 1.27 a 0.37.

Tabla 20: Prueba de wilcoxon de reducción de mermas

	MERMAS.POS - MERMAS.PRE
Z	-6,053 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Fuente: datos obtenidos de la SPSS

Referente a la tabla 20, se observa que la prueba de wilcoxon para la reducción de mermas en menor a la 0.05, por tal rechazamos la hipótesis nula, concluyendo que la aplicación Kaizen reduce el incremento de mermas de productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H0: Kaizen no disminuye significativamente las mermas por daños en los productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

H1: Kaizen no disminuye significativamente las mermas por daños en los productos de línea blanca de una empresa retail privada Chiclayo 2024.

IV. DISCUSIÓN

En la búsqueda de mejorar la calidad de servicio, muchas empresas privadas de retail, buscan implementar métodos que satisfacen al cliente final, al tener muchas opciones se buscó una metodología acorde a la necesidades de la empresa, el cual fue la metodología Kaizen una herramienta completa, que busca la mejora continua de cada indicador observado. La calidad de servicios de los productos de línea blanca de la empresa privada retail, ha demostrado ser efectivo, con incremento del 47% en la productividad de los vendedores del área de electro, además de lograr reducir los tiempos de espera de clientes insatisfechos al 50%, mejorando la satisfacción del cliente, generando una cultura de trabajo efectiva, incrementando las ventas a un 30% según el comparativo de venta del año anterior.

Estos resultados positivos demuestran la eficacia de la metodología kaizen en mejorar la calidad de servicio de los productos de línea blanca, generando una optimización en los procesos de control, tiempos y mermas.

A diferencia de Malpartida et al. (2021), que tuvo como objetivo establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, utilizó un diseño no experimental con enfoque cuantitativo; la información obtenida muestra que existe una relación directa y significativa entre ambas variables, su coeficiente de correlación de 0.82 y un nivel de significancia ($p < 0.05$), la medición muestra una correlación altamente correlacionada con la satisfacción del cliente con resultados medibles (Spearman Rho = 0,808), demostrando que los equipos modernos influyen en la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, empleando a 100 trabajadores se utilizó la prueba de Kolmogorov para cada variable, obteniendo resultados paramétricos.

Con respecto a la segunda dimensión del control de ingresos de mercadería de productos de línea blanca, los resultados mostrados de las 52 semanas del año fueron procesadas al 100% donde se evidenció una reducción en los tiempos de recepción y control de mercadería al 50%, donde los tiempos de pre-test fueron de 39.02 a 19.35 post-test ahorrando horas hombre en los procesos mencionados, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogórov por ser una muestra de 161 artículos, obtuvo una significancia en el pre-test 0.00 a 0,01 en el post-test, lo cual el análisis de resultado

es no paramétrico utilizado como respuesta la prueba de wilcoxon, lo cual es similar con la investigación de Siew et al. (2022) en su artículo donde demuestra que aplicando la metodología kaizen demostraron que la cultura es crucial para las organizaciones optimicen sus procesos operativos fomentando e innovando actividades y procesos nuevos que ayuden al colaborador a ser más productivos

De manera similar otsuka y Ben-Mazwi (2020) en su artículo sobre la evaluación de la intensidad kaizen en la capacitación de los proveedores demuestra la eficiencia de las capacitaciones y retroalimentaciones que se dieron a 8 proveedores en el proceso de control de sus productos, logrando reducir los tiempos aplicando capacitaciones a los proveedores externos de como debían ser los procedimientos de recepción y control de sus productos para el ingreso a las instalaciones.

A diferencia de Rodríguez Et al, (2023) donde los resultados son de la prueba de normalidad, con significancia menor a 0.05 demostrando que la muestra no paramétrica, por tal toma la decisión de utilizar la estadística no paramétrica de Rho Spearman, demostrando que la investigación mejoro la calidad de servicio y que impactara a la satisfacción al cliente como a la lealtad de los clientes.

Con respecto a la tercera dimensión del sobrestock de mercadería de los productos de línea blanca, la metodología kaizen demostró en ser efectiva en la cantidad de mercadería que debe ingresar en los almacenes de la compañía, obteniendo como resultado lograr optimizar del 214% al 114% en disponibilidad de productos con una significancia de 0,0, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna en la prueba de wilcoxon, lo cual coincide con Robaaay et al, (2023) en tu artículo de aplicación de la tarjeta kanban y mapa de flujo de valor para reducir los costos de inventario, mejorar el desempeño y la supervisión de la empresa teniendo como problema la falta de una aplicación de fabrica que generaba un sobre stock en el almacenamiento, como también los procesos eran muy lento que demandaban mayor mano de obra y horas hombre, lo cual se aplicó la metodología kaizen se redujo los tiempos de deterioro del (3%) al (2%) y racionalizando el inventario de 858 toneladas a 806 toneladas.

Caso similar Arredondo (2021) en su artículo que tiene como objetivo reducir los desperdicios de los materiales primos que impacta al precio final, dado que los

desperdicios no agregan valor al producto y el cliente no quiere pagar, buscando reducir a lo largo del proceso producción, se utilizaron 02 metodologías de mejora de procesos, la mejora practica de procesos (PPI) y el modelo PHVA para eliminar al 100% los desperdicios, los resultados mostraron que la empresa estaba gastando más materia prima innecesaria debido a un 50% de desperdicios generados en el procesos de producción.

A diferencia de Mwenda (2022) tiene como objetivo analizar la practica kaizen y cómo afecta en las grandes empresas, se utilizaron técnicas de ciclo (PDCA) para reducir la tasa de defectos obteniendo como resultado una disminución del 2%

Con respecto a la cuarta dimensión observamos que los tiempos de entrega de productos de línea blanca son muy altos, generando insatisfacción del cliente al momento de recibir su mercadería, con la metodología kaizen se redujo a un 47% los tiempos de espera del pre-test son 17,9 a 9.7 en el post – test, obteniendo una significancia del 0,00 en la prueba de wilcoxon , logrando un incremento en las ventas, lo cual coincide con el autor Santo et al (2023) en su artículo optimización en la gestión de producción en los procesos de fabricación, tiene como objetivo abordar las áreas críticas que requieran atención rápida, logrando como resultado reducir los desperdicios de fabricación a un 47% y los tiempos de espera del proceso disminuyo a 26% sin efectiva la aplicación de la metodología.

Caso similar Ewnetu y Gzate (2023), en su artículo de mejora de la productividad en las operaciones de ensamblaje en la industria de producción de prendas de vestir donde se utilizaron diferentes herramientas como kaizen y 5S logrando reducir los cuellos de botella de 3 a 0 por distancia de transporte minimizando las actividades de un 43% al 5% ahorrando 315 minutos en el proceso de la producción, de igual manera kumar (2022) que busco mejorar la agilidad de la industria manufacturera mediante el kobetsu kaizen y SMED que lograron encontrar oportunidades de mejora disminuyendo los tiempo de preparación en un 79.10% mediante la exitosa implementación SMED.

A diferencia de Srinivasan, (2024) que describe en su artículo excelencia operativa en la industria siderúrgica mediante el enfoque lean six sigma donde desean mejorar sus operaciones generales sin reducir la carga financiera, utilizando

herramienta DMAIC, Six Sigma y kaizen, su estudio se centró en los productos galvanizados de acero con el fin de reducir la cantidad de defectos utilizados, la implementación demostró que herramienta Six Sigma era mas beneficioso porque mejoro del 22% a 66% el tiempo de entrega y se redujo de 1307 min a 501 min; mostrando que los niveles óptimos se redujeron por unidad de chapa de acero siendo exitosa Lean Six Sigma (LSS), en la eliminación de desperdicios, rendimiento de proceso y reducción de inventario.

Con respecto a la quinta dimensión que tuvo objetivo la reducción de mermas de productos de línea blanca, por motivo de daños naturales o daños causados por terceros la metodología kaizen aporta diferente tipo de herramientas que minimizan las perdidas, reduciendo las liquidaciones por daños de 1.27 en el pre- test a 0.37% en el post – test, comparado a los años anteriores, obteniendo una significancia de 0,0 en la prueba de wilcoxon, caso similar demuestra en Adzrie et al, (2023) con su artículo mejora de la eficiencia laboral en la industria sabah, que tiene como objetivo determinar el desempeño laboral y la relación del gerente y empleado implementando la técnica de herramienta lean, mejorando la eficiencia en términos de impacto positivo, reduciendo los tiempos de entrega.

Caso similar Filipe y Pimentel (2023) en su artículo para mejorar los flujos de producción y logística interna que tiene como objetivo eliminar los desperdicios y aumentar la eficiencia y eficacia de los procesos, utilizando métodos value stream mapping (VSM), Total Flow Management (TFM), 5S, y medición de trabajo, identificando desperdicios y sobrecarga adicionando algunos balanceos de carga de trabajo reduciendo a 4 días y mejorando la productividad del 23.63ML a 35.75ML promoviendo la flexibilidad motivando a los empleados a fomentar la cultura , demostrando que TFM puede ser útil en la mejora continua con evidentes flujos de producción y logística interna, el proyecto demostró que es posible implementar acciones de mejora y buenos resultados con la implantación de la TFM.

A diferencia de Proenca et al (2022) en su artículo de técnicas optimización lean para mejorar los flujos de producción, donde los productores buscan optimizar los flujos y procesos de producción de los productos perecibles que su vida útil es muy corta, se utilizaron técnicas de optimización en el proceso productivo, se buscó reducir los tiempos de ciclo y la reducción de mermas aplicando la metodología como kaizen

y herramienta lean, siendo más efectivo la herramienta lean en la reducción del 35% al 10% en tiempo de ciclo excluyendo la conservación en demostrando que es posible reducir o incluso eliminar los desperdicios a lo largo de todo el proceso.

V. CONCLUSIONES

Se determinó que la metodología kaizen influyo significativamente en la mejora de la calidad de servicio de los productos de línea blanca de la empresa privada retail, los cuales se vieron reflejados en sus KPI de cada objetivo específico los cuales obtuvieron un resultado positivo en las siguientes dimensiones: control de ingresos 50% de eficiencia, sobre stock de mercadería se optimizo al 100%, reducción de tiempos entrega se redujo 47% y reducción de mermas se redujo al 0.37% en daños por mala manipulación, demostrando que la metodología kaizen es aplicable para la empresas privada de comercio retail, donde aplicando herramientas como capacitaciones, feedback y cultura mejoramos nuestra calidad de servicio.

Se determinó que la metodología kaizen influyo drásticamente en el control de ingresos de mercadería de línea blanca reduciendo los tiempos de inspección y control de productos teniendo antes una demora de 39.02 en tiempos de control a 19.35 optimizando los controles de recepción de mercadería a un 50% de eficiencia.

Se determinó que la metodología kaizen influyo significativamente en el control de sobrestock de mercadería de productos de línea blanca, reduciendo manera óptima el ingreso de productos con poca rotación y realizando sugeridos de los best seller de la categoría de línea, manejando un sobrestock 214% a manejar un stock óptimo de 114% para la venta al público en general.

Se determinó que la metodología kaizen influyo significativamente en la reducción de tiempos de entrega de productos de línea blanca, con la aplicación de un layout de bodega por categoría generando un orden y fácil búsqueda de productos vendidos para la entrega a los clientes finales reduciendo el tiempo de espera de 17 minutos a un aproximado de 09 minutos, mejorando la productividad a un 47% y fidelizando al cliente a seguir comprado.

Se determinó que la metodología kaizen influye significativamente en la reducción de mermas de productos de línea blanca, teniendo los 03 primeros objetivos específicos alineados y controlados, lo cual genero una reducción en las mermas de 1.27% semanal a manejar un 0.37% por daños de mala manipulación y recepción de mercadería

VI. RECOMENDACIONES

Según Minh & Quyen (2022) sugiere a la gerencia de operaciones mantener y fomentar la cultura de la aplicación de la metodología kaizen, que ha aportado significativamente a la calidad de servicio de los productos de línea blanca, con resultados satisfactorios en los diferentes KPI propuestos, a su vez realizar un cronograma anual de capacitaciones, check list de tareas y actividades como feedback que refuercen lo aplicado, generando una cultura de trabajo en cada colaborador de la empresa.

Se sugiere al gerente de operaciones realizar el seguimiento al control de ingreso de productos de línea blanca, para asegurar que todos los colaboradores tengan el compromiso y la capacitación de todos los procesos y revisión de checklist actividades que se deben realizar con la aplicación del kaizen, aumentando así los beneficios de la calidad de servicio en la empresa privada retail.

Se sugiere al gerente comercial realizar el seguimiento y control del sobrestock de mercadería, revisando periódicamente las bodegas donde se almacena los productos, como también la verificando el cumplimiento del layout designado por la metodología kaizen, generando un equilibrio de stock de mercadería según la necesidad del área.

Se sugiere al gerente de operaciones controlar los tiempos de entrega de los productos de línea blanca que están involucrados las áreas de plataforma y prevención, los cuales deben estar capacitados de todos los procesos que deben aplicar con la metodología kaizen, esto beneficiara al cliente final en la reducción de los tiempos de espera, mejorando la productividad del colaborar.

Se sugiere al gerente comercial fortalecer el compromiso de los colaboradores realizando feedback sobre en el cuidado de los productos (BPA), aplicados con la metodología kaizen, lo cual seguirá beneficiando en la reducción de mermas de productos de línea blanca, reduciendo la tasa de perdida por daños en la manipulación de productos por recepción y entrega de productos, manteniendo la calidad servicio de nuestros productos al cliente final y generando un incremento en nuestras utilidades.

REFERENCIAS

- Adzrie, M., Arechinan, R. L., Chagat, B., Naidu, S. T., & Karim, U. A. (2023). Work efficiency improvement in Sabah industry through lean tools implementation. AIP Conference Proceedings. <https://doi.org/10.1063/5.0128001>
- Armendáriz, J. (2019). *Gestión de la Calidad y de la seguridad e higiene Alimentaria*. España: Ediciones Paraninfo
- Arredondo-Soto, K. C. (2021). A Plan-Do-Check-Act Based Process Improvement Intervention for Quality Improvement. IEEE Access, 9, 132779–132790. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3112948>
- Badajoz Ramos, J. A., Jaime Flores, M. J., Martínez Quispe, D. B., & Conde Vera, R. (2023). Calidad de servicio en la decisión de compra en centros comerciales de Perú. *Quipukamayoc*, 31(65), 61–71. <https://doi.org/10.15381/quipu.v31i65.24665>.
- Cantú, J. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. Segunda edición. Editorial McGraw-Hill Latinoamericana. México
- Castañeda Cortes, A. (2019). *Mejoramiento de la confiabilidad: una ruta hacia la excelencia en el mantenimiento industrial* (Primera edición.). Ecoe Ediciones.
- Colorado, L. C. H. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría, administración*, 65(3), 186-. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>
- Cristofani, F. (2024, 21 abril). Mejora Continua Kaizen  Definiciones y características. De Ingeniería Industrial. <https://deingenieriaindustrial.com/lean-manufacturing/mejora-continua-kaizen/>.
- Dang-Pham, D. (2022). Digital Kaizen: An Approach to Digital Transformation. *Australasian Journal of Information Systems.*, 26. <https://doi.org/10.3127/AJIS.V26I0.3851>
- Ebes Esho, E. E., & Verhoef, G. (2021). What Influences Online Shopping In Nigeria: Trust or Website Quality? *African Journal of Business and Economic Research*, 16(3), 155–175. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2021/v16n3a8>.
- Enes, M., & Silva, Â. (2020). SERVICE QUALITY IMPROVEMENT ON WAREHOUSE-STORE TRANSPORTATION IN A RETAIL FOOD COMPANY. *International*

- Journal for Quality Research, 14(2), 623–634.
<https://doi.org/10.24874/IJQR14.02-18>.
- Ertekin, N., Ketzenberg, M. E., & Heim, G. R. (2020). Assessing Impacts of Store and Salesperson Dimensions of Retail Service Quality on Consumer Returns. *Production and Operations Management*, 29(5), 1232–1255.
<https://doi.org/10.1111/poms.13077>.
- Ewnetu, M., & Gzate, Y. (2023). Assembly operation productivity improvement for garment production industry through the integration of lean and work-study, a case study on Bahir Dar textile share company in garment, Bahir Dar, Ethiopia. *Heliyon*, 9(7), e17917. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17917>
- Filipe, D., & Pimentel, C. (2023). Production and Internal Logistics Flow Improvements through the Application of Total Flow Management. *Logistics*, 7(2), 34.
<https://doi.org/10.3390/logistics7020034>
- Goić, M., Levenier, C., & Montoya, R. (2021). Drivers of customer satisfaction in the grocery retail industry: A longitudinal analysis across store formats. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102505-.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102505>.
- Gong, T., & Yi, Y. (2018). The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology & Marketing*, Vol. 35, núm. 6, pp. 427-42. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/2036545185?accountid=37408> DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/mar.21096>
- Grande, I. (2005). *Marketing de servicios*. 4ta Edición. ESIC Editorial. España
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. 3era edición. McGraw-Hill. México
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la*
- Hernández, R., Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill.
- Isea-Argüelles, J. Aldana-Zavala, J. (2017). Filosofía gerencial Kaizen dirigido al Talento humano con responsabilidades gerenciales administrativas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. Polo de Capacitación, 53 Investigación y Publicación (POCAIP): Vol. 2, núm. 3. DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v2i2.15>

- Janjić, V., Todorović, M., & Jovanović, D. (2019). Key Success Factors and Benefits of Kaizen Implementation. *Engineering Management Journal*, 32(2), 98-106. <https://doi.org/10.1080/10429247.2019.1664274>
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology*. new Age.
- Kumar, R. (2022). Setup time reduction to enhance the agility of the manufacturing industry through kobetsu kaizen and SMED: a case study. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 12(5), 631–656. <https://doi.org/10.1504/IJPMB.2022.125320>
- Malpartida-Meza, Delia, Granada-López, Amiel, & Salas-Canales, Hugo Jesús. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima - Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 23-35. Epub December 00, 2022. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>.
- Matheus Luiz Ferreira de Carvalho, Sandra Miranda Neves, Lílian Barros Pereira Campos, & Carlos Henrique de Oliveira. (2019). Application of the servqual tool for analysis of service quality and benchmarking: case study in retail companies. *GEPROS: Gestão Da Produção, Operações e Sistemas*, 14(1), 22–47. <https://doi.org/10.15675/gepros.v14i1.2046>.
- Medina Chicaiza, R. P., Valencia Báez, J. R., Chiliquinga Véjar, L. del C., & Silva Ordóñez, I. F. (2023). Calidad del servicio electrónico de los supermercados en línea: un análisis de sus dimensiones. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i1.3772>.
- Minutos.es. (2016). *La filosofía del Kaizen: Pequeños cambios que tendrán grandes consecuencias*. Primento Publishing.
- Minh, N. D., & Quyen, N. T. H. (2022). Human resources quality improvement from the perspective of Kaizen practices. *Management (Zielona Góra)*, 26(1), 144–163. <https://doi.org/10.2478/manment-2019-0088>
- Movarrei, R., Rezaee Vessal, S., Rezaee Vessal, S., & Aspara, J. (2021). The effect of type of company doing home delivery during a pandemic on consumers' quality perceptions and behavior. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 52(11), 1–24. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-08-2020-0272>.
- Mrutzek-Hartmann, B., Kotzab, H., Yumurtacı Hüseyinoğlu, I. Ö., & Kühling, S. (2022). Omni-channel retailing resources and capabilities of SME specialty retailers –

- insights from Germany and Turkey. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(8/9), 1129–1155. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2021-0503>.
- Mujianto, M., Hartoyo, H., Nurmalina, R., & Yusuf, E. Z. (2023). The Unraveling Loyalty Model of Traditional Retail to Suppliers for Business Sustainability in the Digital Transformation Era: Insight from MSMEs in Indonesia. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 15(3), 2827-. <https://doi.org/10.3390/su15032827>
- Mwenda, B. (2022). KAIZEN APPROACH TO QUALITY IMPROVEMENT AND ITS FINANCIAL IMPLICATION. *African Journal of Applied Research*, 8(2), 394–405. <https://doi.org/10.26437/ajar.31.10.2022.28>
- Ojasalo, J. (2019). Short-term and long-term quality of service. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(4), 620-638. DOI:10.1108/IJQSS-04-2018-0034
- Orozco-Crespo, E., Sablón-Cossío, N., Barrezueta-Arias, K. E., & Sánchez-Galván, F. (2020). Diseño de layout en un almacén del Ingenio Azucarero de Imbabura, Ecuador. *Ingeniería industrial*, 41(1).
- Otsuka, K., & Ben-Mazwi, N. (2022). The impact of Kaizen: Assessing the intensive Kaizen training of auto-parts suppliers in South Africa. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 25(1), 1–9. <https://doi.org/10.4102/sajems.v25i1.4093>.
- Proença, A.P.; Gaspar, P.D.; Lima, T.M. Lean Optimization Techniques for Improvement of Production Flows and Logistics Management: The Case Study of a Fruits Distribution Center. *Processes* 2022, 10, 1384. <https://doi.org/10.3390/pr10071384>
- Riveros, P. (2007). Sistema de gestión de la calidad del servicio. Sea líder en mercados altamente competitivos. 3ra Edición. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia.
- Robaaiy, M. S. D. A., Rahima, M. A., & Alghazali, M. H. (2023). Application the Kanban Cards and the Value Stream Map (Vsm) to Rationalize Inventory Costs and to Improve The Company's Performance and Oversight Applied Research in Electrical Cables Factory / Ur State Company For Electrical Industries. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), e01371. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1371>

- Rodríguez Carrasco, Renzo José, Uribe Kajatt, Justina, & Rey de Castro Hidalgo, Daniel Enrique. (2023). La calidad de servicio del cliente interno basado en el modelo SERVQUAL y su relación con la satisfacción laboral en una empresa de transporte de carga pesada de Lima Metropolitana, 2021. *Industrial Data*, 26(1), 179-202. Epub 00 de junio de 2023. <https://dx.doi.org/10.15381/idata.v26i1.24243>.
- Rodríguez Armijos, D. Y., Arista Huamán., A. M., & Cruz-Tarrillo, J. J. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio*, 1(55), 65–77. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i55.2326.x>
- Rojas-Martínez, Claudia, Niebles-Nuñez, William, Pacheco-Ruíz, Carlos, & Hernández-Palma, Hugo G.. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>.
- Rubio-Rodríguez, G. A., Rodríguez Barrero, M. S., Flórez Guzmán, M. H., Granados Perdomo, E. E., & Palma Cardoso, E. (2023). Servicio en los supermercados a partir de sus factores incidentes. Un estudio teórico-empírico en Colombia. *Revista Telos*, 25(3), 854–867. <https://doi.org/10.36390/telos253.18>
- Saeger, A. de, & Feys, B. (2016). *El diagrama de Ishikawa* (M. S. Hidalgo, Trans.; 1st ed.). 50Minutos.es.
- Sánchez H., Reyes C. (2015). Metodología y diseños de la investigación científica. Business Support Aneth SRL.
- Sichinsambwe, C., Simasiku, P. L., Sikombe, S., & Nyimbili, H. (2023). Kaizen practices and performance improvement in Zambian manufacturing companies. *Cogent Engineering*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311916.2023.2183590>
- Siew Mui, K., Muthuveloo, R., & Chan, J. I. L. (2022). Antecedents of kaizen culture and its effect on operational performance: perspective of manufacturing companies in Malaysia. *TQM Journal*, 34(6), 1648–1666. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2021-0188>.
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en

- Srinivasan, K. (2024). Operational excellence of the steel industry using the Lean Six Sigma approach: a case study. *International Journal of Quality & Reliability Management.*, 41(3), 826–849. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-08-2022-0250>
- Suárez, M. B., & Miguel-Dávila, J. (2015). Implementación del Kaizen en México: un estudio exploratorio de una aproximación gerencial japonesa en el contexto latinoamericano. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, Vol. 21, núm. 41, pp.19-37. ISSN: 0121-5051. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81822806003>
- Vargas Quiñones Martha Elena Aldana De Vega Luzángela. (2011). *Calidad y servicio : Conceptos y herramientas* (2a ed.). Ecoe Ediciones.
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. A. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas* (Tercera edición.). Universidad de La Sabana, Dirección de Publicaciones.
- VASCONEZ, Sofía. *Modelo de Gestión de Calidad para la empresa "Jardinsa"*. Tesis para optar el título de Ingeniera Comercial. Ecuador. Pontifica Universidad Católica de Ecuador. 2018. Pp.125.
- Vo, B., Kongar, E., & Suárez Barraza, M. F. (2019). Kaizen event approach: a case study in the packaging industry. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(7), 1343–1372. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2018-0282>.
- Zeithalm, V. y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. Segunda Edición. Editorial McGraw-Hill. México.
- Zimon, D., Madzik, P., & Sroufe, R. (2020). Management systems and improving supply chain processes: Perspectives of focal companies and logistics service providers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(9), 939–961. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2019-0107>.

ANEXOS

Anexo: 1 Tabla de Operacionalización

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Kaizen	Kaizen es una estrategia de cambio en la Organización, orientada a la mejora continua de sus procesos (PHVA) y producir ventajas competitivas. (Olivares, 2016)	Sistema de Gestión de mejora continua en todos sus procesos (PHVA) para optimizar la calidad de servicio a través de los siguientes factores: Elementos primordiales	Planear	- Layout de Bodega	
			Hacer	- Seguimiento de Venta.	
			Verificar	- Ingreso de mercadería.	
			Actuar	- Retroalimentación semanal.	
Calidad de Servicio	La calidad del Servicio es la Discrepancia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se tenían desarrollado previamente según Mendoza, (2009).	Se estima que el servicio es inherente a todos los procesos de intercambio, como elemento central que se concreta en 2 formas, servicio en sí mismo y el servicio añadido al producto según Thomas (1995).	Tiempos de Entrega	- Control de fecha - Seguimiento de Entrega.	Razón
			Control de Ingresos	- Reporte de Ingresos	Razón
			Reducir el sobrestock	- Revisión de Bets Seller - Sugeridos de mercadería.	Razón
			Reducción de mermas	- Control de productos con poca Rotación. - Liquidación de productos dañados.	Razón

- Anexo 3. Evaluación por juicio de expertos (de corresponder)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. Acuña Benites Marlon Frank

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del Programa de Maestría en Gerencia y Operaciones Logística de la Escuela de Posgrado de la UCV, en la sede LIMA NORTE, ciclo 2024 - I, aula 1, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la sustentaré mis competencias investigativas en la Experiencia curricular de Diseño y desarrollo del trabajo de investigación.

El nombre de mi Variable es: ~~Kaizen~~ y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definición conceptual de la variable.
- Matriz de validación del instrumento.
- Ficha de validación de juicio de experto.

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

Atentamente.

.....
SANTIAGO JOSE VALVERDE JULCA
D.N.I 41781882



FICHA DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO PARA UN INSTRUMENTO

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos del cuestionario que permitirá recoger la información en la investigación que lleva por título: Kaizen en la calidad de servicio de productos de línea blanca de una empresa privada retail, Chiclayo 2024.

Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:



Criterios	Detalle	Calificación
Suficiencia	El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	La pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA KAIZEN

Definición de la variable: Es una estrategia de cambio en la organización, orientada a la mejora continua de sus procesos (PHVA) y producir ventajas competitivas.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	S u f i c i e n c i a	C l a r i d a d	C o h e r e n c i a	R e l e v a n c i a	Observación
Planear	Layout de Bodega	Revisión de espacios disponibles en la zona de descarga					
Hacer	Seguimiento de venta	Sugerido de productos con mayor rotación					
Verificar	Ingreso de Mercadería	Control de mercadería y control de cubicaje					
Actuar	Retroalimentación Semanal	Feedback de atención al cliente					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA CALIDAD DE SERVICIO

Definición de la variable: Es la discrepancia entre las percepciones reales por parte de los clientes acerca del servicio, infraestructura y productos.



Dimensiones	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Tiempos de Entrega	Control de fechas	TP: $\frac{\text{Fecha recepción- fecha de solicitud}}{\text{Total, de Pedidos Entregados}}$					
	Seguimiento de entrega						
Control de Ingreso	Reporte de ingresos	CI= (Total de Cubicaje – Total de stock)					
	Cantidad de Productos						
Incremento de Stock	Revisión de Bets seller	IS = (Total de stock -Total de ventas)					
	Sugeridos de productos						
Reducción de mermas	Revisión de Productos	RM = $\frac{\text{Stock Tienda - productos dañados}}{100\%}$					
	Liquidación de productos						



FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO



Nombre del instrumento	Ficha de registros
Objetivo del instrumento	El objetivo del instrumento es medir la variable Calidad de servicio a través de las siguientes dimensiones: Tiempos de Entrega, Control de Ingreso, Incremento de stock y Reducción de mermas para determinar la validez de contenido del mismo.
Nombres y apellidos del experto	Marlon Frank Acuña Benites
Documento de identidad	42097456
Años de experiencia en el área	8
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	PERUANO
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Profesor
Número telefónico	
Firma	 Dr. Marlon Acuña Benites DNI: 42097456 Ing. de Sistemas / Investigador
Fecha	29 de mayo del 2024





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	Ficha de registros
Objetivo del instrumento	El objetivo del instrumento es medir la variable Calidad de servicio a través de las siguientes dimensiones: Tiempos de Entrega, Control de Ingreso, Incremento de stock y Reducción de mermas para determinar la validez de contenido del mismo.
Nombres y apellidos del experto	Yan Carlos Bustamante Rimarachin
Documento de identidad	40833824
Años de experiencia en el área	4 años
Máximo Grado Académico	Maestría
Nacionalidad	PERUANO
Institución	Universidad Cesar Vallejo
Cargo	Titular – Gerente
Número telefónico	950 961 293
Firma	 YAN CARLOS BUSTAMANTE RIMARACHIN INGENIERO INDUSTRIAL REG CIP 325743
Fecha	29 de mayo del 2024



FICHA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

Nombre del instrumento	
Objetivo del instrumento	
Nombres y apellidos del experto	Dr. Marlon Joel Silva Huamán
Documento de identidad	40031686
Años de experiencia en el área	18 años
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruano
Institución	Universidad Nacional Intercultural de la Amazonia
Cargo	Docente – Investigador
Número telefónico	945468322
Firma	 Firma del Experto validador Dr. Marlon Joel Silva Huamán DNI: 40031686 Metodólogo – Estadístico – Investigador Ing. de Sistemas ORCID: 0000-0002-9264-8781
Fecha	22 de mayo del 2024

Anexo 4 : Resultados del análisis de consistencia interna.

Top Venta (1) - Excel

Verdana 8 A A Ajustar texto Porcentaje

Formato Dar formato Estilos de Insertar Eliminar Formato

Autosuma Rellenar Ordenar y Buscar y filtrar seleccionar

K20 33.3333333333333%

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Sku	Producto	Marca	Estado	Top	Venta	Venta AP	Cre. Venta	Unid. Venta	Unid. Venta AP	%c. Unid. Ve	%GPE	%Bajas	%GPS	/P Pro
2	42518142	REFRIGERADORA 300 L GRAFITO CON DISP	MABE	Activo	1	S/36,975	S/14,341	157.8%	33	11	200.0%	3.56%	0.00%	3.56%	S/1,32
3	43086978	REFRIGERADORA 264L PLATEADA SIN DISPEN	LG	Activo	2	S/17,141	S/0		16	0		-14.79%	0.00%	-14.79%	S/1,26
4	43086972	LAVADORA 17KG GRIS	LG	Activo	3	S/14,566	S/0		12	0		-13.70%	0.00%	-13.80%	S/1,43
5	42756741	REFRIGERADORA 374 LT DOOR COOLING PLATA.	LG	Activo	4	S/14,546	S/15,586	-6.7%	9	9	0.0%	0.83%	0.00%	0.83%	S/1,90
6	42518141	REFRIGERADORA 250 L GRAFITO	MABE	Activo	5	S/14,428	S/10,670	35.2%	15	9	66.7%	-0.61%	0.00%	-0.58%	S/1,13
7	42891318	REFRIGERADORA 315L BOTTOM FREEZER INOX	MABE	Activo	6	S/12,958	S/0		9	0		16.25%	0.00%	17.07%	S/1,69
8	42891239	LAVADORA 16KG SMART INV DARK GREY	LG	Activo	7	S/12,917	S/2,795	362.1%	12	2	500.0%	-14.30%	0.00%	-14.38%	S/1,27
9	43086977	REFRIGERADORA 315L PLATEADA SIN DISPEN	LG	Activo	8	S/12,172	S/0		10	0		-10.47%	0.00%	-10.47%	S/1,43
10	42519008	REFRIGERADORA 400 L BLACK STEEL CON DISP	MABE	Activo	9	S/10,673	S/3,526	202.7%	6	2	200.0%	13.09%	0.00%	13.13%	S/2,09
11	43007075	COCINA A GAS DE 24 INOX	MABE	Activo	10	S/9,327	S/2,209	322.2%	14	3	366.7%	4.96%	0.00%	4.96%	S/786
12	43006338	REFRIGERADORA MONOPUERTA 177LT BLANCA	INDURAMA	Activo	11	S/8,885	S/762	1066.2%	16	1	1500.0%	-15.25%	0.00%	-15.25%	S/655
13	43086969	LAVADORA 19KG NEGRA CLARA	LG	Activo	12	S/8,364	S/0		6	0		-1.81%	0.00%	-1.94%	S/1,64
14	43162261	REFRIGERADORA SIDE BY SIDE GRIS 490L	SAMSUNG	Activo	13	S/8,031	S/0		4	0		13.61%	0.00%	13.61%	S/2,36
15	43145043	COCINA INDURAMA CATALUNA 6 HORNILLAS CR	INDURAMA	Activo	14	S/7,644	S/0		10	0		1.43%	0.00%	1.43%	S/902
16	42857222	COCINA 24 4H CN GRILL TIMER TRIPLE LLAMA	INDURAMA	Activo	15	S/7,620	S/2,159	253.0%	8	2	300.0%	-26.97%	0.00%	-26.97%	S/1,12
17	42519007	LAVADORA 10KG BLANCO	MABE	Activo	16	S/7,024	S/2,184	221.6%	12	3	300.0%	4.50%	0.00%	4.45%	S/690
18	43249159	REFRIGERADORA INDURAMA 508 LT	INDURAMA	Activo	17	S/6,592	S/0		4	0		-38.19%	0.00%	-38.19%	S/1,94
19	43175672	REFRIGERADORA 190L NEGRA MONOPUERTA	MIDEA	Activo	18	S/6,117	S/0		11	0		11.18%	0.00%	11.18%	S/650
20	42518151	REFRIGERADORA 420 L GRAFITO CON DISP	MABE	Activo	19	S/6,098	S/4,955	23.1%	4	3	33.3%	12.00%	0.00%	12.00%	S/1,79
21	42518144	REFRIGERADORA 250 L GRAFITO CON DISP	MABE	Activo	20	S/5,843	S/3,938	48.4%	5	3	66.7%	10.27%	0.00%	10.27%	S/1,37

Sheet 1

16:25 12/05/2024

Anexo 9: Otras evidencias (aplicativo de tienda Best seller)

Alza de Costos
Best Seller
Opciones

Productos Best Seller PE | Data actualizada a la: Semana 18

FILTROS

Tipo Fecha

Últ. Periodo

Selec. Múltiple

Semana

202418

División

J11 - ELECTROHOGAR

Departamento

(Todo)

Marca

(Todo)

Procedencia

(Todo)

Bandera

TOTTUS

Formato

(Todo)

Top Productos

87

Subdepartamento

(Todo)

Clase

(Todo)

Subclase

(Todo)

Factor KVI

NULL

Proveedor

(Todo)

Cluster

HP

Tienda

(Todo)

Periodo Semana 202418

Venta

Unid. Venta

Top 87 Productos por Venta

Top	SKU	Producto	Marca	Estado	Venta	Venta AP	Crec. Venta	Unid. Venta	Unid. Venta AP	Crec. Unid. Venta	%GPE	%Baj
1	43059423	TV LED 43 FHD GOOGLE TV	JVC	Activo	S/71.911	S/0		139	0		7,48%	0,00%
2	43241042	GALAXY A15 8GB 256GB BLACK	SAMSUNG	Activo	S/44.951	S/0		85	0		-0,38%	0,00%
3	43059425	TV LED 50 UHD GOOGLE TV	JVC	Activo	S/43.670	S/0		52	0		8,70%	0,00%
4	43059427	TV LED 65 UHD GOOGLE TV	JVC	Activo	S/38.832	S/0		32	0		5,70%	0,00%
5	43094604	TV LED 65 CRYSTAL UHD 4K	SAMSUNG	Activo	S/38.568	S/0		25	0		4,01%	0,00%
6	42518142	REFRIGERADORA 300 L GRAFITO CON DISP	MABE	Activo	S/36.975	S/14.341	157,8%	33	11	200,0%	3,56%	0,00%
7	43059426	TV LED 58 UHD GOOGLE TV	JVC	Activo	S/35.303	S/0		35	0		8,77%	0,00%
8	43184817	NB IPS3 15 CI3 12VA 8GB 512SSD	LENOVO	Activo	S/26.511	S/0		24	0		-18,73%	0,00%
9	43214790	TV CRYSTAL UHD 55 4K	SAMSUNG	Activo	S/26.387	S/0		24	0		5,25%	0,00%
10	43059422	TV LED 32 HD GOOGLE TV	JVC	Activo	S/26.253	S/0		65	0		11,81%	0,00%
11	43108417	TV LED 65 UHD 4KTHINQ AI	LG	Activo	S/23.720	S/0		16	0		-18,96%	0,00%
12	43094603	TV LED 55 CRYSTAL UHD 4K	SAMSUNG	Activo	S/21.636	S/0		16	0		8,83%	0,00%
13	43273809	IMPRESORA L3560 WIFI EPSON	EPSON	Activo	S/19.972	S/0		32	0		11,24%	0,00%
14	43212134	TV LED 40 LED ANDROID TV	JVC	Activo	S/18.468	S/0		36	0		10,06%	0,00%
15	43086978	REFRIGERADORA 264L PLATEADA SIN DISPEN	LG	Activo	S/17.141	S/0		16	0		-14,79%	0,00%