



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN REFERENCIA A LA GESTIÓN DE PROCESOS DE GARANTÍA EN UNA EMPRESA AUTOMOTRIZ DE SURCO, LIMA – 2025

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título profesional
de:**

Licenciado en Administración

Autor:

Yan Frank Leandro Astorayme

Asesor:


MBA. Juana Graciela Palma Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4770-2670>

Lima - Perú

2025

Informe de Similitud

 Página 2 de 56 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid::1:3377911188




8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8%		Fuentes de Internet
0%		Publicaciones
6%		Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión
No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado para mis padres Saul y Lorena, abuelos fallecidos y amistades que me motivaron en todo momento para culminarlo.

Agradecimiento

Agradecer a todas las personas que me brindaron su apoyo incondicional con el fin de lograr este desarrollo profesional.

Tabla de contenido

Informe de Similitud	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Tabla de contenido	5
Índice de tablas.....	6
Índice de Figuras	7
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	17
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	28
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	31
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS.....	48
ANEXOS	50

Índice de tablas

Tabla 1 Diagrama de Gantt adaptado a gestión de procesos de garantía	23
Tabla 2 Baremación de la variable satisfacción del cliente	31
Tabla 3 Baremación de la dimensión recepción de la unidad	33
Tabla 4 Baremación de la dimensión validación de cobertura de garantía	34
Tabla 5 Baremación de la dimensión validación de la falla.....	35
Tabla 6 Baremación de la dimensión inspección y diagnóstico	37
Tabla 7 Baremación aprobación de garantía por la marca.	38
Tabla 8 Baremación reparación	39
Tabla 9 Baremación control de calidad.....	41
Tabla 10 Baremación entrega del vehículo.....	42
Tabla 11 Baremación cierre de la garantía.....	43

Índice de Figuras

Figura 1 Nivel de satisfacción del cliente en referencia a la gestión de los procesos..	32
Figura 2 Dimensión recepción de la unidad.....	33
Figura 3 Dimensión validación de cobertura de garantía.....	34
Figura 4 Dimensión validación de la falla	36
Figura 5 Dimensión inspección y diagnóstico	37
Figura 6 Dimensión aprobación de garantía por la marca.	38
Figura 7 Dimensión reparación.....	40
Figura 8 Dimensión control de calidad	41
Figura 9 Dimensión entrega del vehículo.	42
Figura 10 Dimensión cierre de la garantía	43

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad de esta experiencia profesional es analizar el proceso de gestión de garantías en una empresa automotriz, con el objetivo de identificar los factores que generan demoras y afectan la satisfacción del cliente, se busca comprender las causas internas y externas que inciden en los tiempos de respuesta, así como proponer oportunidades de mejora que optimicen la eficiencia operativa y la comunicación con el cliente durante el trámite de garantía; los hallazgos en el área de garantías evidencian diversas dificultades que afectan la experiencia del cliente; la demora en la autorización de reparaciones se debe a varios niveles de revisión interna para cada caso, lo que genera retrasos antes de iniciar el trabajo, a ello se suma la falta de repuestos, ya que muchas veces las piezas no están en stock y deben importarse, prolongando el tiempo de espera, además, la comunicación con el cliente es deficiente, pues no se brinda información actualizada y clara sobre el avance del proceso, generando incertidumbre y malestar; en conjunto, estos factores ocasionan una mala experiencia, marcada por lentitud, desorganización y poca atención, afectando la confianza y la imagen de la empresa.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Una concesionaria automotriz es una entidad clave dentro del sector comercial y productivo, ya que actúa como intermediaria entre los fabricantes de vehículos y los consumidores finales, ofreciendo no solo la venta de unidades nuevas, también servicios de postventa, provisión de repuestos y atención personalizada al cliente, todo dentro de un entorno que combina procesos técnicos, logísticos y administrativos, en el cual la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la innovación tecnológica se vuelven elementos fundamentales para la competitividad en un mercado cada vez más exigente, dinámico y enfocado en la movilidad sostenible.

En 1959, una concesionaria automotriz inició sus operaciones al convertirse en representante oficial de Chrysler Internacional en Chile, y fue recién en 1970 cuando adoptó el nombre con el que se mantiene hasta la actualidad, iniciando una trayectoria caracterizada por la innovación constante, la búsqueda de nuevas oportunidades y el firme compromiso con los clientes que valoran la movilidad como parte esencial de su estilo de vida.

Una concesionaria automotriz puede experimentar un crecimiento significativo cuando logra establecer alianzas estratégicas con marcas reconocidas, como ocurrió con la distribución inicial de Suzuki Motor Company, que permitió a miles de personas acceder por primera vez al sueño del auto propio y posicionó al país como líder en ventas de esta marca a nivel mundial, con un récord de 24 mil unidades, transformándose en el principal mercado de exportación global de Suzuki, luego, con la incorporación de Mazda, la concesionaria amplió su alcance hacia el sector agrícola mediante la representación de equipos como *Komatsu* Forklift y tractores Landini, y más adelante fortaleció esta área con marcas como Massey Ferguson y *New Holland*, consolidando su división de maquinaria, además, su expansión internacional se reflejó en el inicio de operaciones en Bolivia y en la innovación comercial que supuso la apertura de

locales multimarca en centros comerciales estratégicos de Santiago de Chile, introduciendo así un nuevo modelo de venta que acercó el mundo automotor al formato *retail*.

Hace 21 años, una concesionaria automotriz inició sus operaciones en el Perú y desde entonces, ha logrado consolidarse como uno de los grupos con mayor relevancia y proyección dentro del mercado nacional, manteniéndose desde 1997 como líder en los sectores automotriz y de maquinaria, gracias al respaldo de un sólido grupo económico con presencia en países como Chile, Bolivia, Colombia y el propio Perú, lo que le ha permitido expandir su oferta, fortalecer su infraestructura y posicionarse como un referente en innovación, servicio y crecimiento regional.

Sucursales Perú

La concesionaria automotriz ubicada en Jirón Cristóbal de Peralta Nte., 1000, en Santiago de Surco, al igual que la sede situada en Jirón Intisuyo Nro. 269, San Miguel, Provincia de Lima, enfrenta una serie de situaciones que afectan tanto la experiencia del cliente como la eficiencia operativa, ya que en ambas ubicaciones se presentan quejas frecuentes por demoras en la atención, problemas con el abastecimiento de repuestos y unidades paralizadas por largos periodos, lo que genera insatisfacción entre los usuarios, desgaste en la imagen de la concesionaria y pérdida de fidelización por parte de los clientes.

Organigrama interno

La estructura organizacional de la concesionaria automotriz muestra una cadena de mando encabezada por un director de excelencia en distribución y servicios, seguida por un gerente de *retail* de postventa y una líder de equipo de postventa, quienes supervisan las operaciones y coordinan directamente con el jefe de taller, quien a su vez gestiona un equipo diverso compuesto por supervisores de taller, asesores de servicio, asistentes de garantía, asistentes de bienvenida, un planificador de servicio y un técnico especializado, lo cual permite

atender las diferentes necesidades del área operativa y brindar soporte al cliente, aunque también refleja una complejidad que requiere una comunicación fluida y una coordinación constante para evitar retrasos, malentendidos o ineficiencias en los procesos diarios.

Cabe mencionar que la misión de esta empresa es ser reconocida en el rubro automotriz y de maquinaria, la cual viene creciendo gracias a la confianza de sus clientes y al compromiso de un equipo profesional, teniendo como objetivo ofrecer productos y servicios de calidad que no solo cumplan, sino que superen las expectativas de quienes confían en ella.

Tiene como visión ser la empresa con mayor satisfacción al cliente, contando con un equipo de personas comprometidas en cada una de sus áreas. Así mismo, la concesionaria se compromete a ofrecer calidad, cumpliendo lo que promete y poniendo siempre al cliente en primer lugar, al mismo tiempo, trabaja en mejorar sus procesos, en ayudar a que su equipo crezca y se desarrolle; los valores que más prevalecen son la pasión al trabajar con ganas, disfrutando lo que hacemos, excelencia al hacer las cosas bien a la primera, respeto al ver y valorar al capital humano, colaboración al enfrentar los desafíos como un solo equipo y por última la integridad al generar confianza haciendo lo correcto.

A pesar de tener años en el mercado y de llegar a un posicionamiento, se ha identificado que el principal problema en el área de garantías es la demora en la aprobación y atención de las solicitudes, lo que genera malestar en los clientes afectando negativamente la percepción del servicio postventa, las principales problemáticas que suelen enfrentar los clientes está relacionada con la falta de stock de repuestos de sus vehículos, ya que esto retrasa considerablemente la solución de sus necesidades y genera frustración al no poder obtener una respuesta inmediata; además, cuando no cuentan con su unidad para movilizarse, se ven obligados a buscar otras alternativas que muchas veces resultan costosas o poco prácticas, lo que incrementa aún más su malestar; por otro lado, el hecho de no tener su herramienta de

trabajo disponible no solo afecta su productividad diaria, también puede generar pérdidas económicas, especialmente en aquellos casos donde dependen directamente de ella para generar ingresos económicos; a esto se suma la entrega de repuestos de baja calidad, lo cual no solo prolonga el problema inicial creando desconfianza en el servicio brindado; finalmente, como consecuencia de estas situaciones, los clientes se ven en la necesidad de recurrir al llenado del libro de reclamos, lo que evidencia su insatisfacción, la falta de soluciones eficaces por parte de la empresa, afectando directamente la percepción del servicio y la fidelidad del cliente.

Además, la empresa enfrenta diversas consecuencias debido a una mala atención, entre ellas una mala reputación de la marca que se ve afectada por las experiencias negativas de los clientes, lo cual se traduce en una baja en la venta de vehículos ya que los potenciales compradores pierden confianza en la calidad del servicio, además la fluidez de atención vehicular por servicios se ve reducida considerablemente lo que genera retrasos y acumulación de unidades en los talleres, a lo que se suma la necesidad de resarcir a los clientes como medida para mitigar su malestar lo cual representa un gasto adicional para la empresa, mientras tanto varias unidades permanecen paralizadas en el taller a la espera de atención afectando tanto la operatividad de los clientes como la imagen del negocio.

Pregunta general

¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en referencia a la gestión de los procesos de garantía en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025?

Justificación

El presente proyecto se generó ante la alta competitividad del mercado y los constantes

cambios tecnológicos que contribuyen en el posicionamiento de una marca, siendo así que actualmente en el rubro automotriz hay una alta competencia y es muy importante resaltar que la experiencia que se le brinda a los clientes es una pieza fundamental para que las empresas crezcan y se posicionen, es importante mencionar que, se toman en cuenta los procesos establecidos para la atención de una garantía mediante diversos factores como el tiempo de atención, la calidad de los productos utilizados, la rapidez en la gestión de reclamos, etc.

Este estudio a nivel práctico permitirá a las empresas poder evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes y según los resultados poder realizar estrategias para minimizar las insatisfacciones, generando una experiencia muy agradable, con sentido de pertenencia hacia a la empresa.

Objetivo general

OG. Determinar el nivel de satisfacción del cliente en referencia a la gestión de los procesos de garantía en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

Objetivos específicos

OE1. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Recepción de la Unidad en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE2. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Validación de Cobertura de Garantía en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE3. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Validación de la Falla en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE4. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Inspección y Diagnóstico en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE5. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Aprobación de

Garantía por la marca en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE6. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Reparación en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE7. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia al Control de calidad en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE8. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Entrega del vehículo en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

OE9. Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia al Cierre de la Garantía en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

Problema central

El principal problema identificado en el área de garantías de la concesionaria automotriz es la demora en la aprobación y atención de las solicitudes, lo que genera malestar en los clientes y afecta negativamente la percepción del servicio postventa.

Problemas secundarios

Una de las principales problemáticas que suelen enfrentar los clientes está relacionada con la falta de stock de repuestos de sus vehículos, ya que esto retrasa considerablemente la solución de sus necesidades y genera frustración al no poder obtener una respuesta inmediata; además, cuando no cuentan con su unidad para movilizarse, se ven obligados a buscar otras alternativas que muchas veces resultan costosas o poco prácticas, lo que incrementa aún más su malestar; por otro lado, el hecho de no tener su herramienta de trabajo disponible no solo afecta su productividad diaria, sino que también puede generar pérdidas económicas, especialmente en aquellos casos donde dependen directamente de ella para generar ingresos económicos; a esto se suma la entrega de repuestos de baja calidad, lo cual no solo prolonga el

problema inicial, sino que también crea desconfianza en el servicio brindado; finalmente, como consecuencia de estas situaciones, muchos clientes se ven en la necesidad de recurrir al llenado del libro de reclamos, lo que evidencia su insatisfacción y la falta de soluciones eficaces por parte de la empresa, afectando directamente la percepción del servicio y la fidelidad del cliente.

Consecuencias

La empresa enfrenta diversas consecuencias debido a una mala atención, entre ellas una mala reputación de la marca que se ve afectada por las experiencias negativas de los clientes, lo cual se traduce en una baja en la venta de vehículos ya que los potenciales compradores pierden confianza en la calidad del servicio, además la fluidez de atención vehicular por servicios se ve reducida considerablemente lo que genera retrasos y acumulación de unidades en los talleres, a lo que se suma la necesidad de resarcir a los clientes como medida para mitigar su malestar lo cual representa un gasto adicional para la empresa, mientras tanto varias unidades permanecen paralizadas en el taller a la espera de atención afectando tanto la operatividad de los clientes como la imagen del negocio.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes internacionales

León y Martínez (2024) el estudio tuvo como objetivo mejorar la competitividad y el servicio al cliente en un taller automotriz, la parte metodológica se desarrolló en cinco etapas: se analizó la situación actual, se ajustaron procesos y técnicas de mantenimiento, se estructuró un plan preventivo y correctivo, se implementó un software especializado (GMAO) para gestionar el mantenimiento de vehículos, especialmente flotas, como resultado, más del 70% de las instalaciones del taller fueron aprovechadas eficientemente, se redujeron notablemente la inactividad, ausencias y tiempos improductivos, manteniéndose entre 5% y 10%, por ello se concluyó que la combinación de tecnología y procesos estandarizados permitió optimizar los servicios ofrecidos y aumentar la competitividad del taller.

Congote y Cano (2023) el objetivo del estudio fue desarrollar un sistema digital para optimizar la gestión y seguimiento de garantías posventa, para el estudio se utilizó la metodología ágil Scrum, para organizar tareas en *sprints*, asegurando entregas efectivas, además se desarrollaron aplicaciones web y móvil con *JavaScript* y *Android Studio*, optimizando la gestión y atención de garantías posventa, los resultados mostraron que al crear el sistema digital (web y móvil) permitió registrar solicitudes de garantía, asignar personal técnico, gestionar diagnósticos y dar seguimiento al estado de las solicitudes tanto para el cliente como para el personal administrativo, en conclusión, el desarrollo del sistema permitió optimizar la gestión de garantías posventa, al hacer más eficiente la coordinación de tareas y mejorar la experiencia del cliente.

Cabeza et al. (2022) el objetivo del estudio fue diseñar un modelo de sistema de gestión por procesos orientado a mejorar la organización operativa de las empresas, reduciendo la duplicidad de actividades y la falta de seguimiento al cliente, con el propósito de optimizar los ingresos, la rentabilidad, la productividad y la competitividad organizacional, además la metodología fue de enfoque exploratorio y descriptivo, como técnica se aplicó la revisión bibliográfica, se diseñó de un modelo propio de sistema de gestión por procesos, también se logró plantear un modelo propio de sistema de gestión por procesos para aplicarlo en organizaciones empresariales y así mejorar la eficiencia operativa, en conclusión, la implementación del modelo ayudará a reducir la desorganización operativa, especialmente en aspectos como la duplicidad de tareas o la falta de seguimiento con clientes, lo que afecta negativamente la rentabilidad, productividad, competitividad de la empresa y su validación se dará a través de su aplicación continua.

Muños et al. (2023) el estudio tuvo como objetivo analizar cómo la gestión por procesos, apoyada por tecnologías de la información, mejora la automatización y eficiencia en las empresas, además se utilizó una revisión de artículos especializados que explican cómo distintas herramientas tecnológicas ayudan a organizar mejor las operaciones, teniendo como resultado principal que existen numerosos programas que facilitan desde el diseño hasta la mejora continua de los procesos empresariales, dando como conclusión la importancia de elegir tecnologías que se adapten a la realidad de cada empresa, que usar soluciones genéricas puede perjudicar la eficiencia y frenar los avances hacia una gestión basada en procesos efectivos.

Eneque (2020) el objetivo del estudio fue aplicar gestión por procesos, para incrementar la productividad de la empresa “Comercio Industria y Servicios GMV E.I.R.L”. en la metodología, se aplicó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y aplicado, con un diseño no experimental, se usaron herramientas para analizar y caracterizar los procesos actuales, identificando áreas que podían mejorarse, por tal motivo como resultado se propuso instalar una máquina que automatice el codificado, envasado y sellado, esta medida permitiría aumentar la productividad de la mano de obra en un 260.25% para la línea de pan y un 158.87% en huevos sancochados. Se concluye, que automatizar las actividades de codificado, envasado y sellado representa una alternativa efectiva para reducir costos operativos y aumentar la productividad de la mano de obra en la empresa.

Antecedentes nacionales

Cruzado (2025) el objetivo fue describir la gestión de procesos del almacén en la empresa de confecciones *D'Mellizas Collection SAC* ubicada en el distrito de SJL en el año 2023, para realizar el estudio, se trabajó recopilando datos mediante la observación, revisión de documentos y entrevistas, debido al análisis realizado, se identificaron cuáles son las actividades clave que se desarrollan en el almacén, así como los indicadores necesarios para gestionarlas adecuadamente, por tal motivo, se concluyó que es importante clasificar de manera ordenada todas las tareas de los procesos implicados y definir con claridad los roles de cada persona, esto facilita que trabajen en coordinación con otras áreas de la empresa, permitiendo optimizar recursos y mejorar su administración de forma continua.

Quispe (2024) el objetivo del estudio fue determinar en qué medida, la implementación de la gestión por procesos logrará reducir los tiempos de entrega de servicios terminados en Empresa IM2 – Callao 2024, para llevar a cabo la investigación, se aplicaron herramientas del enfoque Lean, como el método Poka-Yoke (para evitar errores), el flujo continuo, el mapeo de procesos y el análisis del ciclo de tiempo, generando como resultado que, al implementar las estrategias de gestión por procesos, se logró reducir el tiempo promedio de los mantenimientos preventivos de 92 horas a 79 horas, hubo una mejora concreta de 13 horas menos por servicio.

Flores (2021) este estudio tuvo como objetivo crear y aplicar un sistema de gestión de procesos operativos, usando datos de producción y costos, para hacer que el trabajo sea más eficiente y efectivo para así mejorar aspectos clave como el costo, la calidad, la rapidez y la seguridad del servicio, se trató de una investigación explicativa, con un diseño cuasiexperimental, aplicada a una empresa del sector postal, detectando que mejorar la gestión de procesos influye positivamente en la eficiencia, la eficacia y, en consecuencia, en la satisfacción del cliente, por ello se concluyó que usar un sistema con indicadores para monitorear y mejorar los procesos ayuda a que la organización sea más competitiva, cumpla mejor con las expectativas de los clientes y otros involucrados.

Rojas (2021) el objetivo del estudio fue medir el impacto de la aplicación de la Gestión por procesos en la productividad de la empresa Minera Aurífera Cuatro de Enero Sociedad Anónima - Arequipa, 2020, la metodología fue de tipo aplicada, con diseño preexperimental y enfoque longitudinal, se trabajó con los registros de pedidos de la empresa, recopilando datos mediante observación directa con una ficha de registro validada por expertos y verificada su confiabilidad mediante la prueba *retest*, en el resultado, el análisis estadístico, aplicado mediante la prueba U de Mann-Whitney, arrojó un valor bilateral significativo de 0,000, lo cual

permitió rechazar la hipótesis nula, validando así la hipótesis del estudio, se concluye que la gestión por procesos tiene un impacto positivo en la productividad, ya que contribuye a mejorar tanto la eficacia como la eficiencia dentro de la empresa.

Infante y Landauro (2024) el objetivo fue evaluar el efecto de una propuesta de mejora basada en la gestión por procesos sobre el desempeño logístico de una empresa agroindustrial ubicada en La Libertad, durante el año 2024, el estudio adoptó un enfoque cuantitativo y aplicado, dirigido a resolver una problemática específica mediante soluciones prácticas, por ello, al implementar la propuesta permitió incrementar la productividad del área logística hasta un 90.30% y generó un beneficio económico anual de S/. 35,000, tras haber identificado previamente pérdidas anuales de S/. 77,000, por dicho motivo se concluye que la propuesta de mejora es económicamente viable, ya que la evaluación financiera arrojó un Valor Actual Neto (VAN) positivo de S/. 7,549.48, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28%.

Bases teóricas

Según Cabeza et al. (2022), hace mención que la gestión de procesos es un enfoque que organiza las actividades empresariales en procesos orientados al cliente, el cual busca que estos se alineen con la estrategia y objetivos de la organización, mejorando el valor ofrecido, la capacidad de adaptación y la satisfacción del cliente, además implica revisar críticamente el trabajo y diseñar los flujos con mayor flexibilidad.

En este contexto, es importante explicar qué es la gestión por procesos y cómo ayuda a mejorar a las organizaciones, dado que existen varias definiciones, algunos autores coinciden en que un proceso es un conjunto de actividades que se relacionan de manera ordenada y lógica para transformar insumos en productos o servicios que generan valor y satisfacen necesidades específicas (Davenport y Short, 1990; Simón, 2018 citado en Barrios et al., 2019),

Los procesos dentro de la gestión de garantías comparten características fundamentales, ya que inician con la recepción de un requerimiento proveniente de un área interna o directamente del cliente, involucran a diferentes personas con roles y responsabilidades específicas, demandan el uso de recursos materiales y conocimientos técnicos, requieren una planificación adecuada que permita definir objetivos y procedimientos claros, y finalmente deben generar un resultado que cumpla con los criterios y requisitos previamente establecidos.

Para Barrios et al. (2019), la gestión por procesos conecta diferentes áreas de la organización, y esta interacción es fundamental para integrar actividades y procedimientos de manera efectiva. Su aporte, se logra al medir los resultados con indicadores claros, contar con personal capacitado y comprometido que incorpore este enfoque en la cultura organizacional, alinear los procesos con los objetivos estratégicos y utilizar la tecnología como herramienta de apoyo para ejecutar todas las tareas necesarias.

Por otro lado, Pérez (2004) plantea que planificar significa hacer bien las cosas para lograr los objetivos establecidos. De manera similar, la Junta de Castilla y León (2004) indica que la planificación comienza evaluando, analizando y diseñando las tareas necesarias para organizar el trabajo, definir funciones y establecer objetivos que luego se deben supervisar.

En los procesos de gestión de garantías, planificar adecuadamente es clave para prevenir quejas y reclamos de los clientes, una queja es la manifestación de insatisfacción cuando un servicio o producto no cumple las expectativas. Por ejemplo, el estudio de Pérez (2017) demostró que reducir los plazos de atención disminuyó el malestar de los clientes, al bajar los tiempos de entrega de 67,06% a 62,38% en un mes, esto logró usando herramientas como el diagrama de Gantt. Aunque el caso se realizó en una empresa textil, la finalidad es la misma: planificar y aprovechar bien los recursos para mejorar la satisfacción del cliente (citado en Delgado y Calsina, 2019).

Tabla 1

Diagrama de Gantt adaptado a gestión de procesos de garantía

Tareas	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Recepción del reclamo	■			
Evaluación de la solicitud	■			
Autorización de garantía	■			
Reparación/Reemplazo	■			
Comunicación con cliente	■			
Entrega del producto		■		
Cierre y registro del caso			■	

Nota. El diagrama de Gantt es una herramienta visual de planificación que muestra las tareas de un proyecto a lo largo del tiempo.

Para llevar a cabo el estudio, con el objetivo de evaluar y optimizar el nivel de satisfacción del cliente en los procesos de gestión de garantías, se han seleccionado herramientas que permiten abordar de manera integral tanto la percepción subjetiva de los usuarios como los indicadores objetivos del servicio brindado, siendo que la combinación de estas metodologías posibilitará identificar oportunidades de mejora, priorizar acciones correctivas y fortalecer la relación con los clientes.

KPIs de tiempos

Según Murillo et al. (2024), los Indicadores Clave de Desempeño (KPIs) son herramientas fundamentales para la gestión de procesos en las organizaciones actuales, ya que permiten medir y supervisar de forma cuantitativa cómo se están desarrollando las distintas actividades, su importancia radica en que brindan información clara y objetiva sobre el funcionamiento de cada fase del proceso, lo que facilita identificar puntos fuertes, debilidades y áreas de mejora. En el contexto del estudio en el sector automotriz, el uso adecuado de estos indicadores es clave para optimizar tiempos de atención, elevar la satisfacción del cliente y

asegurar la competitividad y sostenibilidad de las empresas.

KPIs de tiempos por cada etapa del proceso

Diagrama de flujo

Se elaborará un diagrama de flujo detallado del proceso de garantía, el cual permitirá visualizar paso a paso las actividades que se realizan desde la recepción del requerimiento por parte del cliente o área interna, hasta la resolución final del caso, identificando claramente los responsables, los tiempos involucrados y los puntos críticos donde pueden generarse demoras o interrupciones.

Diagrama de Ishikawa

Mediante el diagrama de Ishikawa o diagrama de causa-efecto, se realizará un análisis estructurado para identificar las posibles causas que originan la demora en la atención y aprobación de garantías, agrupando estas causas en categorías como métodos, personal, materiales, entorno y tecnología, lo que permitirá una comprensión integral del problema y facilitará la propuesta de soluciones efectivas.

Encuestas de satisfacción

Se aplicarán encuestas de satisfacción dirigidas a los clientes que han gestionado una garantía, con el objetivo de evaluar la percepción respecto a la duración, calidad de atención y cumplimiento en cada fase del proceso, generando información valiosa para identificar oportunidades de mejora y elevar el nivel de servicio postventa.

Registro sistemático de casos en CRM

Se implementará un registro sistemático y actualizado de todos los casos de garantía en el sistema CRM o base de datos correspondiente, lo cual permitirá llevar un control detallado del historial de atenciones, facilitar el seguimiento de cada solicitud y generar reportes útiles para la toma de decisiones y la mejora continua del proceso.

Dimensiones

Recepción de la unidad

En la etapa de recepción de la unidad, se registra detalladamente la información del cliente junto con la descripción de la falla reportada en el vehículo, lo cual permite documentar con precisión el motivo de la visita, además, se realiza un inventario visual del vehículo para dejar constancia del estado exterior e interior en el momento del ingreso, incluyendo elementos como rayones, abolladuras, accesorios o componentes faltantes, lo que garantiza transparencia y evita futuros malentendidos durante el proceso de atención de la garantía.

Validación de cobertura garantía

Primero, se verifica que el vehículo aún se encuentre dentro del período de garantía vigente. Luego, se revisan detalladamente los términos y condiciones aplicables, como el kilometraje permitido y el tipo de daño cubierto. Finalmente, se confirma que el problema reportado por el cliente esté efectivamente incluido dentro de lo que la garantía cubre.

Validación de la falla

Se realiza una prueba de ruta junto con el cliente para comprobar directamente la falla reportada en la unidad. Durante esta prueba, se observan las condiciones específicas en las que ocurre la falla, con el fin de entender mejor la situación y facilitar un diagnóstico preciso.

Inspección y diagnóstico

Se lleva a cabo una inspección técnica del vehículo con el objetivo de identificar la causa del problema. A partir de esta evaluación, se elabora un reporte de diagnóstico detallado y, posteriormente, se prepara una cotización correspondiente al repuesto dañado que requiere reemplazo.

Aprobación de garantía por la marca

El reporte de diagnóstico se envía al área de garantías para su revisión. Si la evaluación es favorable, se aprueba la reparación del vehículo bajo los términos de la garantía. En caso contrario, se informa al cliente sobre el costo que implicaría realizar la reparación por cuenta propia.

Reparación

Se procede con la reparación del vehículo o la sustitución de las piezas defectuosas, según corresponda. Una vez finalizados los trabajos, se documenta todo lo realizado para dejar constancia del servicio efectuado.

Control de calidad

Una vez concluida la reparación, se realizan pruebas para asegurarse de que el problema haya sido resuelto de forma efectiva. Además, se verifica que el vehículo funcione correctamente en todos sus aspectos antes de entregarlo al cliente.

Entrega del vehículo

Se informa al cliente que el vehículo ya está listo para ser recogido. Al momento de la entrega, se le proporciona un reporte detallado con todos los trabajos realizados durante el proceso de reparación.

Cierre de garantía

Una vez entregado el vehículo al cliente, se procede a registrar el cierre del caso en el sistema. Asimismo, se archivan todos los documentos relacionados con el proceso. Finalmente, se reporta la garantía a la fábrica y se gestiona el cobro correspondiente por los trabajos realizados bajo dicha garantía.

Limitaciones

En el desarrollo de una investigación para medir el nivel de satisfacción del proceso de garantías dentro de una empresa automotriz, pueden surgir diversas limitaciones que influyan en la obtención de resultados precisos, entre ellas se encuentran la disponibilidad y disposición de los clientes para participar en las encuestas o entrevistas, lo que puede reducir la muestra y afectar la representatividad; asimismo, la percepción de la satisfacción puede estar influenciada por factores externos al proceso de garantía, como experiencias previas con la marca, expectativas personales o incluso el estado de ánimo del cliente al momento de responder; también pueden existir complicaciones en la recolección y análisis de datos si las preguntas no están correctamente formuladas o si la información proporcionada por los encuestados no es completamente veraz; finalmente, la limitación de tiempo y recursos para abarcar una muestra amplia y diversa puede restringir el alcance de la investigación, dificultando obtener conclusiones reales.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La postulación a la empresa Derco para el puesto de técnico mecánico se realiza a través de las plataformas *Bumeran*, *Indeed*, *Computrabajo* y *LinkedIn*, donde se convoca para participar en el proceso de selección, en esa oportunidad fue una convocatoria con diez personas más, estos postulantes tuvieron la edad mayores a 35 años y con una experiencia laboral de acuerdo a los requerimientos indicados, pero sin formación técnica académica, el investigador contaba con 21 años y con estudios de una carrera técnica automotriz proveniente del instituto SENATI (Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial).

El investigador aprueba la revisión de *fail*, segundo examen psicológico y psicométrico, tercero la entrevista y cuarto es el llamado al investigador, donde cumplió satisfactoriamente con el resultado es elegido para trabajar en la empresa; posterior a ello paso unos exámenes médicos de ley y se determina su ingreso a la empresa Derco el 14 de noviembre de 2013 para desempeñarse como técnico mecánico en el área de servicio automotriz.

Área de Servicio Automotriz: Técnico Mecánico

2013 – 2019

En su labor como técnico mecánico, realizó diagnósticos y reparaciones mecánicas de vehículos, siguiendo los procedimientos establecidos por la marca y asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad; de igual manera se ejecutaron mantenimientos preventivos y correctivos, inspeccionó sistemas mecánicos, eléctricos y electrónicos, así mismo se pruebas de funcionamiento para garantizar el óptimo rendimiento de las unidades, asimismo; por otro lado, se registra las intervenciones en los sistemas internos, donde mantuvo el orden y cuidado de herramientas y equipos, colaboró estrechamente con asesores de servicio, supervisores de taller y especialistas de marca para la resolución eficiente de fallas, el trabajo contribuyó directamente a la satisfacción del cliente y a la fidelización hacia la marca.

En su séptimo año se apertura una convocatoria interna para el puesto de Auxiliar operativo en el área de Ventas – Seminuevos, superando todos los filtros y siendo seleccionado para integrarse al área de seminuevos.

Área de Venta Seminuevos: Auxiliar Operativo

2022 – 2023

Durante su gestión como auxiliar operativo, se encargó del registro de unidades automotrices en el sistema SAP, así como de la recepción y registro de estas en el stock interno de la empresa. Coordinó con notarías para la gestión de trámites legales relacionados con los vehículos, incluyendo papeletas, impuestos y prendas vehiculares, asimismo mantuvo comunicación constante con el área de finanzas para la cancelación de autos adquiridos y realizó la tasación e inspección visual de unidades automotrices, complementando el proceso con pruebas de ruta para verificar su estado, se coordina con el área de servicio automotriz para la ejecución de servicios preventivos antes de la entrega de los vehículos.

En su séptimo año se apertura una convocatoria interna para el puesto de Asistente de garantías en el área Postventa en la sede Surco El Derby, superando todos los filtros y siendo seleccionado para integrarse al área.

Área de Servicio Postventa - Asistente de Garantías

2023 – Actualidad

En su rol como asistente de garantías, se encarga de la recepción de unidades para trámites de garantía y campañas de *recall*, verificando que cumplan con los requisitos establecidos, se monitorea el avance de los procesos a través de los sistemas SAP y *Dercolink*, elaborando informes detallados sobre garantías y *recalls* que son enviados a fabrica, así mismo se realiza coordinación con proveedores externos para la ejecución de trabajos de terceros cubiertos por garantías, gestionando la facturación de órdenes de trabajo y realizando el

seguimiento de importaciones relacionadas, utilizando herramientas como *Power BI*, se registra evidencias fotográficas y videos de las fallas reportadas por los clientes en las distintas unidades, se asegura un control preciso y un soporte adecuado para el trámite correspondiente, en sus funciones interactuando y colaborando con diversos perfiles dentro de la empresa, entre ellos asesores de servicio, personal de control de calidad, supervisores de taller, técnicos mecánicos, especialistas de marca y otros actores clave en los procesos internos, siendo en esta parte del proceso donde se centra la problemática, ya que se ha visto reflejado una demora en el proceso interno para la aprobación de las garantías reportadas en el auto, puesto que los tiempos que ofrecen al cliente son de 5 a 7 días útiles para tener una conclusión del reporte de falla, validación de cobertura de garantías y cumplimientos del mismo, posterior a ello el área de servicio valida el stock de repuesto a utilizar, que en su mayoría están en importación (90 días aproximadamente) lo cual complica la atención de la garantía, afectando directamente al cliente al no tener su automóvil, generando insatisfacción con el proceso de garantías.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Se aplicó un cuestionario a 51 personas que fueron atendidas o gestionaron alguna garantía automotriz a sus vehículos, con el objetivo de evaluar la calidad del servicio recibido, los resultados obtenidos permiten conocer la percepción de los clientes en aspectos clave como la eficiencia del proceso, el trato recibido, los tiempos de respuesta y la satisfacción general con la atención.

Resultados Descriptivos – Baremación

Objetivo General: Determinar el nivel de satisfacción del cliente en referencia a la gestión de los procesos de garantía en una empresa automotriz ubicada en Surco, Lima durante el año 2025.

Tabla 2

Baremación de la variable satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	23,5%	23,5%	23,5%
	Medio	8	15,7%	15,7%	39,2%
	Alto	31	60,8%	60,8%	100%
	Total	51	100%	100%	

Nota: El 60.8% de los encuestados se encuentran en el nivel alto, el 23.5% se encuentran en el nivel bajo y el 15.7% se encuentran en el nivel medio.

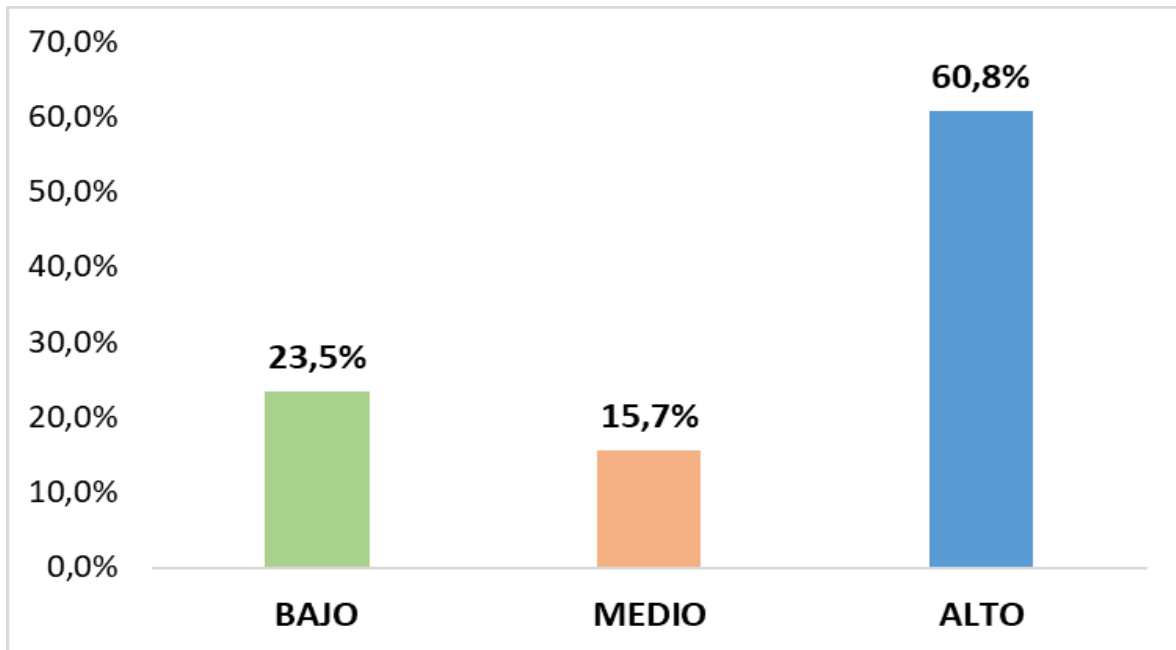


Figura 1

Nivel de satisfacción del cliente en referencia a la gestión de los procesos.

Interpretación: En relación con los niveles de satisfacción, los resultados muestran percepciones mixtas entre los clientes, una parte importante, el 60.8%, manifiesta sentirse satisfecha con el servicio recibido, lo que refleja que existen prácticas y atenciones que generan experiencias positivas; sin embargo, también se observa una debilidad relevante: el 23.5% de los usuarios declara no sentirse nada satisfecho, y un 15.7% se ubica en un nivel intermedio de satisfacción, esta situación evidencia la necesidad de reforzar las áreas de mejora, ya que los niveles bajos y medios representan señales de alerta que pueden afectar la confianza de los clientes y, en consecuencia, la imagen de la empresa.

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Recepción de la Unidad.

Tabla 3

Baremación de la dimensión recepción de la unidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	15	29,4%	29,4%	29,4%
	Medio	6	11,8%	11,8%	41,2%
	Alto	30	58,8%	58,8	100%
	Total	51	100%	100%	

Nota: El 58.9% de los encuestados se encuentran en el nivel alto, el 29.4% se encuentran en el nivel bajo y 11.8% se encuentran en el nivel medio.

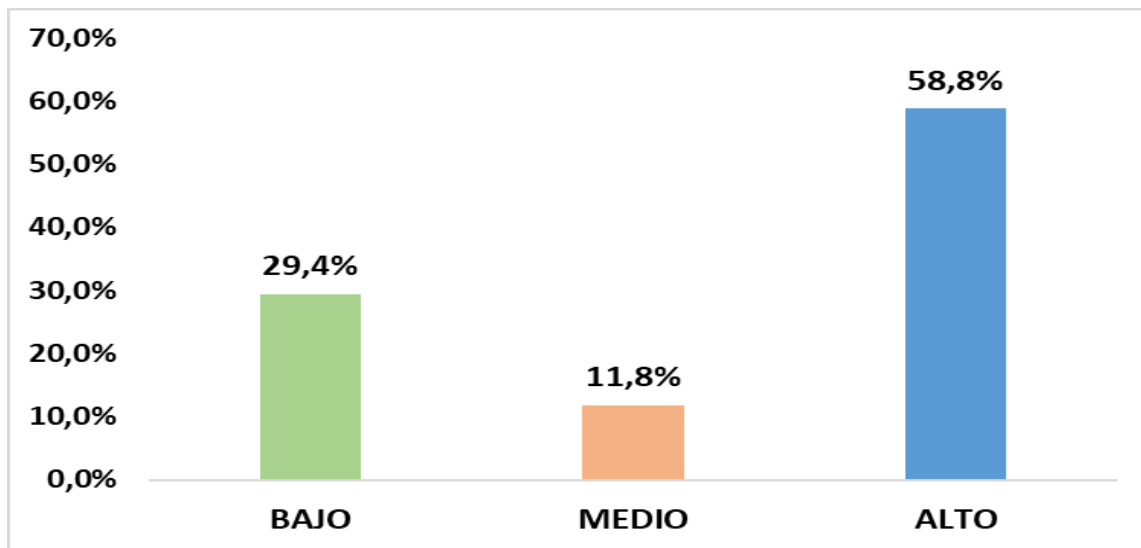


Figura 2

Dimensión recepción de la unidad

Interpretación: En la dimensión recepción de la unidad, los clientes muestran percepciones variadas en función de los aspectos evaluados; en el registro de la información sobre la falla del vehículo se observa una debilidad, porque en muchos casos los usuarios perciben que no se anota con exactitud lo que ellos explican acerca del problema presentado, lo que genera la sensación de que no se presta suficiente atención a sus comentarios o que no

queda constancia clara de la situación reportada; mientras tanto, en el inventario detallado que se realiza al momento de dejar el vehículo en la concesionaria, la percepción es distinta, porque los clientes notan que este procedimiento se lleva a cabo de manera minuciosa y completa, lo que les permite sentirse respaldados al comprobar que se documenta el estado en que entregan su unidad.

Objetivo específico 2: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Validación de Cobertura de Garantía.

Tabla 4

Baremación de la dimensión validación de cobertura de garantía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	25,5%	25,5%	25,5%
	Medio	8	15,7%	15,7%	41,2%
	Alto	30	58,8%	58,8%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 58.8% indica un nivel alto de satisfacción, el 25.5% indica nivel bajo y 15.7% medio.

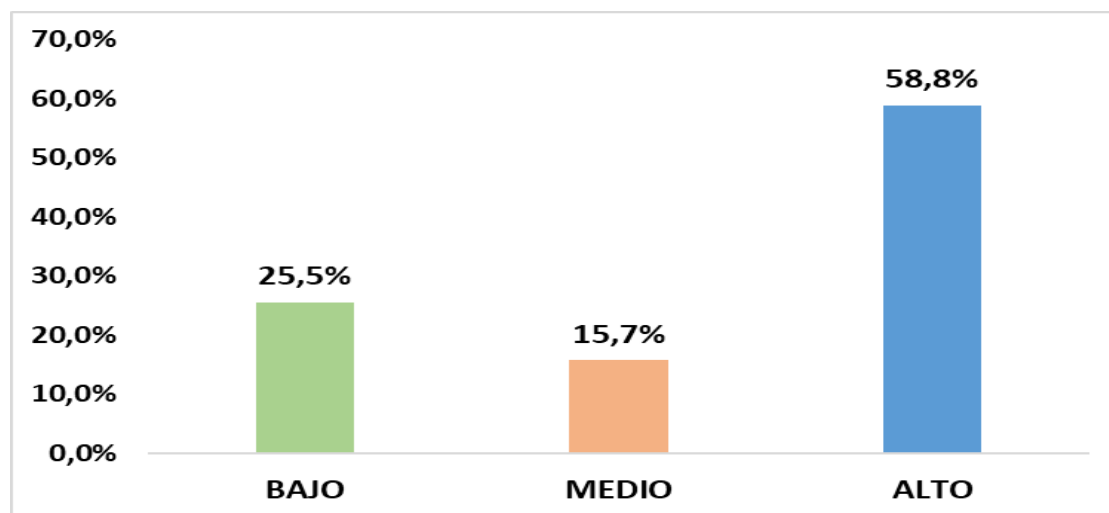


Figura 3
 Dimensión validación de cobertura de garantía

Interpretación: En la dimensión validación de la cobertura de garantía, los clientes expresan percepciones diferenciadas según los aspectos evaluados; por un lado, destacan que fueron informados oportunamente sobre si su vehículo estaba dentro del período de garantía y que recibieron confirmación respecto a si el problema reportado estaba cubierto, lo cual genera confianza en el proceso; sin embargo, se identifica una baja claridad con la que se explican los términos y condiciones de la garantía, ya que algunos usuarios perciben que esta información no se transmite de manera suficientemente comprensible, lo que puede generar dudas o inseguridad en relación con el alcance real de la cobertura ofrecida.

Objetivo específico 3: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Validación de la Falla.

Tabla 5

Baremación de la dimensión validación de la falla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	27,5%	27,5%	27,5%
	Medio	4	7,8%	7,8%	35,3%
	Alto	33	64,7%	64,7%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 64.7% indica un nivel alto de satisfacción, el 27.5% indica nivel bajo y 7.8% medio.

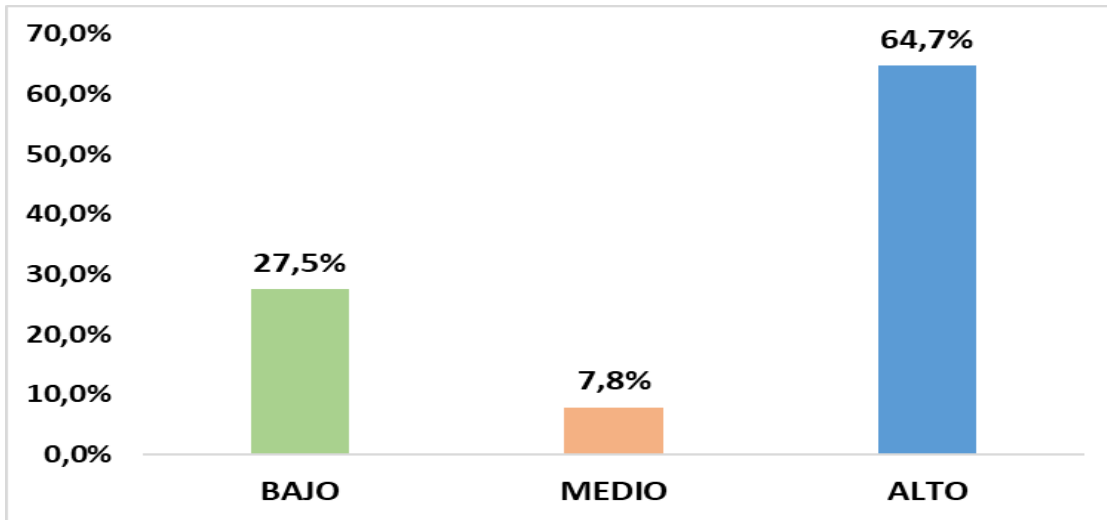


Figura 4
Dimensión validación de la falla

Interpretación: En la dimensión validación de la falla, los clientes manifiestan percepciones distintas de acuerdo con los aspectos evaluados; en general reconocen que se identificaron de manera adecuada las condiciones en que ocurría la falla, lo que les genera confianza en el diagnóstico realizado, aunque se evidencia una flaqueza en la práctica de realizar una prueba de ruta junto al cliente para verificar el problema, ya que este aspecto es valorado con menor satisfacción, lo que sugiere que muchos usuarios perciben que no se les involucra lo suficiente en la comprobación directa de la falla de su vehículo.

Objetivo específico 4: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Inspección y Diagnóstico.

Tabla 6

Baremación de la dimensión inspección y diagnóstico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	21,6%	21,6%	21,6%
	Medio	11	21,6%	21,6%	43,1%
	Alto	29	56,9%	56,9%	100%
	Total	51	100%	100%	

Nota: El 56.9% indica un nivel alto de satisfacción, el 21.6% indica nivel bajo y 21.6% medio.

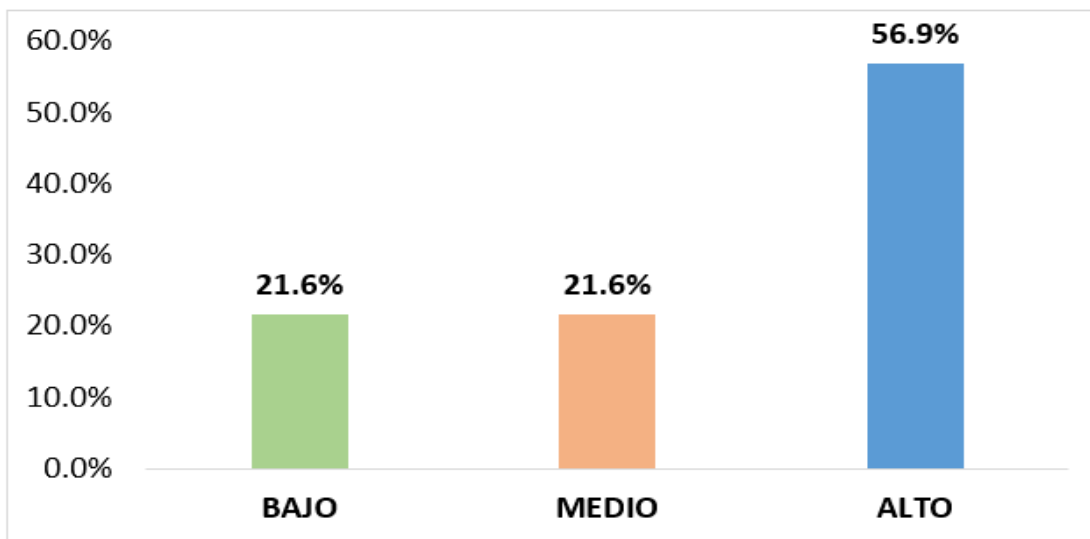


Figura 5

Dimensión inspección y diagnóstico

Interpretación: En la dimensión de inspección y diagnóstico, los clientes perciben de manera positiva que el diagnóstico técnico se realice de forma oportuna y que se les entregue un reporte claro sobre la causa del problema, lo cual refuerza la confianza en el servicio; no obstante, se identifica un decaimiento en la información relacionada con el costo de los repuestos, cuando estos no están cubiertas por garantía, lo que indica que algunos usuarios sienten que no se les brinda con suficiente precisión la referencia económica necesaria para

tomar decisiones sobre la reparación de su vehículo.

Objetivo específico 5: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Aprobación de Garantía por la marca.

Tabla 7

Baremación aprobación de garantía por la marca.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	25,5%	25,5%	25,5%
	Medio	9	17,6%	17,6%	43,1%
	Alto	29	56,9%	56,9%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 56.9% indica un nivel alto de satisfacción, el 25.5% indica nivel bajo y 17.6% medio.

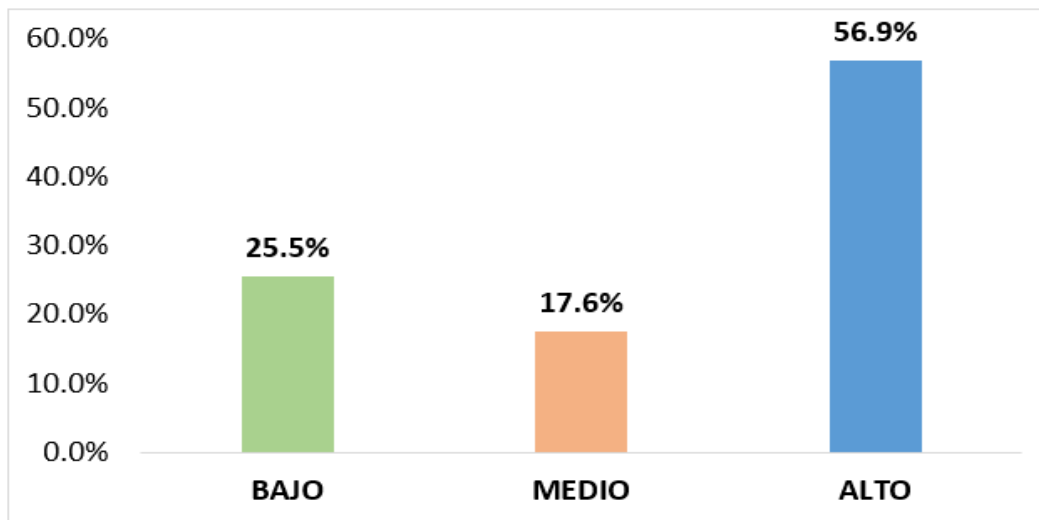


Figura 6

Dimensión aprobación de garantía por la marca.

Interpretación: En la dimensión de aprobación de garantía por la marca, los clientes expresan satisfacción con la prontitud con la que fueron informados acerca de la aceptación o el rechazo de la garantía, ya que consideran que este paso se realiza de manera ágil y oportuna,

transmitiendo confianza en el seguimiento del trámite y en la atención brindada. Por otro lado, se evidencia un déficit significativo en lo relacionado con la comunicación en los casos de rechazo, En estos escenarios, varios clientes perciben que no se les explica con suficiente claridad el motivo de la negativa, ni se les entrega información detallada sobre los costos y tiempos de la reparación, lo que puede generar incertidumbre, sensación de falta de transparencia y descontento con el servicio.

Objetivo específico 6: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la reparación.

Tabla 8

Baremación satisfacción del cliente con referencia a la reparación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	27,5%	27,5%	27,5%
	Medio	8	11,8%	11,8%	39,2%
	Alto	30	60,8%	60,8%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 60.8% indica un nivel alto de satisfacción, el 27.5% indica nivel bajo y 11.8% medio.

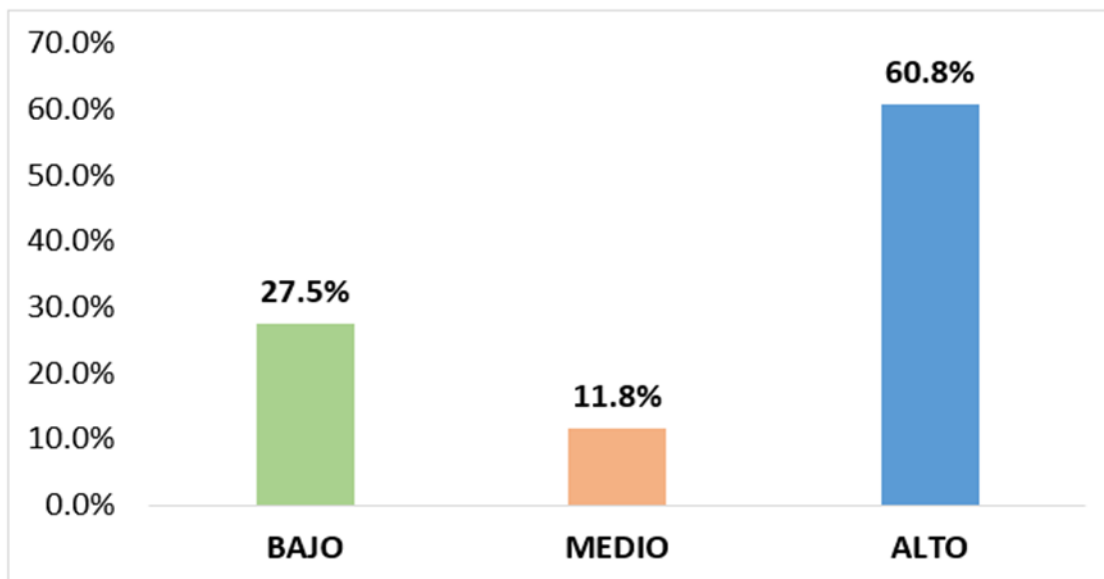


Figura 7

Dimensión satisfacción del cliente con referencia a la reparación

Interpretación: En la dimensión de reparación, los clientes reconocen de manera positiva que los trabajos se realizan de forma adecuada y sin prorrogas, lo que les genera confianza en la calidad técnica y en la eficiencia del servicio prestado. No obstante, se identifica una limitación en la documentación y comunicación de los trabajos efectuados, algunos clientes perciben que no siempre se les brinda información suficiente o detallada sobre las reparaciones realizadas, lo que puede generar dudas respecto a la transparencia del proceso y restar seguridad sobre las acciones ejecutadas en su vehículo.

Objetivo específico 7: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia al Control de calidad.

Tabla 9

Baremación control de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	27,5%	27,5%	27,5%
	Medio	6	11,8%	11,8%	39,2%
	Alto	31	60,8%	60,8%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 60.8% indica un nivel alto de satisfacción, el 27.5% indica nivel bajo y 11.8% medio.

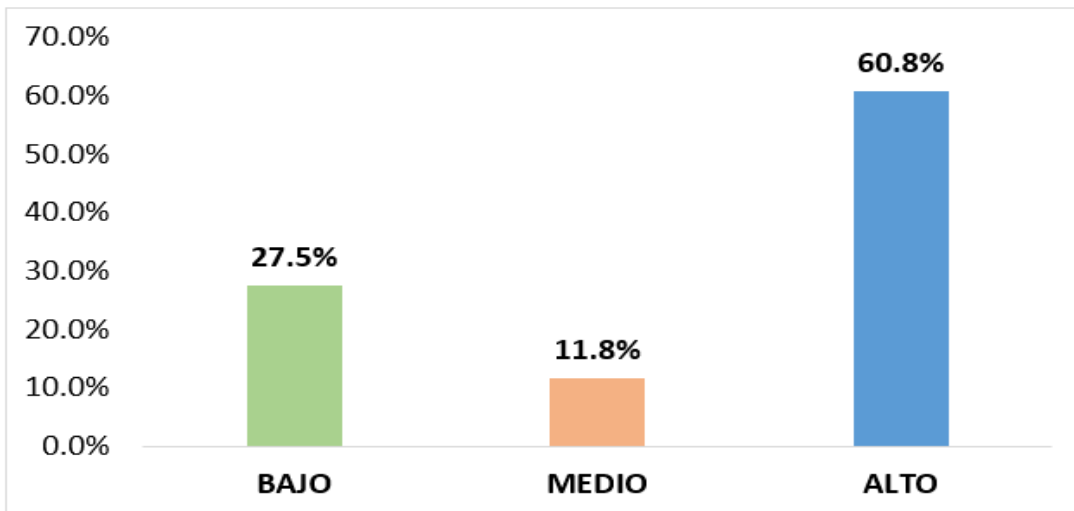


Figura 8

Dimensión control de calidad

Interpretación: En la dimensión de control de calidad automotriz, los clientes destacan de manera positiva que, después de la reparación, se realizan pruebas de funcionamiento en varias situaciones, con el fin de validar un buen trabajo realizado al vehículo, lo cual transmite confianza en los procedimientos aplicados por el taller. Sin embargo, la valoración más baja se encuentra en relación con el funcionamiento del vehículo tras la reparación, ya que algunos

usuarios perciben que no siempre el resultado final cumple completamente con sus expectativas o que persisten ciertas fallas al poner en exigencia al vehículo que no permiten el óptimo desarrollo del vehículo.

Objetivo específico 8: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia a la Entrega del vehículo.

Tabla 10

Baremación entrega del vehículo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	25,5%	25,5%	25,5%
	Medio	6	11,8%	11,8%	37,3%
	Alto	32	62,7%	62,7%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 62.7% indica un nivel alto de satisfacción, el 25.5% indica nivel bajo y 11.8% medio.

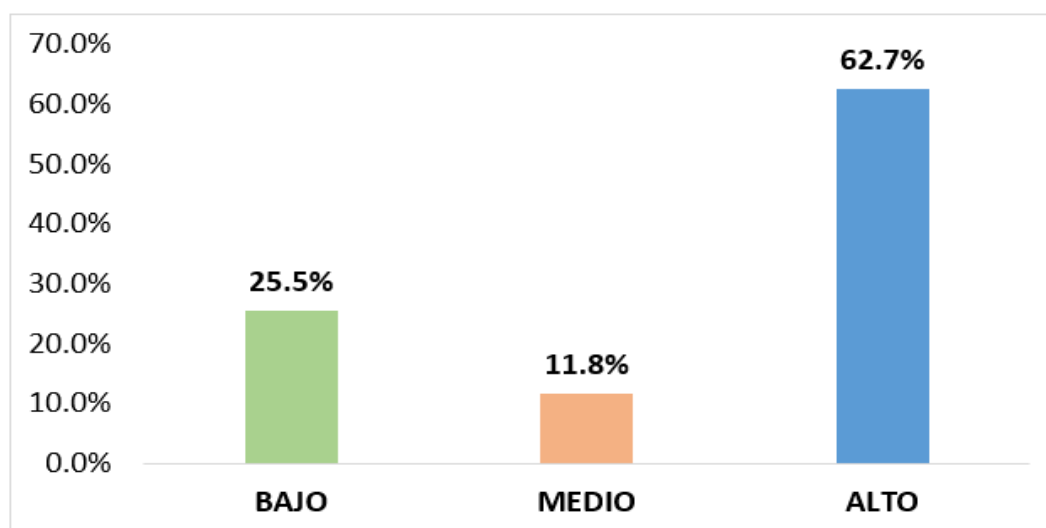


Figura 9

Dimensión entrega del vehículo.

Interpretación: En la dimensión entrega del vehículo, los clientes destacan de manera favorable la explicación proporcionada al momento de recibir su unidad, ya que les permite

entender con mayor claridad los trabajos realizados y genera confianza en el servicio ofrecido. Por otro lado, notan un desinterés con la notificación oportuna sobre la disponibilidad del automóvil tras la reparación, pues algunos usuarios consideran que no siempre son informados a tiempo de que su vehículo está listo para la entrega. Esta situación pone de manifiesto la importancia de optimizar los tiempos y medios de comunicación, con el objetivo de ofrecer una experiencia más fluida, clara y acorde con las expectativas de los clientes.

Objetivo específico 9: Determinar el nivel de satisfacción del cliente con referencia al Cierre de la Garantía.

Tabla 11

Baremación cierre de la garantía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	25,5%	25,5%	25,5%
	Medio	8	15,7%	15,7%	41,2%
	Alto	30	58,8%	58,8%	100,0%
	Total	51	100,0%	100,0%	

Nota: El 58.8% indica un nivel alto de satisfacción, el 25.5% indica nivel bajo y 15.7% medio.

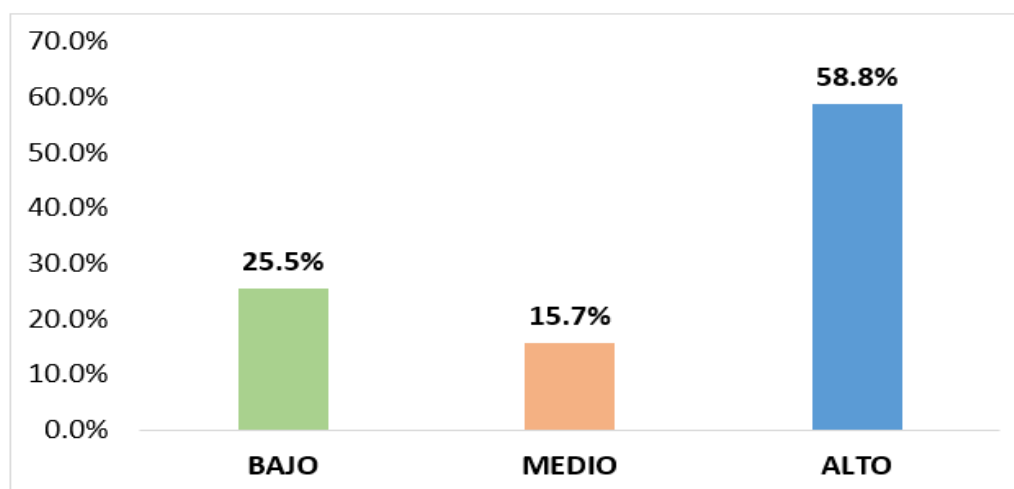


Figura 10
 Dimensión cierre de la garantía

Interpretación: En la dimensión de cierre de la garantía, los clientes destacan de manera positiva el seguimiento final realizado por la empresa, ya que este elemento genera confianza y respaldo en la gestión del proceso, sin embargo, el aspecto menos valorado corresponde a la información ofrecida sobre el cierre del caso y los pasos posteriores, debido a que algunos usuarios perciben que no reciben con la claridad necesaria los detalles que les permitan comprender cómo concluye su trámite ante la marca automotriz.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Conclusión general

Se concluye que, en los niveles de satisfacción, los resultados muestran percepciones mixtas entre los clientes, si bien se destacan prácticas y atenciones que generan confianza, experiencias positivas, también existen debilidades que afectan la percepción del servicio, esto evidencia la necesidad de reforzar las áreas de mejora, ya que las valoraciones bajas e intermedias representan señales negativas que en algún momento van a impactar en la confianza de los clientes y consecuentemente en la imagen de la empresa.

Conclusiones específicas

Según al objetivo recepción con atención al detalle, se concluye que, los clientes valoran la forma del inventario inicial al dejar el vehículo, pero sienten que no siempre se registra con precisión la falla que reporta, lo que puede generar que no se revise a detalle el problema en la unidad.

Según al objetivo claridad en la cobertura de garantía, se concluye que los clientes valoran la confirmación de la cobertura de garantía en su vehículo, ya que les genera tranquilidad, sin embargo, los clientes demandan explicaciones más simples y comprensibles sobre términos y condiciones, para evitar dudas o inseguridades a futuro.

Según al objetivo mayor involucramiento en la validación de fallas, se concluye que el diagnóstico técnico es bien recibido, aunque la ausencia de pruebas de ruta junto al cliente limita la percepción de transparencia, el involucrar al usuario en este proceso lo haría sentirse parte activa de la pronta solución.

Según al objetivo información clara sobre costos, se concluye que la entrega oportuna del diagnóstico técnico es valorada, pero cuando las reparaciones no están cubiertas por garantía, los clientes perciben poca precisión en la información de costos, una comunicación clara y detallada ayudaría a tomar la decisión de aprobar los costos de reparación.

Según al objetivo transparencia en las reparaciones, aunque se reconoce la calidad y puntualidad de los trabajos, la falta de detalle en la documentación de los trabajos realizados genera dudas y más teniendo en cuenta que no pueden ver las reparaciones realizados en su vehículo.

Según al objetivo comunicación y cierre del proceso, se concluye que los clientes aprecian la explicación brindada por el asesor de servicio al momento de recibir su vehículo y el seguimiento al cierre de la garantía, pero notan deficiencias posteriores al recojo de su vehículo, al no saber si tienen que asistir nuevamente al taller para la validación del buen funcionamiento del vehículo.

Recomendaciones

Al Área Operativa se recomienda implementar un sistema en línea, accesible desde web o aplicación móvil, que permita a los clientes conocer en tiempo real el estado de su vehículo en el taller, este sistema debería mostrar el avance en cada etapa del servicio, incluir fotos y videos como evidencia de los trabajos realizados y enviar notificaciones automáticas cuando se produzcan cambios; con ello, se mejorará la confianza y transparencia hacia el cliente, al mismo tiempo que se optimiza el tiempo de comunicación entre el cliente y el taller.

Al Área Técnica se recomienda asignar un especialista técnico en el taller para acompañar a los clientes en los *test drive*, su presencia permitiría validar de inmediato la falla reportada, brindar un diagnóstico más preciso y ofrecer una atención personalizada, generando una mayor confianza, seguridad en el cliente y a su vez agilizaría el proceso de reparación, reforzando la imagen de la marca como comprometida y cercana a sus clientes.

Al Área Comercial y legal se recomienda crear manuales de garantías virtuales, con términos claros y fáciles de interpretar, apoyados con recursos visuales que faciliten la comprensión, todo esto acompañado de un asesor virtual en la web o aplicación móvil que oriente al cliente en sus dudas y consultas, esta combinación mejoraría la experiencia del usuario, reduciría la necesidad de asistencia presencial y reforzaría la imagen de la marca como innovadora y transparente.

Se recomienda al Área de Garantías y *call center* implementar un programa de acompañamiento posterior al servicio técnico, mediante llamadas de seguimiento y mensajes, realizado dentro de un plazo corto tras la entrega del vehículo, esto permitirá validar el correcto funcionamiento, atender posibles inconvenientes y reforzar la confianza del cliente, fortaleciendo la imagen de la marca como cercana y comprometida con la mejora continua.

REFERENCIAS

- Cabeza García, P.M., Monroy Espinosa, F.J. y Solórzano Polo, P.H. (2022). Diseño de un sistema de gestión por procesos. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 5 (), 167-175. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=721778112020>
- Congote Gómez, J. G. y Cano Correa O de J. (2023). *Sistema de gestión y control del proceso de garantías de productos – posventa*. [Tesis de grado, Tecnológico de Antioquia – Institución Universitaria]. Repositorio Institucional. Perú. https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/5832/Trabajo_Grado_Desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruzado, G. A. (2025). Gestión de procesos del almacén en la empresa de Confecciones *D'mellizas Collection S.A.C.* de San Juan de Lurigancho, año 2023 [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. Perú. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/41838/Cruzado%20Goicochea%20Glemin%20Aldair.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Derco (2025). *Página oficial*. <https://www.derco.com.pe/>
- Eneque Flores, K. A., Tello Barahona, J. M. y Vásquez Coronado, M. H. (2020). Gestión por procesos para incrementar la productividad en la empresa comercio industria y servicios gmv E.I.R.L. *Revista Científica Ingeniería Ciencia, Tecnología e Innovación*, Vol. 7 (1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8587530>
- Flores Ballesteros, T. E. (2021). *Gestión por procesos en la mejora de las dimensiones competitivas de operaciones*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional Federico Villareal]. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/5879>

- Infante Hidalgo, A. S. y Landauro Melly, A. I. (2024). *Gestión por procesos en la función logística de una empresa agroindustrial, la Libertad, 2024*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/40132/Infante%20Hidalgo%20Angel%20Smith%20-%20Landauro%20Melly%20Armando%20Isaac.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León Duarte, J. A. y Martínez Cadena, G. F. (2024). Desarrollo de un plan de mantenimiento vehicular apoyado por un sistema de gestión asistido por ordenador. *Revista Información tecnológica, 35(1)*, 23-32. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642024000100023&lang=es
- Muñoz Solórzano, S. D., Parra Pacheco, E. A. y Guaña Moya, E. J. (2023). Tecnologías de la Información y Comunicación orientadas a la gestión por procesos. *Revista ECA Sinergia, 14(3)*, 18-27. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588575738002/588575738002.pdf>
- Quispe, E. J. (2024). Implementación de gestión por procesos para reducir tiempos de entrega de servicios terminados en empresa IM2 – Callao 2024 [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/40561/Quispe%20Ticlla%20Elvis%20Joel-Restringido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas Romero, K. C. (2021). *Gestión por procesos y productividad de la empresa Minera Aurífera Cuatro de Enero Sociedad Anónima - Arequipa, 2020*. [Tesis de posgrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=352190>

ANEXOS

Cuestionario

“Nivel de satisfacción del cliente sobre la gestión de procesos de garantía en una empresa
automotriz de Surco, Lima - 2025”

1	2	3	4	5
<i>Muy insatisfecho</i>	<i>Insatisfecho</i>	<i>Poco satisfecho</i>	<i>Satisfecho</i>	<i>Muy satisfecho</i>


Variable:

Dimensiones	N ^a	Ítems	Valoración				
			1 Muy satisfecho	2 Satisfecho	3 Poco satisfecho	4 Insatisfec ho	5 Muy insatisfecho
Rec epci ón de la Uni dad	1	El personal registró adecuadamente la información sobre la falla de su vehículo.					
	2	Percibió que se realizó un inventario detallado del vehículo al momento de dejarlo en la concesionaria.					
Vali daci ón de Cob ertu ra de Gar antí a	3	El personal le informo si su vehículo estaba dentro del período de garantía.					
	4	El personal le explico claramente los términos y condiciones de la garantía.					
	5	Se confirmó si el problema reportado estaba cubierto por la garantía.					
Vali daci ón de la Fall a	6	Realizó una prueba de ruta para verificar la falla.					
	7	Se identificaron correctamente las condiciones en que ocurría la falla.					
Inspec ción y Diagnó stico	8	El diagnóstico técnico fue realizado de forma oportuna.					
	9	Le entregaron un reporte claro sobre la causa del problema.					

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN REFERENCIA A LA GESTIÓN DE PROCESOS DE GARANTÍA EN
UNA EMPRESA AUTOMOTRIZ DE SURCO, LIMA – 2025

	10	Le informaron con precisión sobre el costo del repuesto, si aplicaba.					
Aprobación de Garantía por la Marca	11	Le informaron con prontitud sobre la aprobación o no de la garantía.					
	12	En caso de rechazo, se le explicó claramente el motivo y el costo de reparación.					
Reparación	13	La reparación fue realizada adecuadamente y sin demoras innecesarias.					
	14	Se documentaron los trabajos realizados y se le informó al respecto.					
Control de Calidad	15	Se realizaron pruebas posteriores a la reparación para garantizar su efectividad.					
	16	El vehículo funcionó de manera correcta después de la reparación.					
Entrega del Vehículo	17	El personal encargado le informó de manera oportuna si su vehículo estaba listo					
	18	Al momento de la entrega, se le explicó el trabajo realizado.					
Cierre de Garantía	19	Se le informó sobre el cierre del caso y los procedimientos posteriores.					
	20	La empresa realizó el seguimiento final del proceso de garantía.					

Ficha de validación

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN REFERENCIA A LA GESTIÓN DE PROCESOS DE GARANTÍA EN UNA EMPRESA AUTOMOTRIZ DE SURCO, LIMA – 2025			
Variable de investigación:	GESTIÓN DEL PROCESO DE GARANTÍA			
Apellidos y nombres del experto:	PATRICIA ISMARY BARINOTTO RONCAL			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	CUESTIONARIO			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		Ninguna
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		Ninguna
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		Ninguna
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		Ninguna
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		Ninguna
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		Ninguna
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		Ninguna
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		Ninguna
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		Ninguna
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		Ninguna
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		Ninguna
<p>Sugerencias: Aplicable</p>				
Firma del experto:	 Patricia Barinotto Roncal DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN DNI: 47011911			

Carta autorización de la empresa


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL		Reemplazar por el logo o nombre de la empresa o institución que autoriza.												
Yo <u>JUDITH FIORELA MENDOZA VALLEJOS</u> <small>(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)</small> identificado con DNI o CE N° <u>42742062</u> , como representante legal de la empresa / institución: <u>DERCOCENTER S.A.C.</u> _____ con R.U.C. N° <u>20548527113</u> ubicada en la ciudad de <u>Av. El Polo 1117, Surco</u> , Otorgo la AUTORIZACIÓN de uso de información a: 1) <u>Van Frank Leandro Astoruyme</u> , con DNI/CE <u>71176390</u> 2) _____, con DNI/CE _____ Egresado/s de la <input checked="" type="checkbox"/> Carrera profesional o () Programa de Posgrado de <u>Adm. de Empresas</u> <small>(Carrera xxxxxx / maestría)</small> de la Universidad Privada del Norte, para que utilice la siguiente información de la empresa: _____ <small>(Detallar la información a entregar)</small> <u>Gestion de Procesos de Garantias Automotrices</u> con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, () Tesis o <input checked="" type="checkbox"/> Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, <input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional () Maestro, () Doctor. Autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, incluyendo su publicación en el repositorio de la Universidad Privada del Norte, contribuyendo con la comunidad educativa y sociedad en su conjunto. Respecto al uso del nombre y/o cualquier distintivo de la empresa, se determina: <small>(marcar con una "X" la opción seleccionada)</small> <input checked="" type="checkbox"/> Mantener en reserva el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa. () Autorizo mencionar el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa. <div style="text-align: right; margin-right: 100px;"> Surco, 31 de Marzo del 2025 Lugar y fecha de emisión <small>(Editar)</small> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <small>JUDITH FIORELA MENDOZA VALLEJOS PEOPLE DIRECTOR</small> Firma del Representante Legal o Autoridad DNI o CE: 42742062 N° de celular de contacto: 987720312 </div> <p style="font-size: small; margin-top: 20px;">El Egresado/Bachiller declara que los datos embidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.</p> <p style="font-size: x-small; margin-top: 5px;">Nota: se solicita mantener todos los campos de información requeridos en el presente formato.</p> <table style="width: 100%; margin-top: 20px;"> <tr> <td style="width: 50%;">Firma del egresado (1)</td> <td style="width: 50%;">Firma del egresado (2)</td> </tr> <tr> <td>DNI:</td> <td>DNI:</td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="width: 25%;">CÓDIGO DE DOCUMENTO</td> <td style="width: 25%;">COR-F-REC-VAC-05.04</td> <td style="width: 25%;">NÚMERO VERSIÓN</td> <td style="width: 25%;">10</td> </tr> <tr> <td>FECHA DE VIGENCIA</td> <td>06/06/2024</td> <td>PÁGINA</td> <td>Página 1 de 1</td> </tr> </table>			Firma del egresado (1)	Firma del egresado (2)	DNI:	DNI:	CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	10	FECHA DE VIGENCIA	06/06/2024	PÁGINA	Página 1 de 1
Firma del egresado (1)	Firma del egresado (2)													
DNI:	DNI:													
CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	10											
FECHA DE VIGENCIA	06/06/2024	PÁGINA	Página 1 de 1											




Foto N°1. Vista frontal de la empresa Dercocenter



Foto N°2. Cliente encuestado post garantía a su unidad

Autorización de publicación digital para trabajos de grados y títulos

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL PARA TRABAJOS DE GRADOS Y TÍTULOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL Y DECLARACIÓN JURADA DE USO DE INFORMACIÓN PRIVADA O CONFIDENCIAL				
1. Datos del Autor o coautores:				
Autor 1:				
NOMBRES		APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	
YAN FRANK		LEANDRO	ASTORAYME	
DNI	CÓDIGO DE ESTUDIANTE	NOMBRE DE LA CARRERA PROFESIONAL / PROGRAMA POSGRADO	CAMPUS	
71176390	N00166121	Administración	Lima san Juan de lurigancho	
NÚMERO MÓVIL		CORREO ELECTRÓNICO		
997541593		N00166121@upn.pe		
Autor 2 (en caso aplique):				
NOMBRES		APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	
-		-	-	
DNI	CÓDIGO DE ESTUDIANTE	NOMBRE DE LA CARRERA PROFESIONAL / PROGRAMA POSGRADO	CAMPUS	
-	-	-	-	
NÚMERO MÓVIL		CORREO ELECTRÓNICO		
-		-		
2. Marca el Grado / Título que optarás mediante tu investigación (marcar "X" según corresponda):				
<input type="checkbox"/> Bachiller <input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional <input type="checkbox"/> Maestro <input type="checkbox"/> Doctor				
3. Marca el tipo de Investigación (marcar "X" según corresponda):				
<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación <input type="checkbox"/> Tesis <input checked="" type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional <input type="checkbox"/> Tesis en formato de Artículo Científico				

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL PARA TRABAJOS DE
GRADOS Y TÍTULOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL Y
DECLARACIÓN JURADA DE USO DE INFORMACIÓN PRIVADA O
CONFIDENCIAL**



Institucional de la universidad, tomando en cuenta las siguientes opciones:

Seleccionar una opción y marcar con una "X" dentro de los espacios:

- **Opción 1:** Autorizo/autorizamos la publicación en forma inmediata a texto completo (acceso abierto).
 - Selecciono/Seleccionamos esta opción a fin de contribuir en el desarrollo de nuevas investigaciones, lograr citaciones de mi investigación e incrementar mi impacto como investigador.
- **Opción 2:** Autorizo/autorizamos la publicación en acceso abierto después del periodo de embargo (marque una opción): **6 meses**, **12 meses** o **24 meses**.
 - Selecciono/Seleccionamos esta opción porque mi investigación es un proyecto de patente, será publicada en una revista indexada o contiene información confidencial temporal.
- **Opción 3:** Autorizo/autorizamos la publicación restringida de mi investigación (acceso restringido).
 - Selecciono/Seleccionamos esta opción porque mi investigación posee información confidencial/datos sensibles/secreto empresarial que se evidenciará a través de la Carta de Autorización de Uso de Información de Empresa adjunta.
- **Opción 4:** Autorizo/autorizamos la publicación cerrada de mi investigación (condición cerrada).
 - Selecciono/Seleccionamos esta opción porque mi investigación posee datos que podrían vulnerar la seguridad nacional, por esta razón se adjunta la Carta de Autorización de Uso de Información de Empresa.

5. Declaración de autenticidad, originalidad y no plagio

Declaro/declaramos que este trabajo de grado o titulación es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad o coautoría con titularidad compartida, en toda su extensión, no incurriendo en plagio o copia de ninguna naturaleza, por lo que no infringe derechos de autor de terceras personas. Se deja constancia que las citas y fuentes de información pertenecientes a otros autores han sido debidamente citadas y referenciadas. Asimismo, ratifico/ratificamos que soy/somos plenamente consciente(s) del contenido integral del trabajo de grado o titulación y asumo/asumimos la responsabilidad ante la falta de ética o integridad académica según la normatividad de los Derechos de Autor y lo dispuesto en los reglamentos de la Universidad Privada del Norte.

6. Declaración jurada de Uso de Información Privada o Confidencial

En caso de haber utilizado información privada o confidencial de una institución, declaro lo siguiente:

- La persona que autorizó expresamente el uso de dicha información para el desarrollo de mi trabajo de titulación es el representante legal de la empresa o institución con personería jurídica pública o privada.
- Esta persona tiene pleno conocimiento de su uso con fines académicos, así como de su publicación en el repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- En caso de haber declarado algún dato o información falsa, me someto a las sanciones establecidas en:
 - El Reglamento de Grados y Títulos.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL PARA TRABAJOS DE
GRADOS Y TÍTULOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL Y
DECLARACIÓN JURADA DE USO DE INFORMACIÓN PRIVADA O
CONFIDENCIAL



- El Reglamento de Disciplina del Estudiante de la Universidad Privada del Norte.
- El artículo 411 del Código Penal.
- El artículo 34.3 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

7. Rescisión unilateral

La Universidad podrá rescindir unilateralmente la presente autorización en caso de que un tercero haga prevalecer cualquier derecho sobre el todo o parte de la obra. En caso de existir cualquier reclamo de un tercero relacionada con la obra, la Universidad queda exenta de responsabilidad.

** El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.*

Lima, 21 de Octubre del 2025

Autor 1: Yan Frank Leandro Astorayme

DNI: 71176390