

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**Propuesta de mejora de la calidad de servicio, según el modelo  
Servqual, en la Empresa Intellitech Systems S.A.C.  
El distrito de Santa Anita, Lima, 2018.**

Por:

Rocío Janet Crisóstomo Calderón

Asesor:

Mg. María Magdalena Díaz Orihuela

**Lima, Abril 2018**

DECLARACIÓN JURADA  
DE AUTORÍA DEL INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Mg. María Magdalena Díaz Orihuela, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

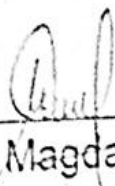
DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **PROPUESTA DE MEJORA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO, SEGÚN EL MODELO SERVQUAL, EN LA EMPRESA INTELLITECH SYSTEMS S.A.C. EN EL DISTRITO DE SANTA ANITA, LIMA, 2018.**

Constituye la memoria que presenta la **Bachiller Rocío Janet Crisostomo Calderon** para aspirar al título de Profesional de Licenciado, Rocío Janet Crisostomo Calderon ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, al 23 de julio del 2018

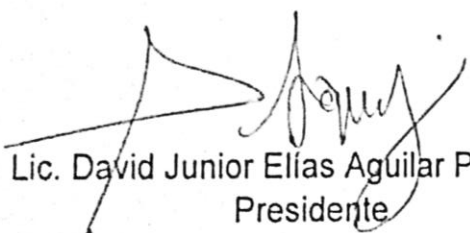
  
\_\_\_\_\_  
Mg. María Magdalena Díaz Orihuela

Propuesta de mejora para la calidad de servicio, según el modelo  
SERVQUAL, en la Empresa Intellitech Systems S.A.C. en el  
Distrito de Santa Anita, Lima, 2018.

## INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Presentada para optar el título profesional de licenciado en  
Administración y Negocios Internacionales

### JURADO CALIFICADOR



Lic. David Junior Elias Aguilar Panduro  
Presidente



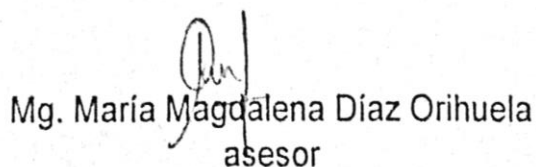
Mg. Karina Elizabeth Paredes Abanto  
Secretario



Mg. Roger Nestor Apaza Apaza  
vocal



Mg. Marisol Yolanda Huamán Espejo  
vocal



Mg. María Magdalena Díaz Orihuela  
asesor

Lima, 23 de julio 2018

## **Dedicatoria**

A mi madre Elsa Calderón Huasco, por su gran amor, perseverancia y sabios consejos. Su apoyo en todo momento de mi vida nunca lo olvidaré.

A mi esposo Luis, por su amor y su ayuda incondicional en el logro de mis metas.

## **Agradecimiento**

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos difíciles y darme una vida llena de sabiduría y experiencias inolvidables bajo su cuidado.

Al gerente general, de la empresa Intellitech Systems S.A.C, Plácido Moscoso Valencia por su apoyo incondicional en la ejecución de la presente propuesta de investigación.

A mis profesores por sus sabias enseñanzas, consejos y paciencia impartida en cada una de las sesiones de clase. Por motivarme a seguir creciendo en el área profesional.

A mi mejor amiga Pilar Quispe, por su apoyo incondicional, ser un ejemplo y enseñarme con amor.

## Tabla de contenidos

Dedicatoria .....	i
Agradecimiento .....	ii
Tabla de contenidos .....	iii
Índice de tablas .....	vi
Índice de anexos .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
Capítulo I. Contexto profesional .....	14
1.1. Trayectoria profesional .....	14
1.2. Contexto de la experiencia .....	14
1.3. Datos generales de la empresa .....	15
1.3.1. Razón social .....	15
1.3.2. Visión .....	15
1.3.3. Misión .....	15
1.3.4. Objetivos .....	15
1.3.5. valores .....	16
1.3.6. Organización .....	16
1.4. Experiencia profesional realizada .....	17
Capítulo II. El Problema .....	18
2.1. Identificación del problema .....	18
2.2. Problema general: .....	19
2.3. Objetivos .....	19
2.3.1. Objetivo general .....	20
2.3.2. Objetivos específicos .....	20
2.4. Justificación .....	20
2.5. Presuposición filosófica .....	21
2.5.1. Espíritu de profecía .....	21
Capítulo III. Revisión de la Literatura .....	23
3.1. Antecedentes de la investigación .....	23
3.1.1. Antecedentes internacionales .....	23

3.1.2. Antecedentes nacionales.....	23
3.2. Fundamentos teóricos .....	24
3.2.1. Calidad .....	24
3.2.2. Calidad de servicio .....	28
3.2.3. Modelos de Medición de la Calidad .....	32
3.2.3.1. Elementos tangibles .....	36
3.2.3.2. Capacidad de respuesta.....	37
3.2.3.3. Confiabilidad.....	37
3.2.3.4. Seguridad .....	38
3.2.3.5. Empatía .....	38
Capítulo IV. Marco metodológico .....	40
4.1. Método para el abordaje de la experiencia .....	40
4.2. Lugar de ejecución y temporalidad.....	40
4.3. Población y muestra de la empresa.....	40
4.4. Operacionalización de la temática abordada.....	41
4.4.1. Desarrollo de la temática abordada.....	42
Capítulo V. Resultados.....	43
5.1. Resultados descriptivos.....	43
5.2. Evaluación de la calidad de servicio de la empresa .....	43
5.3. Propuesta para mejorar la calidad de servicio.....	47
5.3.1. Descripción de la propuesta .....	47
5.3.2. Requerimientos de la propuesta .....	47
5.3.3. Desarrollo de la propuesta.....	48
5.3.4. Desarrollo de capacidades .....	48
5.3.5. Implementación de tecnologías .....	48
5.3.6. Aspectos estructurales .....	48
5.3.7. Plan de implementació .....	49
Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones .....	50
6.1. Conclusiones .....	50
6.2. Recomendaciones .....	51
Referencias .....	52
Anexos .....	54

Anexos 2: Certificado laboral.....56



## Índice de tablas

Tabla 1: Modelos de medición de la calidad en los Servicios.....	20
Tabla 2: percepción sobre los elementos tangibles.....	31
Tabla 3: percepción sobre la confiabilidad.....	31
Tabla 4: percepción sobre la capacidad de respuesta.....	32
Tabla 5: percepción sobre la seguridad.....	32
Tabla 6: percepción sobre la empatía.....	33
Tabla 7: percepción sobre la calidad de servicio.....	33

## Índice de anexos

Anexo 1: Instrumento calidad de servicio cliente.....	41
Anexo 2: Certificado laboral.....	43
Anexo 3: Base de datos de la encuesta realizada.....	44
Anexo 4: Escala de medición de la variable calidad de servicio.....	45
Anexo 5: Resultados de frecuencias .....	46

## Índice de figuras

Figura 1: organigrama de la empresa Intellitech Systems S.A.C.....	3
Figura 2: Análisis DAFO de la empresa Intellitech Systems S.A.C.....	30

## Resumen

Este estudio se realizó con el objetivo de elaborar una propuesta de estrategia para mejorar la calidad de servicio, basado en el modelo Servqual, en la empresa Intellitech Systems S.A.C. del distrito de Santa Anita, Lima, 2018. La calidad de servicio es un aspecto fundamental en la gestión de cualquier institución, especialmente en las organizaciones no gubernamentales como es el caso de la empresa Intellitech Systems S.A.C. en cuyas instalaciones se llevó a cabo este estudio. Se hizo un análisis con aplicación de un cuestionario para obtener un diagnóstico sobre las condiciones tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, en la empresa, obteniendo el siguiente resultado. La dimensión capacidad de respuesta es percibida por los clientes de la empresa como el más apreciado (100%), seguido por las dimensiones: tangibles (93%), confiabilidad (93%), seguridad (93%), empatía (93%). Para brindar un servicio de calidad total se propone elaborar una página web, tener mejor comunicación, un ambiente más accesible para los clientes, capacitar a los empleados para atender las necesidades de los clientes con prontitud y amabilidad, a fin de mejorar los resultados en general.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, profesionalidad.

## **Abstract**

This study was carried out with the aim of developing a strategy proposal to improve the quality of service, based on the Servqual model, in the company Intellitech Systems S.A.C. of the district of Santa Anita, Lima, 2018. Quality of service is a fundamental aspect in the management of any institution, especially in non-governmental organizations such as the company Intellitech Systems S.A.C. in whose facilities this study was carried out. An analysis was made with the application of a questionnaire to obtain a diagnosis about the tangible conditions, reliability, response capacity, security and empathy, in the company, obtaining the following result. The response capacity dimension is perceived by the clients of the company as the most appreciated (100%), followed by the dimensions: tangible (93%), reliability (93%), security (93%), empathy (93%). To offer a total quality service, we propose to develop a web page, have better communication, a more accessible environment for customers, train employees to meet the needs of customers promptly and kindly, in order to improve overall results.

**Keywords:** Quality, service, professionalism.

## **Capítulo I. Contexto profesional**

### **1.1. Trayectoria profesional**

Parte de la experiencia profesional en mi carrera se dio inicio cuando cursaba el cuarto año de Administración y Negocios Internacionales como practicante en la empresa Intellitech Systems S.A.C. en el distrito de Santa Anita, durante los años 2015 al 2017.

Durante mi estadía en la empresa se fue fortaleciendo mis capacidades y habilidades. Mi desempeño como asistente de gerencia fue importante, porque asumí responsabilidades con esmero, fortalecí mis conocimientos y habilidades, asimismo pude verter nuevos conocimientos y habilidades que me ayudaron a crecer profesionalmente y a desempeñarme cada día con mejores resultados.

En el periodo de mi trabajo en la empresa, en calidad de asistente de gerencia, se logró mejorar, en tiempo corto, la calidad del servicio a los clientes de la empresa Intellitech Systems S.A.C., situación que permitió que actualmente me encuentre laborando en la empresa en calidad de servicio.

### **1.2. Contexto de la experiencia**

La empresa Intellitech Systems S.A.C. tiene 7 años en el mercado. Dicha entidad está ubicada en el distrito de Santa Anita. En todas sus operaciones, la calidad del servicio es una norma que se brinda a los clientes y a las empresas que solicitan un servicio general. Se tiene como proveedores a las empresas Tekno, Vidriería Furukawa, Súper Mercado Tottus y otros.

La experiencia que desarrollé durante 2 años, en la rama administrativa, como asistente de gerencia fue determinante para mi carrera. Me permitió ser parte de los cambios relacionados con la mejora de la calidad de servicio que se brinda a los clientes. El área de gerencia ha implementado la calidad de servicios en general, cuyo fin es solucionar los trabajos, de aseo, seguridad, arreglos de pisos, limpiezas de cañerías, pintados de pared, por ende, la empresa cuenta con equipos completos y personal debidamente capacitado.

### **1.3. Datos generales de la empresa.**

#### **1.3.1. Razón social.**

Intellitech Systems S.A.C.

#### **1.3.2. Visión.**

Ser una empresa reconocida por la sociedad, a nivel local y nacional, porque brinda soluciones integrales de manera oportuna e innovadora, mediante servicios de alta calidad.

#### **1.3.3. Misión.**

Brindar soluciones integrales y tecnológicas con el fin de suministrar servicios de calidad a los clientes, a fin de contribuir en el crecimiento y desarrollo de la sociedad en general.

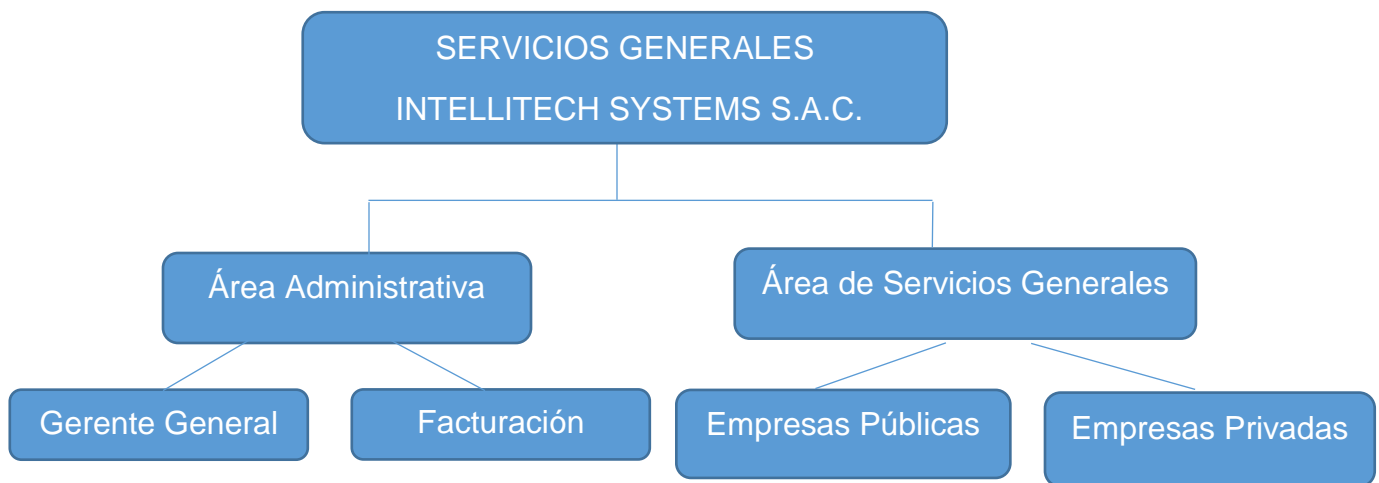
#### **1.3.4. Objetivos.**

Actualmente la empresa Intellitech Systems S.A.C. no cuenta con objetivos explícitos. Se encuentra en el proceso de implementación de plan estratégico, sin embargo, no cuenta con objetivo actualmente.

### 1.3.5. valores

- ✓ **Tolerancia:** Actitud de la persona que respeta para resistir y aceptar el aporte de las demás personas.
- ✓ **Lealtad:** Sentimiento de respeto y fidelidad a los propios principios morales, a los compromisos establecidos en la institución.
- ✓ **Honestidad:** Cualidad de la persona decente, decoroso.
- ✓ **Responsabilidad:** Cualidad de persona e identifica la empresa
- ✓ **Trabajo en equipo:** La unión de dos o más personas organizadas de una forma determinada, las cuales cooperan para lograr un fin de eficacia de resultados.

### 1.3.6. Organización.



**Figura 1:** Organigrama de la empresa Intellitech Systems S.A.C.



#### **1.4. Experiencia profesional realizada.**

La experiencia ejercida en la empresa Intellitech Systems S.A.C. empezó en julio del 2015. Ese año fui practicante, y se formó parte del equipo de gerencia general, debido a una baja calidad de servicio la administración nos dio el cargo parte del equipo de calidad de servicio, debido a mi experiencia, habilidad y aportes, se logró implementar una buena calidad de servicio al usuario, mediante el trabajo eficaz y eficiente que se viene logrando en dicha empresa.

## Capítulo II. El Problema

### 2.1. Identificación del problema

Según referencias de la propia Organización Mundial del Comercio (OMC), se conoce que este organismo fue creado en 1995, con el fin de analizar y liberalizar el comercio internacional. Tiene 160 países como miembros regulares y se encarga principalmente de reglamentar el comercio mundial mediante acuerdos, con el objetivo de mejorar la interacción entre países, promover su prosperidad y facilitar la resolución de conflictos.

El dominio de disposición moderno o dominio de condición estadístico, comenzó en los años 30. La utilización estadística, como herramienta que mide la variación de los cambios, propició el cambio del modelo de cambio "estático o correctivo" a uno "dinámico, preventivo y evaluativo". El cambio fue vital.

La nueva revolución conocimiento, representada por el invento de nuevos materiales, la microelectrónica, la biotecnología y la cibernética, trajo consigo una variación en el modo de concebir la calidad del generador en todas sus fases de su modificación, ya no desde el punto de vista al creador, sino con la óptica puesta en el cliente. Es precisamente en este momento cuando el concepto de control total de calidad se convierte en una filosofía que tiene como empeño del regocijo del usuario.

Según el doctor Armand V. Felgenbaum en Mayo de 1957 da origen al abstracción del dominio completo de condición definiéndolo como: "Un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo, mantenimiento y mejoramiento de la calidad, realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y

que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes". Que le brindan un servicio de calidad y llegan a tiempo los trabajadores y se trata de solucionar con rapidez. (Informacion & Indecopi, 2010)

Es por ello que este estudio se propone mejorar la propuesta de la calidad de servicio ante el usuario, según el modelo Servqual, en la empresa Intellitech Systems S.A.C. Esta empresa brinda servicios a los clientes desde su ubicación en una zona poco accesible, no cuenta con página web para publicitar sus servicios, en los últimos meses se ha visto que cada vez más clientes presentan su reclamos, porque no son atendidos a tiempo, o no se cumple con los servicios ofertados, algunos han tenido un trato deficiente, sobre todo por parte del personal que brinda el servicio a domicilio.

## **2.2. Problema general:**

El presente trabajo tiene como formulación central la siguiente interrogante:

¿Cómo mejorar localidad de servicio, basado en el modelo Servqual, en la Empresa Intellitech Systems S.A.C., Santa Anita, Lima, año 2018?

La respuesta es a esta interrogante conduce a buscar algunas alternativas, las que precisamente han sido el objeto fundamental del presente informe de suficiencia profesional.

## **2.3. Objetivos**

### **2.3.1. Objetivo general.**

Elaborar una propuesta para mejorar la calidad de servicio, basado en el modelo Servqual, en la empresa Intellitech Systems S.A.C., Santa Anita, Lima, 2018.

### **2.3.2. Objetivos específicos.**

1. Evaluar la calidad de servicio, basado en el modelo Servqual, en la empresa Intellitech Systems S.A.C., Santa Anita, Lima, 2018.
2. Proponer estrategias para mejorar la calidad de servicio, basado en el modelo Servqual, en la empresa Intellitech Systems S.A.C., Santa Anita, Lima, 2018.

## **2.4. Justificación**

El informe de suficiencia profesional está justificado por las siguientes razones fundamentales.

En primer lugar, este informe ayuda a obtener una mejor calidad del servicio al cliente en una determinada empresa. Ya que el servicio de calidad es uno de los factores a través del cual un cliente toma la decisión de adquirir un servicio.

Toda persona, y básicamente todo negocio, tiende a dar y a recibir una atención de calidad. Y más si se trata de un servicio social.

Mediante el aspecto básico de la calidad la empresa pueda medir sus procesos, y al tener la información de los resultados, pueda mejorar los procesos de la calidad de sus servicios, como sucedió en la empresa Intellitech Systems S.A.C. durante el año 2018.

Finalmente se constituye un factor primordial los beneficios que brinda esta propuesta. Brinda un servicio de calidad a todos los usuarios. Por ende, se beneficia

la empresa, porque podrá contar con un plan de mejora para incrementar la calidad de servicio, que a su vez permitirá incrementar el grado de satisfacción de los clientes respecto del servicio brindado

## **2.5. Presuposición filosófica**

### **2.5.1. Espíritu de profecía.**

Este informe está circunscrito en el marco de los siguientes conceptos filosóficos, que son aspectos fundamentales para su real comprensión y comentarios. En ese sentido, se cita a la palabra de Dios: Tú estarás a cargo de mi casa, y por tu palabra se gobernará todo mi pueblo. Sólo yo seré mayor que tú en el trono”, dice la Biblia (RV, 1960) en Génesis 41: 39 - 40. Este es un claro ejemplo como José administraba con los bienes del Faraón, así mismo en la actualidad nosotros como administradores debemos seguir el ejemplo de José.

También hallamos otro texto que dice: “Porque le ha escogido Jehová tu Dios de entre todas las tribus, para que esté para administrar en el nombre de Jehová, él y sus hijos para siempre. Deuteronomio 18:5. Se puede decir entonces que Dios fue sabio al buscar hombres inteligentes para que puedan realizar buena calidad de servicio, buena administración con los bienes que día a día nos brinda.

En el libro *Administración eficaz* de Elena G, White (2003:175) se encuentra un párrafo que menciona: “Este ha sido el caso con varias personas que se han sentido competentes para establecer y administrar sanatorios. Como resultados fracasan, y cuando se encuentran endeudadas piden a la Asociación Médica Misionera que se encargue de la institución fracasada y asuma sus obligaciones por pagar. La Asociación Médica Misionera se perjudica al encargarse de tantos sanatorios en

bancarrota. Que los que han administrado estos sanatorios y han andado por caminos falsos, comiencen a pensar sensatamente. Que no se los señale como fracasados, esto echa a perder el valor de los hombres buenos.” Este párrafo hace reflexionar una vez más en la vida y gestión de los administradores, que deben estar ligadas a principios y valores que les fue enseñado. Asimismo dice la autora: “Nunca debemos olvidar que se nos ha puesto a prueba en este mundo, fin de determinar nuestra aptitud para la vida futura. No podrá entrar en el reino ninguna persona cuyo carácter haya sido contaminada por la mancha del egoísmo” (p.16).

## Capítulo III. Revisión de la Literatura

### 3.1. Antecedentes de la investigación

#### 3.1.1. Antecedentes internacionales.

Habiendo establecido la importancia del modelo Servqual como una herramienta eficaz para la medición de la calidad en el servicio, llama la atención que en la literatura revisada no se encuentre mucha información al respecto.

No obstante se puede encontrar estudios en otros países que validan el Servqual en servicios similares. Este es el caso de dos investigaciones aplicadas en Ecuador: *La calidad de servicios del terminal terrestre de la ciudad de Esmeraldas de Vilela (2015)*, quien se basa en el modelo Servqual para concluir que la variable calidad en los servicios afecta directamente a los clientes externos, quienes exigen servicios como seguridad, información, higiene, limpieza de edificios y buen trato.

Estas investigaciones resultan importantes, pues demuestran que la calidad en el servicio en las empresas de servicios de transportes puede medirse utilizando la herramienta Servqual y llegar a conclusiones que representen un aporte para la misma y otras organizaciones empresariales.

#### 3.1.2. Antecedentes nacionales.

Vela (2014), en su estudio denominado *Como influye la calidad de servicio en las ventas de tiendas de cadenas Claro, Tottus, Mall de la ciudad de Trujillo 2014*, resalta que brindar un servicio de calidad al cliente es indispensable para mejorar y darse cuenta de las exigencias de los usuarios, para otorgar información concisa, para una buena toma de decisiones y para certificar su fidelidad y maximizar el valor

generado por cada uno de los clientes que visitan las mencionadas tiendas. Por ende, se genera un impulso en el mundo globalizado, comprendido desde la percepción del cliente sobre los servicios que se le brindan, lo que, en última instancia, coloca al usuario o cliente como el objeto de investigación final. Por lo mismo se sugiere enmarcar los resultados de buena calidad de servicio como una función esencial, y es allí donde cobra más valor la investigación, en la medida que se constituye en el punto de partida del diseño de los servicios como procesos de mejoramiento continuo (Vela, 2014).

## **3.2. Fundamentos teóricos**

### **3.2.1. Calidad**

Calidad de Servicio es un concepto que deriva de la propia definición de calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de Juran (1998), como aptitud de uso. Por ende, la condición de servicio es destacar una buena atención al consumidor o usuario.

Los bienes capaces de satisfacer las necesidades del usuario son, de acuerdo con su contenido, de dos clases: tangibles e intangibles. Los beneficios tangibles suelen conocerse con el nombre del generador. Tienen una consistencia material. Se trata de objetos físicos cuya utilización por el cliente resuelve una necesidad sentida.

Los bienes intangibles se denominan, generalmente, servicios. Su estructura es inmaterial. Se trata de actos que recibe el cliente y a través de los cuales soluciona sus problemas o carencias. En general, se puede entender por un creador tanto un tangible como un intangible.



Toda organización o departamento, ya produzca bienes o servicios, acompaña la entrega de unos u otros con un conjunto de prestaciones accesorias agregadas a la principal. La calidad de servicio supone el ajuste de estas prestaciones accesorias a las necesidades, expectativas y deseos del cliente.

Por ende, la calidad de servicios ayuda a brindar un mejor trato al cliente. Para Deming (1993), por ejemplo, la calidad no es otra cosa más que "Una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua". Los logros de Deming son reconocidos mundialmente, sus principales contribuciones son el círculo Deming (Plan-Do-Check-Act) y los 14 puntos de Deming; se ha logrado establecer que al utilizar los principios de Deming la calidad aumenta y por lo tanto bajan los costos y los ahorros se les puede pasar al consumidor; cuando los clientes obtienen productos de calidad las compañías logran aumentar sus ingresos y al lograr esto, la economía crece. Para Juran (1998) la calidad es "La adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente".

El considera que la calidad, según Suárez (2006), como atributo de toda empresa, no debe ser relegada a las acciones que contemple un departamento que sea creado con el fin de asegurarla. Debe ser parte del proceso de elaboración o prestación de los bienes o servicios, debiendo existir un serio compromiso de todo el personal para alcanzarla de manera preventiva, es decir, no esperar que se detecten defectos para evitarlos. La consecución de la calidad no se delega, sino que todos debemos ser protagonistas para alcanzarla. Deberá ser una filosofía que sostenga el comportamiento de todos en la empresa. Se deduce uno de los planteamientos valiosos de Juran: el ser humano es incorporado de manera vital y directa en el arte de lograr calidad, en cuanto es parte de un proceso de auto - supervisión individual y directa.

Gutiérrez (1999) considera que la mejor el descargo de la jerarquía es la preparación previa que se tenga sobre la misión de una empresa, los objetivos, alternativas y consecuencias de un cambio y las formas o cursos de acción para lograr los objetivos o metas; y no puede existir peor enemigo el grado que la incertidumbre, el cambio injustificado y la programación sobre la marcha.

La condición debe entenderse, entonces, en palabras de Gómez (1991), como un todo integral, y de su interrelación surge lo que se ha denominado actualmente el dominio total de la condición; es importante que se entienda que se logra la calidad al lograr la alegría de un cliente utilizando para ello adecuadamente los factores humanos, económicos, administrativos y técnicos de tal forma que se logre un desarrollo integral y armónico del hombre, de la oficina y de la comunidad.

Por lo demás, la empresa y disposición no es algo fácil. Muchas veces al intentar llevar a cabo un cambio nos encontramos con múltiples barreras que se producen, especialmente aquellas que tienen origen en los patrones culturales y las actitudes de los individuos. En algunas circunstancias es fácil alcanzar las metas inmediatas, por cuanto no se necesita una gran reflexión; en cambio, para lograr las metas de largo plazo es indispensable una reflexión profunda y pensar que se tiene que romper con algunos opiniones tradicionales (a nivel gerencial se debe pensar en tender hacia el cambio y mirar en perspectiva).

En este sentido el grado es más que un requisito técnico, es una filosofía que establece criterios de planificación, poder y mejora. En el proyecto de condición se identifican áreas de oportunidad en donde se definen procesos en búsqueda de la alegría del consumidor.

El dominio de aptitud, según Evans (1995) es la actividad que consiste en inspeccionar el producto y separar aquel que es aceptable, de acuerdo a unos determinados estándares, del que no lo es. Finalmente, la mejora de la calidad es un proceso estructurado para reducir los defectos en productos, servicios o procesos, utilizándose también para mejorar los resultados que no se consideran deficientes pero que, sin embargo, ofrecen una oportunidad de mejorar.

Para obtener y conservar la lealtad de los consumidores mediante sus gustos, señala Hernández (2004), se debe iniciar desde el interior de las organizaciones. La administración debe dedicar tiempo y recursos para analizar y conocer las necesidades y expectativas de los clientes, para posteriormente desarrollar los programas adecuados para satisfacerlas, pero no debe olvidarse que los empleados son parte esencial en este proceso, ya que en ocasiones, estos no pueden cumplir con su función de manera adecuada dentro de este proceso, lo cual se debe a que no cuentan con los elementos necesarios para brindar un servicio interno de calidad a sus compañeros de trabajo, y la organización no puede proyectar algo que no tiene internamente.

Gómez (1991) dice que un sistema de trámite de condición está basado en el sentido común, se encuentra bien documentado, se asegura de ser consistente y produce desarrollar en las prácticas de servicio, incluyendo los productos y servicios que se crean, por lo que, según autor, dicho sistema debe establecerse con bases adecuadas que sirvan para controlar los procesos productivos de las empresas.

Actualmente, estamos viviendo en una época de globalización, donde las nuevas tecnologías han convertido todo el planeta en un único y gigantesco mercado que funciona permanentemente. Dice Guajardo (1996): En este ambiente, la calidad

de los productos o beneficio se convierte en un elemento diferenciador y, en gran medida, en la clave principal del éxito o fracaso de toda organización. Por tal motivo, se considera importante que los establecimientos se reorganicen de tal forma que den garantía a sus consumidor y usuarios, siendo un factor imprescindible la capacidad que tengan para satisfacer de manera integral los requerimientos del cliente, debido a que la competitividad de una empresa y la satisfacción del cliente están determinadas por la calidad del producto, el precio y la calidad del servicio; es decir, se es más competitivo si se puede ofrecer mejor calidad, a bajo precio y en menor tiempo. Sin embargo, James (1997) considera que para concebir dicho concepto, es preciso que las organizaciones mejoren cada vez más sus procesos de manera que logren la excelencia, garantizando así la satisfacción total del cliente; no obstante, ha sido necesaria la evolución del significado dado a la palabra calidad a lo largo del tiempo para lograrlo, involucrando un avance incremental desde la inspección masiva al control de calidad, que utilizaba métodos estadísticos.

### **3.2.2. Calidad de servicio**

En el mundo de hoy, de intensa competencia, la clave entonces para tener ventajas competitivas sustentables yace en entregar alta calidad de servicios que resulte en clientes satisfechos. En ese sentido, Buzzel y Gale (1987) señalan que la calidad de servicio es utilizada para diferenciar y agregar valor a ofertas de servicio y, como una manera de ganar ventajas competitivas. Por lo tanto, dicen los autores, no hay una pizca de duda acerca de la importancia de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, como retos esenciales de los proveedores de servicio. De esta manera,

uno de los retos que los administradores de servicios enfrentan hoy en día es cómo entregar servicios de alta calidad. Además, estudios han demostrado que las firmas que ofrecen un servicio superior; obtienen participaciones de mercado más altas que sus rivales.

En opinión de Allred y Addams (2000) la calidad de los bienes es tangible y puede ser medida por indicadores objetivos como desempeño, características y durabilidad. Sin embargo, la literatura define calidad de servicio en términos de subjetividad, actitud y percepción.

A continuación, se presentan varias definiciones de calidad de servicio dadas por diferentes autores, que permiten obtener una visión global del alcance de este constructo de estudio.

Zeithaml (1987) define calidad de servicio de la siguiente manera: “es la opinión del cliente acerca de la superioridad y excelencia acerca de una entidad como un todo. Esta es una forma de actitud, y resulta desde una comparación de expectativas y la percepción del desempeño percibido”, por ello el buen trato al consumidor llevara el éxito a la empresa.

La definición de Lewis y Booms (1983) claramente establecen: “Calidad de servicio es una medida de cuán bien el nivel de servicio entregado calza con las expectativas del cliente. Entregar calidad de servicio significa corresponder a las expectativas del cliente en una base consistente”.

Lewis (1989) dice que la calidad de servicio percibida es la opinión de un cliente (una forma de actitud), y resulta de la comparación hecha entre sus expectativas y su percepción del desempeño real del servicio.

Parasuraman et al. (1985, 1988) dice que la calidad de servicio es determinada por las diferencias entre las expectativas del cliente del desempeño del proveedor de servicio, y la evaluación del servicio. Explica que la adaptación consistente a las expectativas empieza con identificar y entender las expectativas del cliente. De este modo, las expectativas se transforman en una de las claves, o al menos uno de los factores importantes de la satisfacción del cliente.

Uno de los principales motivos por los cuales las empresas no cumplen las expectativas de los clientes, radica en la falta de entendimiento preciso acerca de cuáles son esas expectativas. Por lo tanto, existe una brecha entre lo que la compañía percibe sobre las expectativas del cliente y lo que el cliente realmente espera. Aun cuando la empresa logre entender con claridad las expectativas de sus clientes, pueden existir problemas si ese conocimiento no se traduce a diseños y estándares de servicio orientados a los clientes. Una vez que la empresa dispone de los diseños y los estándares, puede parecer que está lista para prestar servicios de alta calidad. Esto es cierto, pero todavía no es suficiente. Debe tener sistemas, procesos y personas que aseguren que la ejecución del servicio efectivamente iguale (o incluso supere) los diseños y los estándares establecidos. Una vez que la empresa cuenta con todo lo necesario para cumplir o superar efectivamente las expectativas del cliente, debe asegurarse de que las promesas que se formulan a los clientes se igualen con las que se proporciona.

Zeithaml et al. (1996) descubrió que los clientes sostienen varios y distintos tipos de expectativas de servicio (servicio esperado):

1. *Servicio deseado*: nivel de servicio que el cliente espera recibir. Es una combinación de lo que el cliente considera que “puede ser” con lo que considera que “debe ser”.

2. *Servicio adecuado*: expectativa de un nivel más bajo que representa el umbral del servicio aceptable. Es el nivel de servicio que el cliente puede aceptar.

Como se discutió anteriormente, los servicios son heterogéneos en el sentido de que su ejecución puede variar entre los proveedores, entre los empleados de un mismo proveedor e, incluso, entre un mismo empleado del servicio.

Allred y Addams (2000) sugieren que las compañías interesadas en mejorar la calidad del servicio, deberían enfocar su estrategia de desarrollo en:

- a. Expectativas de los clientes. Después de identificar expectativas básicas de servicio, el próximo paso es priorizarlas de acuerdo a la importancia del cliente, recursos y capacidad de la compañía para entregar el servicio esperado. Cabe destacar que las expectativas de los clientes van cambiando a través del tiempo, por ende, la información debe ser frecuentemente actualizada.
- b. Evaluación de los clientes del proceso de servicio.
- c. Estrategias de retención de clientes.

En el mismo ámbito podemos agregar que, compañías que proveen un servicio superior tienen como competencias centrales: identificar qué esperan los clientes, enfocarse en los determinantes de la calidad de servicio, constantemente mejorar tanto el proceso como el resultado del servicio, descubrir por qué los clientes desertan y buscar soluciones para las causas de deserción. Además, los tres acercamientos fundamentales para aumentar las ganancias son: reducir los costos, aumentar las ventas y reducir las deserciones. Sin embargo, los dos primeros tienden a reducir la calidad del servicio, y principalmente son los focos de las compañías. Se sugiere a las compañías empezar a desarrollar estrategias de retención de clientes las cuales tienden a aumentar la calidad de servicio. Además, muchos estudios indican que

cuesta ocho a diez veces menos mantener un cliente, que atraer otro. Muy importantes e interesantes los conceptos que Allred y Addams manejan en torno al servicio y la calidad como herramienta para el éxito y la eficacia de las empresas, sobre todo las de enteramente de servicios.

### **3.2.3. Modelos de Medición de la Calidad**

Los modelos de medición de la calidad nacen con el propósito de contar con métodos estructurados para medir la percepción subjetiva de los usuarios de un determinado servicio, como su percepción, satisfacción o disconformidad con el mismo, o el grado en que son influenciados por los diversos elementos que lo conforman.

Los modelos han sido ordenados de modo cronológico en la Tabla 1. Se citan aquellos que resultan más relevantes debido, principalmente, a su constante divulgación, a que su enfoque y aplicabilidad que no se concentra en un solo sector, y a la constante referencia en diversos documentos; asimismo a la influencia que muchos de ellos han tenido como modelos planteados posteriormente, bien a través de una crítica o a través de una propuesta de mejora. Además de los modelos citados, se ha encontrado una serie de propuestas de medición de la calidad de servicio, muchas de las cuales se han desarrollado para la medición de la calidad interna de las compañías, en el análisis de otros modelos dentro de contextos específicos o, más recientemente, en su relación con las tecnologías de la información y comercio electrónico, los mismos que no han sido tomados en cuenta.



Tabla 1: Modelos de Medición de la Calidad en los Servicios

<b>Año</b>	<b>Autor</b>	<b>Modelo</b>	<b>Principio Lógico</b>
1984	Grönroos	Modelo de Calidad/Imagen	Calidad funcional + Calidad técnica
1985 1988	Parasuraman, Zeithaml y Berry	SERVQUAL	Cinco dimensiones: Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y Elementos tangibles
1989	Eiglier y Langeard	Servucción	Output + Servucción + Proceso
1992	Cronin y Taylor	SERVPERF	SERVQUAL – Expectativas
1993 1994	Teas	Desempeño Evaluado	SERVQUAL + Evaluación del consumidor + Índice de calidad
1994	Rust y Oliver	Modelo de los tres components	Características + Proceso de entrega + Ambiente que rodea al servicio
1997	Philip y Hazlett	Modelo PCP	Pivote + Central + Periférico
1998	Lyte, Hom y Mokwa	SERVOR	Liderazgo de servicio + Encuentros de servicio + Sistema de servicio + Gerencia de recursos humanos
2000	Dabholkar, Shepherd	Marco Comprensivo	SERVQUAL + Evaluación general

Martínez, C (2001). Medición de la calidad de servicio

### **a) El modelo Servqual**

Este modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) compara las expectativas frente a las percepciones del consumidor, ya que el modelo inicial de 1985 identificaba diez dimensiones que representaban los criterios que utilizan los consumidores en el proceso de evaluación de la calidad en cualquier tipo de servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente, pero, posteriormente, Parasuraman et al. (1988) reagrupan los criterios de forma que solo quedan las cinco dimensiones genéricas indicadas, y es el resultado de la diferencia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones sobre el servicio recibido: (a) fiabilidad, que consiste en prestar el servicio prometido de modo fiable y cuidadosamente; (b) capacidad de respuesta, disposición del personal para ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido; (c) seguridad, conocimientos, atención y habilidades mostrados por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; (d) empatía, esfuerzo por entender la perspectiva del usuario mediante la atención individualizada; y (e) aspectos tangibles, apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. El modelo vincula, además, cuatro elementos formadores de expectativas: la comunicación boca-oído, las necesidades personales de los clientes, las experiencias previas del cliente y las comunicaciones externas de la firma que lo ejecuta.

Por lo que puede observarse, este modelo resulta más útil para la concepción de los servicios que para la evaluación por parte del cliente, en tanto se concentra más en las variables que representan el proceso de producción y cuidado de detalles sobre

un servicio, priorizando las expectativas, que en la percepción de los clientes que lo evalúan.

Otros autores, como Cronin y Taylor (1992) desarrollaron la escala Servperf, buscando presentar una alternativa al Servqual. De acuerdo a sus conclusiones, las expectativas no deben tomarse en cuenta al momento de medir la calidad en el servicio y solo deben centrarse en la percepción. En esa misma línea, Teas (1993), tomando como principio el modelo Servqual, propuso el modelo de Desempeño evaluado, en el que la medición de la calidad del servicio debe considerar la evaluación de desempeño por parte del consumidor y de un índice de calidad normada. Teas tampoco tomó en cuenta las expectativas, pues sostuvo que el concepto resulta impreciso ya que depende de la interpretación de cada usuario. Esta visión difiere de los objetivos planteados en la presente investigación, que se concentra en encontrar la diferencia entre las expectativas y percepciones de los consumidores.

Finalmente, en el modelo más reciente, Dabholkar, Shepherd y Thorpe (2000) volvieron a tomar el Servqual como punto de partida y, considerando los factores propuestos por este, plantean una etapa previa a la evaluación general por parte del consumidor en relación con el servicio.

En conclusión, la herramienta Servqual resulta aún el más preciso, adaptable, referenciado y aplicado entre los modelos propuestos a lo largo de la literatura; de hecho, incluso sus principales críticos plantearon modelos que no permitirían precisamente una mejora continua de la calidad, en tanto no consideran las expectativas o plantean procedimientos que vuelven más compleja la aplicabilidad de sus herramientas a distintos sectores de servicios.

## **b) Dimensiones de la calidad de servicio según modelo Servqual**

Durante la investigación para el planteamiento de la herramienta Servqual, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990:22,23) realizaron una serie de estudios a través de grupos de enfoque, de los cuales obtuvieron insights con la intención de determinar los criterios mediante los cuales los consumidores juzgaban el servicio. Inicialmente, “identificaron diez criterios generales o dimensiones y las nombraron tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, cortesía, credibilidad, seguridad, acceso, comunicación y comprensión sobre el consumidor”, pero pronto notaron que algunas de estas se superponían y no terminaban siendo independientes una de las otras, por lo que las replantearon en cinco criterios finales para la medición de la calidad, que son el resultado de la diferencia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones sobre el servicio recibido: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Una vez establecidas, las dimensiones fueron, además, validadas. De acuerdo con Parasuraman et al (1990).

### **3.2.3.1. Elementos tangibles**

Carlos, Montelongo & Nájera (2010) “mencionan que los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos y personal”, Asimismo Hernández (2012) considera a los elementos tangibles como instalaciones, el equipo, personal y materiales de comunicación.

Duque (2005) “asume que los elementos tangibles se miden mediante la cantidad de equipos”. Por otro lado Hernández (2012), identifica a los elementos tangibles como materiales de comunicación. Así también Velázquez (2012) considera

a los elementos tangibles como materiales de comunicación.

### **3.2.3.2. Capacidad de respuesta**

“La capacidad de respuesta es percibida como la disposición para ayudar a los clientes, otra característica de la capacidad de respuesta es el servicio rápido a los clientes”. Según Efrén, Echeverri & Ruiz (2010) “la capacidad de respuesta es la disposición y voluntad del personal para ayudar a los clientes”. Apoyando esta idea, Benavente & Figueroa (2012) “mencionan que es la disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido”. De otra manera, Duque (2005) se refiere a que se debe suministrar el servicio rápido a los clientes, lo que, según Hernández (2012) “la respuesta se traduce en proveer de un servicio rápido”.

### **3.2.3.3. Confiabilidad**

“La confiabilidad o fiabilidad se puede referir a la capacidad de cumplir las promesas del servicio y con la exigencia del mercado se desarrolla la habilidad de inspirar confiabilidad”. Benavente & Figueroa (2012) “mencionan que la confiabilidad es la capacidad para cumplir la promesa del servicio de manera segura y precisa”. En su sentido más amplio, la confiabilidad significa que la empresa cumpla sus promesas. Así mismo Duque (2005) menciona que la confiabilidad es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, de tal manera Velázquez (2012) “afirma que es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”. Por otro lado, según Reyes, Mayo & Loredó (2009) “se refiere al conocimiento y la cortesía de los proveedores del servicio, así como su habilidad para inspirar en los clientes confianza y responsabilidad” y Alvarado (2006), menciona que la confiabilidad inspira en el cliente seguridad y precisión.

#### **3.2.3.4. Seguridad**

“La seguridad se observa como la habilidad de transferir confianza y además como la cortesía percibida por el cliente”. Según Reyes, Mayo & Loredó (2009), “la seguridad es la habilidad de transferir confianza al cliente por medio del conocimiento del servicio”. Así mismo Carlos, Montelongo & Najera (2010) mencionan que seguridad consiste en transmitir e inspirar confianza, ya que el personal resuelve las necesidades informativas. Por otro lado, según Duque (2005) “seguridad es la inexistencia de peligros, riesgos y seguridad”.

Alvarado (2006), “menciona que la seguridad se define como el conocimiento de cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena voluntad y confianza e implica la cortesía prestada y la amabilidad de los empleados” (Benítez, Alegre, & Loredó, 2009).

#### **3.2.3.5. Empatía**

La empatía puede ser abordada como un servicio personalizado y también se puede abordar como un trato empático ofrecido hacia el cliente. Según Duque (2005) define, “es la disposición que tiene la empresa para ofrecer a los clientes cuidados y atención personalizada”, así mismo Reyes (2009) menciona que es la atención personalizada que brinda la organización a sus clientes. Aclara Romero & Romero (2006) “el trato personalizado se da cuando los acuerdos de negociación se corresponden directamente entre las partes con una comunicación personal propiciadora de una situación de sostenibilidad” (Miyahira (2008). Además, Alvarado (2006), “dice que la empatía se define como la atención cuidadosa e individualizada que la empresa les brinda a sus consumidores”. Por otro lado, se puede entender por empatía, según Parasuraman (1998) citado por Oliveira (2007) como una capacidad

del personal, para ponerse realmente en el lugar del cliente. Del mismo modo, según Moliner, Potocnik, & Peiro (1997), significa ser copartícipes de sus emociones. Y finalmente, Solórzano (2010) dice que es la accesibilidad que tiene el empleado para entender al cliente haciendo que sus empleados se sientan parte de la familia.

## **Capítulo IV. Marco metodológico**

### **4.1. Método para el abordaje de la experiencia**

Para el desarrollo del presente informe de suficiencia profesional se utilizó la metodología de tipo descriptivo propositivo, porque describe la calidad del servicio de los clientes de la empresa Intellitech Systems S.A.C, en su real situación. Y es propositiva por que se elabora una propuesta para mejorar la calidad de servicio en la empresa Intellitech Systems S.A.C. Asimismo es de corte transeccional, porque se realizó una encuesta en un solo momento sobre la percepción de la calidad de servicio.

### **4.2. Lugar de ejecución y temporalidad**

El presente informe de suficiencia profesional se aplicó en la empresa Intellitech Systems S.A.C., ubicado en la calle Gran Chimú 340 COO. Chancas de Andahuaylas 1E, en el Distrito de Santa Anita. Dicho estudio tendrá una temporalización de 20 días, en agosto del 2018.

### **4.3. Población y muestra de la empresa**

La propuesta desarrollada en este informe de suficiencia profesional está orientada a una población de 50 usuarios de la empresa Intellitech Systems S.A.C. en el Distrito de Santa Anita, la misma que debe ser considerada también como la muestra.



#### 4.4. Operacionalización de la temática abordada

Como se abordó el planteamiento de la propuesta del trabajo de suficiencia profesional, se realizó análisis FODA, elaboración de estrategia DAFO finalmente se realizó la medición variable servicio de calidad.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Calidad de Servicio	La calidad debe entenderse como un todo integral, y de su interrelación surge lo que se ha denominado actualmente el control total de la calidad; es importante que se entienda que se logra la calidad al lograr la satisfacción de un consumidor utilizando para ello adecuadamente los factores humanos, económicos, administrativos y técnicos de tal forma que se logre un desarrollo integral y armónico del hombre, de la empresa y de la comunidad (Gómez, 1991).	La calidad es como un todo integral, y de su interrelación surge lo que se ha denominado actualmente el control total de la calidad que perciben los clientes que son atendidos por el personal de la empresa Inteligente.	<i>Elementos Tangibles</i>	1.1 Instalaciones 1.2 empleados 1.3 materiales	1 Totalmente insatisfecho
			<i>Fiabilidad</i>	2.1 promesa 2.2 eficiencia 2.3 eficacia	2 Insatisfecho 3 indiferente 4 satisfecho
			<i>Capacidad de respuesta</i>	3.1 confianza 3.2 cortesía 3.3 habilidad	5 Totalmente satisfecho
			<i>Seguridad:</i>	4.1 comunicación 4.2 agilidad 4.3 disposición	
			<i>Empatía:</i>	5.1 atención 5.2 necesidades 5.3 comprensión	

#### **4.4.1. Desarrollo de la temática abordada.**

Para el desarrollo de la propuesta desarrollada en el presente Informe de suficiencia profesional, se ha considerado en un inicio realizar el análisis FODA en la empresa Intellitech Systems S.A.C. para mejorar la calidad del servicio; así mismo la evaluación o medición de la calidad de servicio a los clientes, para mejorar el tiempo de atención de esta manera se han diseñado las estrategias calidad de servicio que nos permitirán alcanzar nuestros objetivos.

## Capítulo V. Resultados

### 5.1. Resultados descriptivos

### 5.2. Evaluación de la calidad de servicio de la empresa

Considerando el cuadro 1, se presenta fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en la empresa Intellitech Systems S.A.C. las que permiten conocer las características cualitativas. Como fortalezas importantes que tiene la empresa son: máquinas nuevas y de alta tecnología, personal calificado y fiabilidad con sus clientes. Los nuevos usuarios y el buen trato con los proveedores son oportunidades que permiten alcanzar los trabajadores, primordialmente los clientes.

<b>Análisis FODA/DAFO</b>			
<b>Análisis interno</b>		<b>Análisis Externos</b>	
		<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos usuarios con necesidad del servicio</li> <li>- Mercado en crecimiento</li> <li>- Buena relación con los proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tendencia desfavorable en el mercado</li> <li>-Competencia muy agresiva</li> <li>-Ubicación geográfica poco accesible</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos básicos para diferentes trabajo</li> <li>- Personal calificado.</li> <li>- Fiabilidad en la entrega de los servicios brindados.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA - FO</b></p> <p>Fidelizar a los clientes a los clientes antiguos y promocionar el servicio a nuevos usuarios</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA – FA</b></p> <p>Utilizar las fuerzas para evitar las amenazas.</p>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de personal profesional en la empresa</li> <li>- No se cuenta con planes operativos</li> <li>- Falta de capacitación del personal</li> <li>- Insuficiente personal para atender a los clientes</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA – DO</b></p> <p>Mejorar la falta de personal profesional y buena relación con los proveedores.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA – DA</b></p> <p>Organizar capacitaciones de liderazgo para el personal.</p>	

Cuadro 1: análisis dafo Intellitech Systems S.A.C.

Los resultados encontrados sobre la evaluación de los elementos tangibles del servicio de clientes, establecen que de los 100% de encuestados, un 6,7% califica de servicio como moderado, y 93,3% de eficiente, no se evidencia resultados en el nivel deficiente, según la tabla 2. Esto debe a que los trabajadores presentan que la empresa cuenta con instalaciones cómodas, trabajadores pulcros, materiales de calidad.

Tabla 2 percepción de los Elementos tangibles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	1	6,7	6,7	6,7
	Eficiente	14	93,3	93,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta elementos tangibles*

Respecto de la confiabilidad, según los clientes establecen que de los 100% encuestados un 6,7% califican de moderado, y 93,3% es eficiente, no se evidencia resultados en el nivel deficiente. Según la tabla 3 esto se debe a que los trabajadores manifiestan que la empresa cuenta con sinceridad y buen servicio.

Tabla 3 percepción de confiabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	1	6,7	6,7	6,7
	Eficiente	14	93,3	93,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta confiabilidad*

En la tabla 4 se observa que nuestros clientes del 100% encuestado, 100% son eficiente, no se evidencia resultados en el nivel deficiente. Esto debe a que los trabajadores presentan que la empresa cuenta con puntualidad de servicios, servicio rápido, disposición. Dado que la muestra de clientes no es representativa, la valoración no implica que no requiere de mejorar el nivel de esta dimensión.

Tabla 4 percepción sobre Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Eficiente	15	100,0	100,0	100,0

*Fuente: base datos de la encuesta capacidad de respuesta*

Respecto a seguridad según los clientes establecen que de los 100% encuestados un 6,7% califica de moderado, y 93,3% es eficiente, no se evidencia resultados en el nivel deficiente. Según la tabla 5 esto debe a que los trabajadores presentan que la empresa transmite confianza, seguridad y amabilidad.

Tabla 5 percepción sobre Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	1	6,7	6,7	6,7
	Eficiente	14	93,3	93,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta seguridad*

Respecto a empatía según nuestros clientes establecen que de los 100% encuestados un 6,7% califica de moderado, y 93,3% es eficiente, no se evidencia resultados en el nivel deficiente. Según tabla 6 esto debe a que los trabajadores presentan que la empresa brinda seguimiento, información y atención personalizada, horario de atención, comprensión de necesidades específicas.

Tabla 6 percepción sobre Empatía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	1	6,7	6,7	6,7
	Eficiente	14	93,3	93,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta empatía*

Para medir la percepción de la calidad de servicio, brindando por la empresa se aplicó la encuesta según el modelo Servqual.

En la tabla 7, respecto calidad del servicio de nuestros clientes del 100% encuestado un 6,7% es moderado, y 93,3% es eficiente no se evidencia resultados en el nivel deficiente. Esto responde a que la empresa cuenta los equipos modernos, presta un buen servicio, disposición al usuario, son amables, seguimiento personalizado.

Tabla 7, percepción sobre Calidad de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	1	6,7	6,7	6,7
	Eficiente	14	93,3	93,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta calidad de servicio*

### **5.3. Propuesta para mejorar la calidad de servicio**

Nombre de la empresa: Intellitech Systms S.A.C.

Propuesta: Propuesta de mejora para la calidad de servicio

Objetivo: Incrementar en un 99% la calidad de servicio que presenta actualmente la empresa Intellitech Systems S.A.C.

Periodo: (Enero - diciembre 12 meses)

Plazo de ejecución : 12 meses.

---

#### **5.3.1. Descripción de la propuesta**

La propuesta para mejorar la calidad de servicio de la empresa Intellitech Systems S.A.C. Metas específicas para alcanzar durante 12 meses, actividades que se desarrollan progresivamente en la institución. Asimismo el recurso humano que da el soporte y el recurso financiero que sostiene la propuesta. Se desarrolla un cronograma de fechas mensuales; por otro lado, se brinda una responsable para dirigir las actividades que se desarrollan, porque ellas están centradas en la teoría Servqual para mejorar la calidad de servicio.

A partir del diagnóstico encontrado se da la mejora de la calidad de servicio en la empresa Intellitech Systems S.A.C. acordes con las metas establecidas en el trabajo de informe de suficiencia profesional.

#### **5.3.2. Requerimientos de la propuesta**

La empresa Intellitech Systems S.A.C. actualmente requiere del siguiente personal:

Equipo técnico: 2 especialistas en atención al cliente

Equipo tecnológico: 6 computadora - Software

Servicio de soporte: 1 personal de TI

### **5.3.3. Desarrollo de la propuesta**

Para desarrollar dicha propuesta de mejora, incrementar el 20 % la percepción del usuario de la empresa Intellitech Systems S.A.C, se tiene que tomar acciones que ayuden a mejorar el sistema de trabajo mediante dos propuestas fundamentales: Implementación de tecnología de páginas web y de nuevos usuarios.

### **5.3.4. Desarrollo de capacidades**

- Capacitar al personal en los siguientes temas:
  - “Práctica de calidad de servicio al cliente”.
  - “Pasión por el éxito”.
  - “Estrategias para desarrollar una buena calidad e servicio”.
- Formar equipos internos y líderes mediante grupos de integración.

### **5.3.5. Implementación de tecnologías**

- Contratar un personal del TI.
- Elaborar una página web.
- Disponer de equipos de informática.

### **5.3.6. Aspectos estructurales**

- Revisar el manual de funciones.
- Elaborar un manual de funciones para mejorar.



### 5.3.7. Plan de implementación

<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Meta</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Recursos</b>	<b>Cronograma</b>	<b>Responsable</b>	<b>Observaciones</b>
Incrementar en un 20%, la propuesta de mejorar la calidad de servicio, según el modelo Servqual en la empresa Intellitech Systems S.A.C.	Mejorar la gestión de elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantear el área de gestión la adquisición de un local propio con proyección al crecimiento de la empresa</li> <li>- Implementar 5 equipos de cómputo para los trabajadores de provincia</li> </ul>	8,000	Mes 1 – Mes 4	Gerente de RRHH	
	Mejorar la gestión de la confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar al personal para el llenado de registros y facturas sin errores</li> <li>- El problema políticas de retención del operario que brinda un buen servicio y evitar reclamos del cliente.</li> </ul>	200	Mes 2 – Mes 4	Gerente de TIC	
	Mejorar la gestión de la capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar una página web y formalizar con los clientes la disposición brindada.</li> <li>- Elaborar un proceso de gestión para la ejecución de los trabajos y avances de obras y proyectos agilizando la atención al cliente.</li> </ul>	2,000	Mes 3 – Mes 6	Gerente Administrativo	La empresa es pequeña para hacer uso de un consultor...
	Mejorar la gestión de la seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar un ambiente más accesible al cliente, que brinda mayor seguridad al trabajador.</li> <li>- Desarrollar un plan de evaluación del personal operativo</li> </ul>	1,000		Gerente Administrativo	
	Mejorar la gestión de la empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacitar a los empleados para atender las necesidades específicas de los clientes con prontitud y amabilidad.</li> </ul>	1,000		Gerente Administrativo	

## Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones

### 6.1. Conclusiones

Luego de un arduo y minucioso estudio se hallado a las siguientes conclusiones:

- a) La calidad de servicio ante el usuario en la empresa Intellitech Systems S.A.C. 2018 es bueno a un 93,7%; sin embargo, considerando que toda empresa brinda la calidad total, es necesario implementar medidas para continuar mejorando la calidad de servicio.
- b) Entre las estrategias de mejora que se propone implementar están: 5 equipos de cómputo para los trabajadores de provincia, también Capacitar al personal para el llenado de registros y facturas; asimismo elaborar una página web para los clientes y puedan tener mejor comunicación, también poder buscar un ambiente más accesible para los clientes para brindar mayor seguridad y capacitar a los empleados para atender las necesidades de los clientes con prontitud y amabilidad en la empresa Intellitech Systems S.A.C.
- c) Siendo que la calidad de servicio es percibido eficiente por la mayoría de usuarios se propone estrategias de mejoras tomando en cuenta que se busca la calidad total.

## 6.2.Recomendaciones

Como una especie de sugerencia, se plantea las siguientes recomendaciones que vendrían a bien sean utilizadas como referencias en la planificación estratégica de las empresas.

- a) La empresa Intellitech Systems S.A.C. debe ejecutar las estrategias planteadas, según el modelo Servqual, para mantener la calidad de un servicio eficiente.
- b) Se debe evaluar la calidad de servicio con una muestra representativa del total de la población de clientes es eficiente.
- c) Se recomienda a la gerencia que se continúe con la propuesta de mejora para la calidad de servicio y satisfacción al cliente.
- d) Además de realizar un análisis FODA de la empresa Intellitech Systems S.A.C. y compartirlo con el personal de dicha institución con el objetivo de identificar y fortalecer factores débiles que causan aún existen clientes insatisfechos, siendo esto que no promocionan el servicio o llevaran a cabo una publicidad negativa.

## Referencias

Allred, Anthony T. y addams, H. Lon (2000), "calidad de servicio Bancario y ahorro y crédito: que opinan los clientes?", Revista Internacional de Marketing Bancario, 18/4.pp. 220-207.

Asesor: Percy Marquina.

Duque, E. (2005). Revisión del concepto calidad del servicio y sus modelos de medición.

G.D. y Zeithaml, V.A. (Eds), Servicios de Marketing en un Entorno Cambiante, Asociación Americana de Marketing, Chicago, IL, pp-41-7.

Gómez, E. (1991). El Control Total de la Calidad. Fondo Editorial LEGIS. Bogotá Colombia.

GRONROOS, C. (1985) "Marketing Interno – teoría y práctica", en libro, T.M. Upah.

Guajardo, G. (1996) Administración de la Calidad Total: Conceptos y Enseñanzas de los Grandes Maestros de la Calidad. Ed. Pax. Mexico

Gutiérrez, P.H. (2005). Calidad Total y Productividad. Ed. McGraw Hill, México.

<https://www.aiteco.co/que-es-la-calidad-de-servicio/>

Para, T., Por., Grado, E. L., & La, O. P. R. (2017). ESCUELA DE POSGRADO Calidad en el servicio en el Sector Transporte Terrestre Interprovincial en el Perú Claudia Chavéz Montoya Roberto Quezada Barreto Diana Tello Horna.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41-60.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1990). Delivering Quality Service. New York: The Free Press.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L. (1991). Refinement and Reassessment of the Servqual Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 42-50.

A. Parasuraman, V.A. Zeithalm and L. L. Berry. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research". *Journal of Marketing*. Vol 49 Issue 4, pp. 41- 50.1985.ISSN: 0022- 2429.DOI:10.2307/1251430.

Revista de Ciencias Administrativas Y Sociales.

V. Morales, A. Hernández-Mendo y Á. Blanco. "Evaluación de la calidad en organizaciones deportivas: adaptación del modelo Servqual". *Revista de Psicología del Deporte*. Vol. 18, Issue 2, pp.137-150.2009. ISSN: 1132-239X.

Vela ori, R., & Zavaleta Cuevas, L. M.(s.f.). Influencia de la calidad de los servicios al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro, Tottus- mol, de la ciudad de Trujillo 2014.

Zeithaml v. y bitner, M.J. (1996), *Marketing de Servicios*, The McGraw- Hill Copanies, INC., New York, NY.

Zeithaml, V. y Bitner, M.J. (2002), "Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa", Segunda Edición, McGraw-Hill Interamericana Editores.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Valué: A Means End Model and systhesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2 -22.

## Anexos

### Anexo 1: Instrumento calidad de servicio al cliente para medir resultados

#### Datos generales

Solicitamos que marque con una "X" la opción que corresponda a sus respuestas.

Información personal:

1. Edad \_\_\_\_\_ años
2. Género: Masculino  Femenino
3. Estado civil: Soltero(a)  Casado(a)  Viudo(a)  Divorciado(a)  Conviviente
4. Región de proceden: Sierra  costa  Selva

#### CUESTIONARIO

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una (X) el número que corresponda a su respuesta.

Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Totalmente satisfecho
1	2	3	4	5

CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
<b>Elementos tangibles</b>					
1. En la empresa Intellitech systems s.a.c. tiene equipos de apariencia moderna					
2. Las instalaciones físicas de la empresa Intellitech systems s.a.c. son cómodas y visualmente atractivas.					
3. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c. tienen una apariencia pulcra.					
4. Los materiales relacionados con el servicio que utiliza empresa Intellitech systems s.a.c. son visualmente atractivos.					
<b>Confiabilidad</b>					
5. Cuando la empresa Intellitech systems s.a.c. prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
6. Cuando tengo un problema en la empresa Intellitech systems s.a.c., muestran un sincero interés en solucionarlo.					
7. Habitualmente la empresa Intellitech systems s.a.c., presta un buen servicio.					
8. La empresa Intellitech systems s.a.c., insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
9. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.					
10. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., ofrecen un servicio rápido ágil.					
11. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., siempre están dispuestos a ayudarlos.					
12. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., le dedican el tiempo necesario para responder sus preguntas.					
<b>Seguridad</b>					

13. El comportamiento de los empleados de la empresa Intellitech systems s.a.c., le transmite confianza.					
14. Me siento seguro en las transacciones que realizo en la empresa Intellitech systems s.a.c.					
15. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., son siempre amables.					
16. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., tienen conocimientos para responder mis preguntas.					
<b>Empatía</b>					
17. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., le hacen un seguimiento personalizado.					
18. En la empresa Intellitech systems s.a.c., tiene un horario de atención adecuado.					
19. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., ofrecen información y atención personalizada.					
20. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., buscan lo mejor para los intereses del cliente.					
21. Los trabajadores de la empresa Intellitech systems s.a.c., comprende sus necesidades específicas.					

**Anexos 2: Certificado laboral**



INTELLITECH SYSTEMS S.A.C  
GENERAL SERVICES SPECIALIST

**CERTIFICADO LABORAL**

*Santa Anita, 12 de Octubre del 2017.*

*Es que suscribe:*

INTELLITECH SYSTEMS S.A.C.  
RUC: 20543633462

Se Otorga el certificado laboral para **ROCIO JANET CRISOSTOMO CALDERON**, con DNI: 43825848, quien se encuentra laborando en esta empresa desempeñándose como asistente de asistente de Gerencia desde **Julio del 2015 hasta la actualidad**, La Sra. Rocio Janet Crisostomo Calderon a demostrado responsabilidad, honestidad y dominio en la labor encomendada.

Se expide la presente constancia a petición del interesado, y para los fines que éste considere convenientes.

Atentamente,

INTELLITECH SYSTEMS S.A.C.  
*WOSOSO*  
Placido Moscoso Valencia  
GERENTE GENERAL



### Anexo 3: Base de datos del cuestionario aplicado

Servicio de calidad																											
Cuestionarios	Elementos tangibles				Confiabilidad				Capacidad de respuesta				Seguridad				Empatía				VARIABLE						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	D1	D2	D3	D4	D5	V1
1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2	14	15	15	14	13	71
2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	17	18	18	17	23	93
3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	18	18	20	18	23	97
4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	18	19	16	17	23	93
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	18	17	18	17	22	92
6	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	19	16	18	18	23	94
7	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	18	18	17	17	21	91
8	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	18	17	16	19	22	92
9	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	18	17	20	18	23	96
10	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	18	18	18	19	22	95
11	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	18	20	19	17	24	98
12	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	18	20	18	17	23	96
13	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	17	19	16	17	21	90
14	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	15	14	17	18	23	87
15	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	15	19	18	18	23	93

#### Anexo 4: Escala de medición de la variable calidad de servicio

Encuesta	ITEMS	TOTAL	MINIMO (1)	MAXIMO(5)	RANGO	GRUPOS	COEFECIENTE	GRUPOS		
								DEFICIENTE	MODERADO	EFICIENTE
Servicio de calidad	V1	21	21	105	84	3	28	49	77	105
Elementos tangibles	1 a 4	4	4	20	16	3	5.33333333	9.33333333	14.6666667	20
Confiabilidad	5 a 8	4	4	20	16	3	5.33333333	9.33333333	14.6666667	20
Capacidad de respuesta	9 a 12	4	4	20	16	3	5.33333333	9.33333333	14.6666667	20
Seguridad	13 a 16	4	4	20	16	3	5.33333333	9.33333333	14.6666667	20
Empatía	17 a 21	5	5	25	20	3	6.66666667	11.6666667	18.3333333	25

## Anexo 5: Resultados específicos de la aplicación del cuestionario

1. En la empresa Intellitech Systems S.A.C. Tiene equipos de apariencia moderna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	8	53,3	53,3	60,0
	Totalmente satisfecho	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

1. Las instalaciones físicas de la empresa Intellitech Systems S.A.C. Son cómodas y visualmente atractivas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	9	60,0	60,0	66,7
	Totalmente satisfecho	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

**3.** Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. Tienen una apariencia pulcra.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	2	13,3	13,3	13,3
	Satisfecho	4	26,7	26,7	40,0
	Totalmente satisfecho	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

**4.** Los materiales relacionados con el servicio que utiliza empresa Intellitech Systems S.A.C. Son visualmente atractivos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	12	80,0	80,0	80,0
	Totalmente satisfecho	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

5. Cuando la empresa Intellitech Systems S.A.C. Prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	10	66,7	66,7	73,3
	Totalmente satisfecho	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

6. Cuando tengo un problema en la empresa Intellitech Systems S.A.C. Muestran un sincero interés en solucionarlo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	4	26,7	26,7	33,3
	Totalmente satisfecho	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

7. Habitualmente la empresa Intellitech Systems S.A.C. Presta un buen servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	7	46,7	46,7	53,3
	Totalmente satisfecho	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

8. La empresa Intellitech Systems S.A.C. Insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	8	53,3	53,3	53,3
	Totalmente satisfecho	7	46,7	46,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

9. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	7	46,7	46,7	46,7
	Totalmente satisfecho	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

10. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. ofrecen un servicio rápido ágil.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	6	40,0	40,0	46,7
	Totalmente satisfecho	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

11. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. siempre están dispuestos a ayudarlos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	9	60,0	60,0	60,0
	Totalmente satisfecho	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

12. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. le dedican el tiempo necesario para responder sus preguntas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	10	66,7	66,7	73,3
	Totalmente satisfecho	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*



13. El comportamiento de los empleados de la empresa Intellitech Systems S.A.C. le transmite confianza.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	1	6,7	6,7	13,3
	Totalmente satisfecho	13	86,7	86,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

14. Me siento seguro en las transacciones que realizo en la empresa Intellitech Systems S.A.C.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	10	66,7	66,7	73,3
	Totalmente satisfecho	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

15. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C, son amables.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	12	80,0	80,0	80,0
	Totalmente satisfecho	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

16. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	12	80,0	80,0	80,0
	Totalmente satisfecho	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

17. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. le hacen un seguimiento personalizado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	5	33,3	33,3	33,3
	Totalmente satisfecho	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

17. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. le hacen un seguimiento personalizado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	5	33,3	33,3	33,3
	Totalmente satisfecho	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

18. En la empresa Intellitech Systems S.A.C. tiene un horario de atención adecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	2	13,3	13,3	13,3
	Satisfecho	7	46,7	46,7	60,0
	Totalmente satisfecho	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

19. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. ofrecen información y atención personalizada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	9	60,0	60,0	66,7
	Totalmente satisfecho	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

20. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. buscan lo mejor para los intereses del cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	4	26,7	26,7	33,3
	Totalmente satisfecho	10	66,7	66,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*

21. Los trabajadores de la empresa Intellitech Systems S.A.C. comprende sus específicas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	1	6,7	6,7	6,7
	Satisfecho	8	53,3	53,3	60,0
	Totalmente satisfecho	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

*Fuente: base datos de la encuesta realizada*