

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO**  
**BENEDICTO XVI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA  
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE  
NEDLEY SUPPORT SAC, 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES**

Br. Susan Katherine Chávez Rodríguez

Br. Rosa Magaly Lalangui Roman

**ASESOR**

Dr. Francisco Alejandro Espinoza Polo

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión y Desarrollo empresarial

**TRUJILLO, PERÚ**  
**2022**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, O.F.M.**

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller de la Universidad

Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dr. Luis Orlando Miranda Díaz**

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta**

Vicerrectora Académica

**Dr. Francisco Alejandro Espinoza Polo**

Vicerrector de Investigación (e)

**Dr. Jaime Roberto Ramírez García**

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Dra. Teresa Sofía Reátegui Marín**

Secretario General

**VISTO DEL JURADO**



---

**Dr. Ramirez García Jaime Roberto**  
**Presidente**



---

**Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria**  
**Secretario**



---

**Dr. Espinoza Polo Francisco Alejandro**  
**Asesor-Vocal**

## APROBACION DEL ASESOR

Yo Dr. ESPINOZA POLO FRANCISCO ALEJANDRO DNI N° 17839286 como asesor del trabajo de investigación “LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020” desarrollada por las bachilleres CHAVEZ RODRÍGUEZ SUSAN KATHERINE con DNI N° 74206944 y LALANGUI ROMÁN ROSA MAGALY, con DNI N° 77058501 respectivamente, egresadas del programa de estudios de Administración, considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.



---

Dr. Espinoza Polo Francisco Alejandro  
DNI. 17839286  
N° de Colegiatura 1517839286

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotras, CHAVEZ RODRIGUEZ SUSAN KATHERINE con DNI N° 74206944 y LALANGUI ROMAN ROSA MAGALY con DNI N° 77058501, egresadas del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, damos fe que hemos seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias administrativas y económicas, para la elaboración y sustentación del trabajo de investigación titulado: “La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa de Software Nedley Support SAC, 2020”, el cual consta de un total de 100 páginas, en las que se incluye 18 tablas y 7 figuras, más un total de 37 páginas en apéndices y/o anexos.

Dejamos constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaramos bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento, corresponde a nuestra autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de nuestra entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 13%, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

*Los autores*



\_\_\_\_\_  
DNI: 74206944



\_\_\_\_\_  
DNI: 77058501

# LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

**13%**

INDICE DE SIMILITUD

**13%**

FUENTES DE INTERNET

**1%**

PUBLICACIONES

**4%**

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>Dspace.Unitru.Edu.Pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>dspace.unitru.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.uct.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Repositorio.Uwiener.Edu.Pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Peruana de Las Americas</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>



## Acta de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis para obtener la Titulación Profesional

En la ciudad de Trujillo, a los 13 días del mes de octubre del 2022 siendo las 12:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar la tesis de Titulación Profesional en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar el Programa de Estudios)

Especialidad: \_\_\_\_\_  
(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

**Bachiller:** CHAVEZ RODRIGUEZ SUSAN KATHERINE  
(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:

LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

por

UNANIMIDAD

(Aprobado o desaprobado (\*))

(En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (\*\*))

emitiéndose el calificativo final de QUINCE 15  
(Letras) (Números)

Siendo las 13:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

**Presidente:** Dr. Ramírez García Jaime Roberto

(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

**Secretario:** Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria

(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

**Vocal:** Dr. Espinoza Polo Francisco Alejandro

(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

(\*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(\*\*) **Mayoría:** Dos miembros del jurado aprueban; **Unanimidad:** todos los miembros del jurado aprueban; **Grado de excelencia:** promedio 19 a 20



## Acta de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis para obtener la Titulación Profesional

En la ciudad de Trujillo, a los 13 días del mes de octubre del 2022, siendo las 12:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar la tesis de Titulación Profesional en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar el Programa de Estudios)

Especialidad: \_\_\_\_\_

(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

**Bachiller:** LALANGUI ROMAN ROSA MAGALY

(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:  
LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

por

UNANIMIDAD

(Aprobado o desaprobado (\*\*))

(En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (\*\*))

emitiéndose el calificativo final de QUINCE 15

(Letras)

(Números)

Siendo las 13:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

**Presidente:** Dr. Ramírez García Jaime Roberto  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

**Secretario:** Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

**Vocal:** Dr. Espinoza Polo Francisco Alejandro  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

(\*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(\*\*) Mayoría: Dos miembros del jurado aprueban; Unanimidad: todos los miembros del jurado aprueban; Grado de excelencia: promedio 19 a 20



**FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL  
DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Moche 23 de enero,2023

**A: Dr. Jaime Roberto Ramírez García**

Decano de la Facultad de Ciencias administrativas y económicas.

Nombres y apellidos de cada investigador (a):

Yo  Nosotros (as)

**CHAVEZ RODRIGUEZ SUSAN KATHERINE Y LALANGUI ROMAN ROSA MAGALY**

Autor (es) de la investigación titulada:

**“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”**

Sustentada y aprobada el 13 de octubre 2022 para optar el Grado  
Académico/ Título Profesional de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**CEDO LOS DERECHOS** a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI para publicar por plazo indefinido la versión digital de esta tesis en el repositorio institucional y otros, con los cuales la universidad firme convenio, consintiendo que cualquier tercero podrá acceder a dicha obra de manera gratuita pudiendo visualizarlas, revisarlas, imprimirlas y/o grabarlas siempre y cuando se respeten los derechos de autor y sea citada correctamente. En virtud de esta autorización, la universidad podrá reproducir mi tesis en cualquier tipo de soporte, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la tesis o trabajo de investigación es una creación de mi autoría o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultada(o)(s) a conceder la presente autorización y además declaro bajo juramento que dicha tesis no infringe los derechos de autor de terceras personas.

Asimismo, declaro que el CD-ROM que estoy entregando a la UCT, con el archivo en formato PDF y WORD (.docx), como parte del proceso de obtención del Título Profesional o Grado Académico, es la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado.

Por ello, el tipo de acceso que autorizo es el siguiente: (Marcar con un aspa (x); una opción)

Categoría de acceso	Descripción del Acceso	Marcar con X
<b>ABIERTO</b>	Es público y será posible consultar el texto completo. Se podrá visualizar, grabar e imprimir.	X
<b>RESTRINGIDO</b>	Solo se publicará el abstract y registro del metadato con información básica.	

## OPCIONAL – LICENCIA CREATIVE COMMONS.

Una licencia **Creative Commons** es un complemento a los derechos de autor que tiene como fin proteger una obra en la web. Si usted concede dicha licencia mantiene la titularidad y permite que otras personas puedan hacer uso de su obra, bajo las condiciones que usted determine.

No, deseo otorgar una licencia Creative Commons

Si, deseo otorgar una licencia Creative Commons.

Si opta por otorgar la licencia Creative Commons, seleccione una opción de los siguientes permisos:

<b>CC-BY:</b> Utilice la obra como desee, pero reconozca la autoría original. Permite el uso comercial.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-SA:</b> Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría. Permite el uso comercial del original y la obra derivada (traducción, adaptación, etc.), su distribución es bajo el mismo tipo de licencia.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-ND :</b> Utilice la obra sin realizar cambios, otorgando el reconocimiento de autoría. Permite el uso comercial o no comercial.	X
<b>CC-BY-NC:</b> Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría y puede generar obra derivada sin la misma licencia del original. No permite el uso comercial.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-NC-SA: Utilice</b> la obra reconociendo la autoría. No permite el uso comercial de la obra original y derivada, pero la distribución de la nueva creación debe ser bajo el mismo tipo de licencia.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-NC-ND:</b> Utilice y comparte la obra reconociendo la autoría. No permite cambiarla de forma alguna ni usarlas comercialmente.	<input type="checkbox"/>

## **Datos del investigador (a)**

Nombres y Apellidos: Susan Katherine Chávez Rodríguez

DNI: 74206944

Teléfono celular: 923120565

Email: susankatherine8@gmail.com

Firma



---

## **Datos del investigador (a)**

Nombres y Apellidos: Rosa Magaly Lalangui Roman

DNI: 77058501

Teléfono celular: 910084091

Email: lalanguiromanrosa@gmail.com

Firma



---

## **DEDICATORIAS**

Esta tesis dedico a mis padres quienes me han apoyado para llegar a esta instancia de mis estudios, por ellos que logré forjarme con un objetivo claro con su apoyo moral e incondicional.

**Rosa Magaly Lalangui Román**

Esta tesis se la dedico a mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y llegar así un ejemplo para él.

**Susan Katherine Chávez Rodríguez**

## **AGRADECIMIENTO**

### **A La Empresa De Software Nedley Support Sac -Trujillo**

Por apoyar y permitirnos desarrollar esta investigación dentro de ella, con el objetivo de aportar nuestros conocimientos.

*Las autoras*

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	II
APROBACIÓN DEL ASESOR	III
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	14
ÍNDICE DE TABLAS	16
ÍNDICE DE FIGURAS	17
RESUMEN	18
ABSTRACT	19
I. INTRODUCCIÓN	20
I.1. Orientaciones generales	20
I.2. Planteamiento del problema científico	21
I.3. Justificación de la investigación	24
II. MARCO TEÓRICO	25
II.1. Antecedentes de la investigación	25
II.2. Bases teórico científicas	28
II.3. Definición de términos básicos	31
II.4. Identificación de cualidades	34
II.5. Formulación de hipótesis	34
II.6. Operacionalización de variables	35
III. METODOLOGÍA	39
III.1. Tipo de investigación	39
III.2. Métodos de investigación	39
III.3. Diseño de investigación	39
III.4. Población, indica y muestreo	40
III.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	41

III.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	41
IV. RESULTADOS	43
IV.1. Presentación de resultados	43
IV.2. Análisis e interpretación de resultados	56
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	58
VI. CONCLUSIONES	60
VII. SUGERENCIAS	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS Y/O APENDICES	64

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Estadística descriptiva variable calidad de servicio</i>	29
<i>Tabla 2 Resultados de instrumento Calidad de servicio</i>	29
<i>Tabla 3 Resultados de la dimensión de Fiabilidad</i>	30
<i>Tabla 4 Resultados de la dimensión de Sensibilidad</i>	31
<i>Tabla 5 Resultados de la dimensión de Seguridad</i>	31
<i>Tabla 6 Resultados de la dimensión de Empatía</i>	32
<i>Tabla 7 Resultados de la dimensión de Elementos tangibles</i>	33
<i>Tabla 8 Estadística descriptiva variable Satisfacción del usuario</i>	33
<i>Tabla 9 Resultados del instrumento Sati3n del usuario</i>	34
<i>Tabla 10 Prueba de normalidad Calidad de servicio</i>	35
<i>Tabla 11 Prueba de normalidad Satisfacci3n del usuario</i>	35
<i>Tabla 12 Tabla de correlaciones</i>	36
<i>Tabla 13 Regresi3n lineal Calidad de servicio y satisfacci3n del usuario</i>	38
<i>Tabla 14 Regresi3n lineal fiabilidad y satisfacci3n del usuario</i>	38
<i>Tabla 15 Regresi3n lineal sensibilidad y satisfacci3n del usuario</i>	38
<i>Tabla 16 Regresi3n lineal seguridad y satisfacci3n del usuario</i>	39
<i>Tabla 17 Regresi3n lineal empatía y satisfacci3n del usuario</i>	39
<i>Tabla 18 Regresi3n lineal elementos intangibles y satisfacci3n del usuario</i>	39



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultados instrumento de calidad de servicio	30
Figura 2 <i>Resultados de la dimensión de Fiabilidad</i>	30
Figura 3 <i>Resultados de la dimensión de Sensibilidad</i>	31
Figura 4 <i>Resultados de la dimensión de Seguridad</i>	32
Figura 5 <i>Resultados de la dimensión de Empatía</i>	32
Figura 6 <i>Resultados de la dimensión de Elementos tangibles</i>	33
Figura 7 <i>Resultados del instrumento Satisfacción del usuario</i>	34

## RESUMEN

El estudio de investigación busca cuantificar el grado de impacto de la calidad de servicio respecto a la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC. Por lo que se desarrolló bajo una investigación del tipo básica, cuantitativa explicativa y correlacional. Así mismo se desarrolló empleando una población conformada por 55 usuarios de la organización Nedley Support que pagan mensualmente por el servicio de licencia de software ERP que la organización. Dando así un resultado positivo y de conformidad respecto a la hipótesis de estudio planteado, ya que se pudo demostrar que la impacto de la los resultados muestran que la calidad de servicio que brinda la organización en estudio, Nedley Support S.A.C, impacto directamente con el grado de satisfacción que puedan obtener cada uno de sus usuarios, esto se pudo evidenciar a través el análisis de regresión lineal, donde indicó valores de 52.7 % de satisfacción. Cabe mencionar que de la misma forma las dimensiones de la variable de calidad de servicio también impactaron en el grado de satisfacción del usuario de la organización en estudio.

Palabras clave: *calidad de servicio, satisfacción del usuario, correlación*

## ABSTRACT

The research study seeks to quantify the level of influence of the quality of service on customer satisfaction of the software company Nedley Support SAC. Therefore, it was developed under an investigation of the basic, quantitative, explanatory and correlational type. Likewise, it was developed using a population made up of 55 clients of the Nedley Support company who pay monthly for the ERP software license service that the company provides. Thus giving a positive result and in accordance with the proposed study hypothesis, since it was possible to demonstrate that the influence of the results show that the quality of service provided by the company under study, Nedley Support S.A.C, directly influences the degree of satisfaction that each of its clients can obtain, this could be evidenced through the linear regression analysis, where it indicated values of 52.7% satisfaction. It is worth mentioning that in the same way the dimensions of the service quality variable also influenced the level of user satisfaction of the company under study.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, correlation

## I. INTRODUCCIÓN

### I.1. Orientaciones generales

La calidad del servicio es un factor que se relaciona mucho con la satisfacción del usuario, hoy en día una organización por más buen producto que pueda ofrecer a sus usuarios, si estos no son atendidos amablemente, si no se le brinda la información necesaria sobre un producto y/o servicio, o no se atiende sus reclamos con tiempo; entonces lo más probable es que dicha organización pueda perder bastantes usuarios y participación de mercado, inclusive cierre, es por ello que el presente estudio plantea cuantificar el grado de impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la organización Nedley Support SAC. Este estudio se estructura de la siguiente en 7 capítulos principalmente.

En el primer capítulo se describe la problemática de grado internacional, nacional, local y de la organización en específico sobre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario en organización de software; además de ello se plantea el objetivo general y específicos del estudio, con su respectiva justificación.

En el segundo capítulo, se presentan las teorías y conceptos básicos a usar durante el estudio, se definen las hipótesis a validar y se presenta el cuadro de operacionalización de variables.

En el tercer capítulo, se detalla el tipo de investigación que se realiza, se identifica la población y indica del estudio, así como los instrumentos para recolectar la información necesaria de las variables y las herramientas para su respectivo análisis.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados del estudio luego de haber aplicado los instrumentos, y también se presenta la prueba de las hipótesis planteadas en el capítulo dos.

En los últimos capítulos, se discute los resultados comparándolos con los resultados de otras investigaciones a grado internacional, nacional y local; para luego concluir y sugerir en base a los resultados del estudio.

## I.2. Planteamiento del problema científico

### 1.1.1 Descripción de la realidad problemática

El problema de investigación es un punto específico que genera insatisfacción, dificultad, incompreensión, pérdidas para la organización y que debe ser solucionada por el investigador (Barboza et ál, 2018), mencionado esto para el presente estudio las investigadoras describirán la realidad problemática referida a las variables planteadas como la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

La satisfacción del usuario aparece cuando una compañía se concentra en la calidad del servicio, la satisfacción de los usuarios origina recompensas muy reales para la compañía, en forma de lealtad de los usuarios y de imagen corporativa. La falta de satisfacción de los usuarios causa una serie de perjuicios muy reales. (Tigani, 2006).

La necesidad de ofrecer servicios de calidad es ahora un imperativo para la organización, que ven como en el mercado donde se desarrollan nacen nuevos

competidores con productos o servicios similares a los suyos, obligándolos a establecer una guerra de precios o promociones que disminuyen la rentabilidad de la organización, y que, sin una calidad de servicio al usuario, la satisfacción del mismo puede disminuir impactando en las ventas de la organización.

Es así que, la calidad del servicio, será la que resulte de elegir las dimensiones adecuadas, de las cosas que agregan valor, resuelven problemas y satisfacen necesidades, para otorgar en estas una medida mayor a la esperada por el usuario. Sin usuario no hay servicio y solo el usuario tiene esa información clave que usará para evaluarlos. Las expectativas del usuario son el combustible indispensable de una organización que aspira a un servicio excelente.(Tigani, 2006).Es del caso mencionar que, uno de los factores a tomar en cuenta, es el control del proceso, el cual implica supervisar el flujo de los pedidos efectuados por los usuarios; los errores que se puedan dar, van afectar directamente con la calidad del servicio, ya que no sólo implica un trabajo del área de ventas sino que un trabajo en sinergia de todas las áreas de la organización, si por el contrario hay un proceso inadecuado, éste podrá dar lugar a retrasos, afectando en conjunto en la calidad del servicio. (Tigani,2006).

La unidad de estudio, la organización Nedley Support, ubicada en la ciudad de Trujillo, cuenta con 4 años en el mercado brindando servicios de programación de software y otros productos informáticos a sus usuarios, los cuales han ido creciendo mes por mes, hasta el punto que la organización no se dio abasto para atender todos los requerimientos de sus usuarios en los tiempos y en la calidad que estos solicitaban, por lo que muchos usuarios se empezaban a sentir insatisfechos, ocasionando que el 30%

de los usuarios cancelaran los trabajos que tenían con la organización, perdiendo así alrededor de S/ 35780 por cancelación de pedidos; y al 20% de los usuarios se les tuvo que generar descuentos por la demora de sus trabajos, monto que ascendió a S/8750. En vista de ello la organización implementó grupos de trabajo liderados por un especialista en programación, y los cuales se hacían responsables de los proyectos de software de los usuarios y su comunicación a los mismos; esto generó mayor rapidez de atención para el usuario, pero la organización requiere evaluar cómo es que este nuevo tipo de servicio puede mejorar la satisfacción del usuario.

### 1.1.2 Formulación del problema

#### 1.2.2.1.Problema general

¿La calidad del servicio impacta en el grado de satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?

#### 1.2.2.2.Problemas específicos

- ¿La fiabilidad impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?
- ¿La sensibilidad impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?
- ¿La seguridad impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?
- ¿Cómo impacta la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?

- ¿Cómo impactan los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?

### 1.1.3 Formulación de objetivos

#### 1.2.2.3. Objetivo general

Cuantificar el grado de impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.

#### 1.2.2.4. Objetivos específicos

- Cuantificar el grado de impacto de la fiabilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- Cuantificar el grado de impacto de la sensibilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- Cuantificar el grado de impacto de la seguridad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- Cuantificar el grado de impacto de la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- Cuantificar el grado de impacto de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.

### I.3. Justificación de la investigación

El presente proyecto se justifica por su conveniencia, ya que la aplicación de las herramientas para medir la calidad de servicio permitirá a la organización identificar aspectos en lo que puede estar fallando y de esa forma plantear planes de mejora en



vistas de su crecimiento. Desde el punto de vista práctico, en base a los resultados del presente estudio, se planteará recomendaciones pertinentes sobre fiabilidad, la sensibilidad, la seguridad, la empatía, los elementos tangibles, para de esa manera incrementar la satisfacción de los usuarios y también atraer más usuarios. La relevancia social del proyecto está abarcada bajo el concepto de que, si las organizaciones ganan, todos ganan, ya que al tener mayores ingresos genera un mercado más dinámico con los servicios y productos que la organización requiere; y también se generan más puestos de trabajos y más beneficios para los colaboradores. Por su metodología, este estudio pretende contribuir con aportes al diagnosticar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una micro organización. La investigación sirve también como un punto de referencia para futuros estudios en temas relacionados la calidad de servicio y satisfacción del usuario, específicamente para aquella organización del rubro informático, así en base a la recolección de datos y el proceso estadístico alcanzar resultados confiables que permitan ser estudiados más adelante por otros investigadores.

## II. MARCO TEÓRICO

### II.1. Antecedentes de la investigación

#### **Antecedentes internacionales**

Santamaría (2016) “Análisis de la calidad del servicio postventa y la satisfacción del usuario del concesionario de la industria automotriz en Colombia”, esta investigación

es un análisis e identificación de todas las características que llaman la atención en el usuario satisfacción frente a un servicio de calidad; Con respecto a la muestra, se obtuvieron 139 usuarios de concesionarios de una manera no probabilística, como resultado se encuentra que los principales factores que afectan el grado de agrado del usuario son la calidad del servicio, la confianza y la lealtad.

Cliff (2015) "Una investigación sobre el vínculo entre la calidad del servicio y el grado de agrado del usuario en la industria del servicio del motor, en Zimbabwe", el objetivo principal es describir el vínculo entre la calidad y el grado de agrado que tiene el usuario respecto al servicio que brinda la industria motor, en Zimbabwe, el simple fue elegido por conveniencia para los usuarios que utilizan los servicios de la industria de servicios automotrices de Zimbabwe, para la evaluación utilizó el cuestionario Servqual, y indicando así que existe una relación positiva entre ambas variables del estudio que afectan directamente a la condición del usuario de la organización.

Hammadi (2016) "Examinando las diferencias en las percepciones de calidad del servicio postventa entre gerentes y usuarios en la industria automotriz y su impacto en el grado de agrado del usuario", el investigador busca analizar cómo el gerente de servicio y los usuarios percibieron la calidad servicio, para el estudio entrevistó a 20 usuarios de la industria y los resultados indican que los gerentes no tienen en cuenta las necesidades de los usuarios y hacen todo pero no lo necesario para los usuarios Campos et al (2016), titulada "Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la organización automotriz San Cristóbal, Huancayo, 2015", realizó la descripción y grados de impactos de la variable calidad respecto a el agrado del usuario, para el análisis se tomó como población a 484 usuarios que adquirieron

vehículos el primer trimestre del año; lo que se logró en estudio indica que la calidad de servicio explica en un 82.2% el agrado del usuario y que cada una de las dimensiones de la calidad de servicio impactan directamente en la satisfacción del usuario

Díaz et al (2016), titulada “Grado de satisfacción de los usuarios externos de Hyundai en la organización de Servicios Automotrices del Norte SRL en Cajamarca, 2015” lo que se quiere lograr principalmente es la determinación del grado de agrado de los usuarios externos de Hyundai en la organización, como población se tiene a 64 personas que son usuarios externos de la organización, la muestra no probabilística son las 64 personas, en los resultados se encuentra que todas las cualidades tienen un impacto predominante sobre el agrado del usuario

Alcade et al(2016), “Estudio de calidad de servicio brindada por la organización automotores San Lorenzo SAC en la ciudad de Chiclayo”; el objetivo general del proyecto fue describir la calidad de servicio usando la herramienta Servqual, la muestra estuvo determinada de forma no probabilística por los 106 usuarios frecuentes de la organización, los resultados mencionan que la organización tiene dificultades respecto a las cualidades de ambiente y beneficios, baja calidad y tecnología para dar mantenimiento a los vehículos, además de la presentación de sus empleados, todo eso genera que la organización no satisfaga a sus usuarios y esté perdiendo mercado.

Portocarrero (2016), “La calidad de servicio del área de operaciones y su impacto en el agrado de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito León XIII – oficina principal Trujillo, 2015”, donde se determina que los socios asistiendo una o dos veces al mes a las reuniones, 89% están satisfechos con la calidad de servicio brindada por el área

operativa de la organización; además el 70% está de acuerdo de que el enfoque al socio está basado en la metodología Lean.

Según Peltroche (2016), “Calidad de servicio y agrado del usuario de la organización R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016” el grado de agrado de los usuarios con respecto a los servicios que brinda la organización es alto con porcentaje de 83%, y que el 54% de usuarios mencionan que la rapidez para solucionar un problema es la propuesta de valor más resaltante de la organización.

## II.2. Bases teórico científicas

### **Calidad del servicio:**

La calidad también se puede entender usando el marco de calidad de Reeves y Bednar (Swanson, 1997), ya que la excelencia en la calidad implica el uso de tecnologías en una organización, nuevas innovaciones o tendencias actuales que se están llevando en el mercado, que aportan competitividad a la organización.

La calidad de un servicio también representa el procesamiento de factores como la información, cadena de abastecimientos y múltiples menciona que se relacionan con las áreas de manejo de la empresa. en sí, es por ello que se mide bajo dimensiones.

Como se puede mostrar a continuación:

- **Tangibles:**  
Representa el contexto físico que tiene una empresa, es decir la infraestructura, el diseño y apariencia en general.
- **Fiabilidad:**  
Se denomina a la capacidad para poder garantizar y asegurar que se está brindando un servicio óptimo.
- **Capacidad de respuesta:**  
El grado de disposición para reaccionar y llevar a cabo la ejecución del servicio.
- **Garantía:**

Cualidades que le dan al usuario la seguridad de que están recibiendo un servicio congruente con las cualidades ofrecidas por la empresa.

- Empatía: la disposición de la organización de servicios para brindar a cada usuario un trato personal.

La importancia de la calidad de un servicio, trascienden desde el hecho que son más valorados por los usuarios, lo que permite aumentar el grado de agrado del público objetivo, así como el despliegue efectivo de recursos. Varios autores (Bergman y Klefsjo, 2003; Chowdhary, 2000), mencionan que la importancia de la calidad del servicio trasciende según las expectativas y naturaleza del servicio que se brinda. Por ejemplo, Olorunniwo et al. (2006) identificaron que los bienes intangibles son de mayor importancia en el sector hotelero, aunque estos autores reconocieron que los tangibles juegan un papel importante en la determinación del agrado de los huéspedes del hotel. Pantouvakis y Lympelopoulos (2008) demostraron que los factores físicos son de mayor importancia que las cualidades, ya que el agrado general de los usuarios trasciende en la infraestructura del transporte.

Lee et al. (2000) sugirió que los "elementos tangibles" representan una dimensión más importante en las industrias basadas en instalaciones/equipos, mientras que la "capacidad de respuesta" es más importante en las industrias basadas en las personas.

Sin embargo, este punto de vista no fue apoyado por Chowdhary y Prakash (2007), quienes examinaron 16 servicios y concluyeron que la dimensión de "tangibles" era importante para ciertos servicios de "acción tangible" (como hoteles y hospitales) mientras que la "confiabilidad" era más importante. importante para "actos de servicios intangibles" (como servicios telefónicos y educación) El modelo SERVQUAL:

SERVQUAL es la abreviatura utilizada para "Calidad de servicio." La escala

SERVQUAL fue desarrollado en base a los diez requisitos de servicio de calidad en “Modelo Conceptual de Calidad de Servicio—Método PZB”. En 1988, PZB realizó más investigaciones y clasificó sus hallazgos en cinco determinantes.

La escala, proporciona un completo sistema de puntuación a cada industria, para ayudar a la gerencia con credibilidad y eficiencia, y para servir a la finalidad de mejora del servicio.

### **Satisfacción del usuario**

Kotler (1996), menciona “el grado del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el desempeño o resultado percibido de un producto en violación de sus propias expectativas”. Así, la satisfacción del cliente podría considerarse un comportamiento comparativo entre las entradas anteriores y las obtenidas después. Como el estudio se centró en investigar.

La satisfacción del cliente proporciona un vínculo esencial entre la compra acumulativa y los fenómenos posteriores a la compra en términos de cambio de actitud, repetición de compra y lealtad a la marca (Churchill & Surprenant, 1982). La calidad del servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente (Yee et al., 2010). La satisfacción del cliente se define como la actitud resultante de lo que los clientes creen que debería suceder (expectativas) en comparación con lo que creen que sucedió (percepción del desempeño) (Neal, 1998).

La satisfacción refuerza la percepción de calidad e impulsa las compras repetidas. Zaim, Bayyurt y Zaim (2010) encontraron que la tangibilidad, la confiabilidad y la empatía son importantes para la satisfacción del cliente, pero Mengi (2009) encontró que la capacidad de respuesta y la seguridad son más importantes.

Medir la satisfacción del usuario tiene que ver con las ganancias y la ventaja competitiva. Para lograr el éxito a largo plazo en el mercado, la organización debe monitorear las señales de satisfacción del usuario con respecto al producto, servicio y relación.

También se ha demostrado en varios campos (ver, por ejemplo, Cronin, Brady y Hult, 2000; White, Schneider, 2000) que la importancia de la satisfacción de un servicio, debe medirse determinando sus relaciones con las intenciones del cliente y las expectativas que desea cumplir. La exploración de las intenciones de los clientes a menudo se concentra solo en la retención de clientes, considerando el logro de un comportamiento de compra repetitivo como el objetivo principal. Sin embargo, la retención de clientes es solo uno de los objetivos de aumentar la lealtad de los clientes (Morgan et al., 2000), por lo que radica la importancia de mantener a un cliente satisfecho. Según Zeithaml et al. (1996), las intenciones favorables de los clientes para una organización están relacionadas con la capacidad de obtener una buena satisfacción del servicio y por consecuencia el cliente diga cosas positivas sobre la organización, recomendarla a otros clientes, comprar sus servicios de forma repetitiva y con mayor frecuencia.

Comprender el valor de un cliente es importante para mejorar las relaciones con los clientes en el valor percibido es un predictor más poderoso que la calidad del servicio percibida en la evaluación del servicio prestación de servicios (Sígala, 2006b; Kang et al., 2007).

### **II.3. Definición de términos básicos**

- Aspectos tangibles:

Los aspectos tangibles son aquellos que el usuario puede observar al ingresar a las instalaciones de la organización; como la infraestructura, la vestimenta de los empleados, la limpieza; etc. (Zeithaml et ál, 1992)

- Servicio

Según Matsumoto (2014), los servicios son actividades identificables e intangibles que forman parte de una transacción para brindar a los clientes satisfacción de acuerdo con sus necesidades y deseos. El resultado de los servicios no resulta en la propiedad de algo.

- Elementos tangibles: compuesto por la infraestructura que el usuario percibe. (Zeithaml et ál, 1992)
- Expectativas de servicio: son las expectativas explícitas del usuario como la comunicación, información brindada, amabilidad, comprensión de las necesidades (Zeithaml et ál, 1992)
- Seguridad: es la capacidad del servidor de brindar al usuario seguridad en lo que realiza (Zeithaml et ál, 1992)
- Sensibilidad: capacidad de entender los requerimientos del cliente, y responder frente a ellos. (Zeithaml et ál, 1992)
- Satisfacción del usuario: las satisfacciones de los usuarios es cumplir con los requerimientos exigidos por el mismo y superar sus expectativas”. En síntesis, la satisfacción del usuario se da cuando éste por medio de una compra o servicio supera las expectativas después de equiparar el rendimiento. (Casidy,2014). Se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) recibido de un servicio con sus perspectivas. Kotler (2008)



- Tiempo: es la rapidez con la cual la organización entrega su producto y servicio; y que debe estar acorde a lo ofrecido por la misma (Casidy,2014).
- Diseño correlacional: tipo de investigación que busca describir la relación entre dos variables estudiadas (Hernández & Sampieri, 2010)
- Diseño descriptivo: tipo de investigación que busca describir la realidad del estudio tal y como aparece sin manipulación de variables (Hernández & Sampieri, 2010)
- Población: individuos, procesos, datos, etc que se desea analizar en una investigación (Arias, 2012)
- Menciona: parte de la población con características predefinidas y a la cual el investigador aplica instrumentos de estudios para evaluar las características que busca en ella (Arias, 2012)
- Técnicas de recolección de datos: son las distintas maneras de que el investigador tiene para obtener información de la realidad estudiada (Arias, 2012)
- Instrumento de medición: el instrumento es el medio material para almacenar dicha información recolectada de la menciona de la investigación (Arias, 2012)
- Cuestionario: es un conjunto de preguntas estructuradas y planteadas de forma positiva o negativa y que buscan medir una variable; los cuestionarios deben ser validados estadísticamente para que sean confiables y para ello pasa por una validación por juicio de expertos, aplicación de una menciona piloto y análisis estadístico. (Arias, 2012)
- Validación por juicio de expertos: es el proceso por el cual un cuestionario es evaluado por profesionales especializados en el tema planteado en el cuestionario;

el experto tiene que evaluar la estructura del cuestionario, así como el planteamiento de las preguntas. (Hernández & Sampieri, 2010)

- Alfa de cronbach: estadístico utilizado para medir la confiabilidad de un instrumento, los resultados del estadístico pueden variar entre 0 a 1; donde 0 significa un instrumento para nada confiable y 1 un instrumento altamente confiable; pero para que un instrumento sea confiable basta que el valor del estadístico sea mayor a 0.8 (Hernández & Sampieri, 2010).

#### II.4. Identificación de cualidades

Variable independiente: Calidad de servicio

Cualidades:

- Fiabilidad.
- Sensibilidad.
- Seguridad.
- Empatía.
- Elementos tangibles.

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

- Expectativas de servicio
- Tiempo
- Aspectos Tangibles
- Satisfacción del usuario

#### II.5. Formulación de hipótesis

##### II.5.1. Hipótesis general

Hipótesis alterna:

La calidad de servicio impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.

Hipótesis nula:

La calidad de servicio no impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.

#### II.5.2. Hipótesis específicas

- La fiabilidad tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- La sensibilidad tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- La seguridad tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- La empatía tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.
- Los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.

#### II.6. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala
<p>Variable independiente: Calidad de servicio</p>	<p>Son los requerimientos que solicita el cliente y que busca cumplir sus expectativas. Kotler (2008)</p>	<p>Encuesta SERVQUAL fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles</p>	<p>Fiabilidad</p> <hr/> <p>Sensibilidad</p>	<p>La organización cumple con lo prometido en el tiempo pactado</p> <p>La empresa muestra un sincero interés en resolver los problemas de los clientes</p> <p>La empresa desempeña bien su servicio la primera vez</p> <p>La empresa cumple con sus servicios en el tiempo pactado</p> <p>La empresa tiene un registro libre de errores</p> <p>La empresa mantiene informado a sus clientes sobre la ejecución de sus servicios.</p> <p>Los empleados dan un servicio rápido</p> <p>Los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes.</p> <p>Los empleados siempre están libres para ayudar a los clientes.</p> <p>El comportamiento de los empleados infunde confianza en el cliente</p> <p>El cliente se siente seguro de hacer transacciones con la empresa</p> <p>Los empleados muestran cortesía con los clientes.</p>	<p>Desde 1 “nada de acuerdo” hasta 7 “totalmente de acuerdo”</p>

			Seguridad	<p>Los empleados responden todas las preguntas de los clientes</p> <p>La empresa brinda atención personalizada a los clientes</p> <p>La empresa tiene empleados que brinda atención personal a los clientes.</p> <p>La empresa se preocupa por los intereses del cliente.</p>	
--	--	--	-----------	---	--

28

				<p>La empresa tiene horarios de atención convenientes para sus clientes.</p> <p>La empresa cuenta con equipos de aspecto moderno</p> <p>Las instalaciones de la empresa son atractivas</p> <p>Los empleados se ven pulcros</p> <p>Los materiales del servicio son atractivos visualmente</p>	
			Empatía		
			Elementos tangibles		
Variable dependiente: satisfacción del cliente	Se como compone con los sentidos de placer o decepción cuando un cliente intenta comprar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas. Kotler (2008)	Encuesta de José Sotelo para medir la satisfacción del cliente. El instrumento cuenta con 4 dimensiones: expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles y satisfacción	Expectativas de servicio	El cliente está satisfecho con las actividades realizadas para brindar el servicio.	1= Muy en insatisfecho 2= Insatisfecho 3= Satisfecho 4= Muy satisfecho
			Tiempo	El servicio cumple con las necesidades y expectativas del cliente.	
			Aspectos Tangibles	Se superaron las expectativas del cliente referente al servicio	

		<p>del cliente y cuenta con 12 preguntas.</p>	<p>Satisfacción del cliente</p>	<p>La empresa cuenta con personal capacitado para brindar el servicio.</p> <p>La empresa informa el tiempo de realización del servicio. El tiempo de ejecución del servicio es adecuado El personal cuenta con los recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo.</p> <p>El proceso de servicio es eficiente.</p> <p>La atención del servicio satisface las necesidades del cliente</p> <p>La comunicación es eficiente</p> <p>La disposición del personal es adecuada</p> <p>El cliente se encuentra satisfecho con el servicio</p>	
--	--	---	---------------------------------	---	--

### III. METODOLOGÍA

#### III.1. Tipo de investigación

- Según el fin que se persigue: básica
- Según el tipo de problema: explicativa
- Según la recolección de datos: bibliográfica
- Según el método: cuantitativa

#### III.2. Métodos de investigación

El estudio tiene un método analítico, que según Hernández & Sampieri (2010) se refiere a que los datos obtenidos de la menciona estudiada serán analizados mediante tablas y gráficas para una mejor comprensión

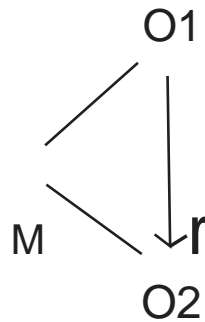
Es descriptivo dado que busca describir la situación problemática en específico, mediante el uso de instrumentos de investigación. (Hernández & Sampieri, 2010) Es estadístico, dado que se utilizará análisis estadístico para Cuantificar las características principales de los datos de las variables como promedio, desviación estándar, estadísticos de normalidad, correlación, etc. (Hernández & Sampieri, 2010)

#### III.3. Diseño de investigación

El tipo de estudio es no experimental, transeccional, correlacional causal y esto se fundamenta debido que no se llega a manipular la variable independiente. Transeccional, se aplican los cuestionarios en un solo instante. Correlacional, se mide la asociación de variables y dimensiones. Causal, porque la satisfacción de los usuarios se debe el impacto de la calidad del servicio que brinda la organización Nedly Support SAC.

(Hernández & Sampieri, 2010)

Diseño:



Donde:

M= indica del estudio

O1: V. independiente: calidad de servicio O2:

V. dependiente: satisfacción del usuario r =  
relación

#### III.4. Población, indica y muestreo

Arias (2012) indica que la población son individuos, objetos, información que se requiere analizar. Para la presente investigación se tiene como población de estudio, a los usuarios de la organización Nedley Support, ya que la organización cuenta con diferentes tipos de usuario, acuerdo al servicio que requieran, en este caso solo nos enfocaremos en los usuarios que contratan los servicios de la organización de forma periódica; estos son los usuarios que pagan a la organización por el uso de su software de licencia Beetech. Mencionado esto, la población está conformada por 55 usuarios que pagan por este servicio de manera mensual.



Arias (2012) definió a la muestra como parámetros más específicos dentro de la población seleccionada. Teniendo la población de 55 usuarios de la organización Nedley Support, por muestreo no probabilístico se tomará a los 55 usuarios como muestra del estudio, de los cuales el 71% son mujeres y 29% varones

Tabla 1. Cantidad de muestra estudiada

Usuarios	F	%
Mujeres	39	71%
Varones	16	29%
Total	55	100%

### III.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos.

Las técnicas son las distintas maneras de que el investigador tiene para obtener información de la realidad estudiada (Arias, 2012) y el instrumento es el medio material para almacenar dicha información (Arias, 2012)

Instrumento para medir la calidad de servicio: SERVQUAL es un listado de preguntas ya establecidas para la Medida de la Calidad de la prestación, instrumento creado por Leonard L. Berry, Valerie A. Zeithaml y A. Parasuraman

- **Instrumento para medir la satisfacción del usuario:** el instrumento que se utilizará es del autor Jesús Sotelo, quien elaboró una herramienta para regular la satisfacción del usuario basada en la norma ISO 9001:2008, desarrollado en México. El instrumento cuenta con 4 dimensiones: expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles y satisfacción del usuario y cuenta con 12 preguntas (Ver Anexo 3)

### III.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

- Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se utilizará el programa SPSS 24 IBM; mediante el uso de tablas tabuladas.

- Análisis de resultados

Para el análisis de resultados se utilizará el programa SPSS 24 y Microsoft Excel, mediante la presentación de los datos en tablas resumen, gráficos de barra y gráficos pastel.

Se considerará parte descriptiva para ver el diagnóstico de variables y dimensiones. Luego en la parte inferencial, se hallará la prueba de normalidad, la fórmula de correlación a usar y la regresión lineal para obtener el porcentaje de interés de la variable calidad del servicio en la satisfacción del usuario

### 3.1 Ética investigativa

La ética de la investigación refiere a la aplicación de principios éticos al momento de buscar y utilizar la información que el investigador necesita, como el uso de referencias o permiso escrito del investigador (Arias, 2012)

Esta investigación, se desarrolló Según el consentimiento informado, permiso expreso para usar el nombre e información de la organización y reporte de copia, teniendo en cuenta los lineamientos del método científico de los lineamientos establecidos por la universidad.

## IV. RESULTADOS

### IV.1. Presentación de resultados

#### Descripción de resultados de instrumento para medir la variable Calidad de Servicio

Tabla 1 Estadística descriptiva variable calidad de servicio

	Calidad de servicio	Fiabilidad	Sensibilidad	Seguridad	Empatía	Elementos intangibles
Válido	55	55	55	55	55	55
Media	2,6182	2,5636	2,8727	2,9636	2,6364	2,8000
Mediana	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000
Moda	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00
Desviación estándar	1,06268	1,10158	1,03735	,92223	1,06046	,96992
Varianza	1,129	1,213	1,076	,851	1,125	,941
Mínimo	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Suma	144,00	141,00	158,00	163,00	145,00	154,00

Fuente: Cuestionario

Según el resultado estadístico respecto a la calidad del servicio se puede identificar que los valores de la media ascienden a un término de 2.62, así mismo con un valor mínimo de 1, por lo que se determinó que la varianza de la variable en estudio es 1,129 .

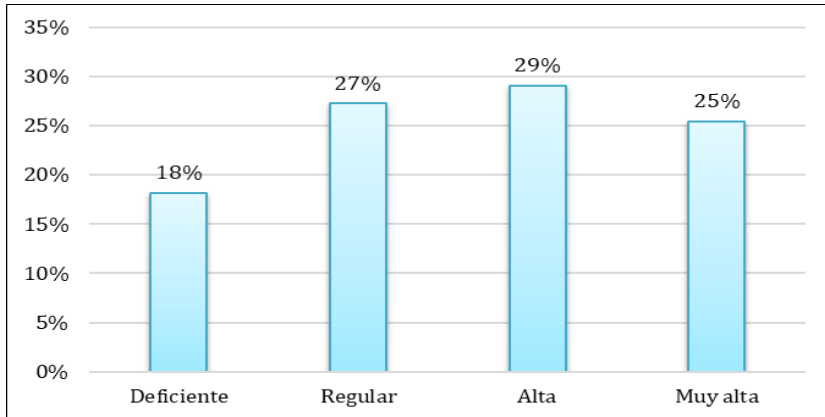
Tabla 2 Resultados de instrumento Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	18,2	18,2
	Regular	15	27,3	45,5
	Alta	16	29,1	74,5
	Muy alta	14	25,5	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 1 Resultados

*instrumento de  
calidad de servicio*



Fuente: Cuestionario

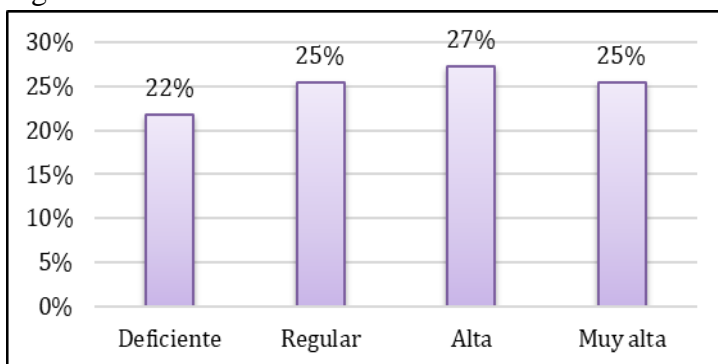
Los resultados de las encuestas que utilizan la herramienta para cuantificar la calidad del servicio se aprecian en el gráfico, el 25 % de los interrogados dice que la calidad del servicio de la organización Nedley Support es extremadamente buena, el 29 % dice que es alta, el 27 % dice que es constante y 18% dice que es deficiente.

*Tabla 3 Resultados de la dimensión de Fiabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	12	21,8	21,8
	Regular	14	25,5	47,3
	Alta	15	27,3	74,5
	Muy alta	14	25,5	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 2 Resultados de la dimensión de Fiabilidad



Fuente: Cuestionario

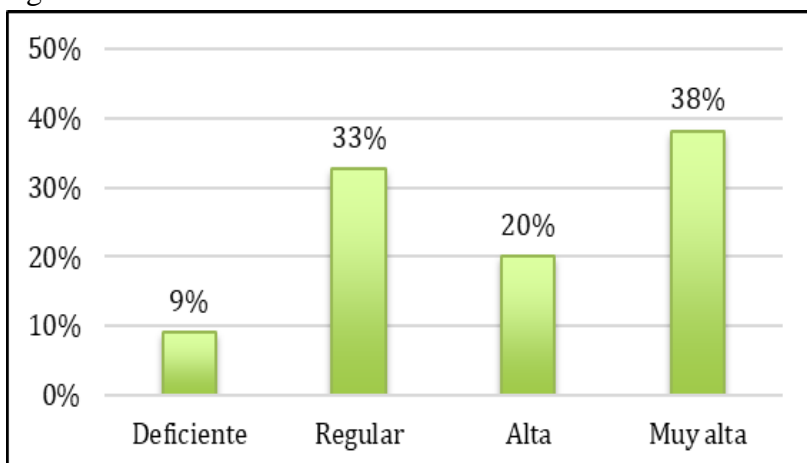
Los resultados de las encuestas para la dimensión fiabilidad, el 25% de las personas encuestadas mencionan que la fiabilidad del servicio de la organización Nedley Support es muy alta, 27% es alta, 25% es regular y el 22% indica que es deficiente.

Tabla 4 Resultados de la dimensión de Sensibilidad

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	5	9,1	9,1
	Regular	18	32,7	41,8
	Alta	11	20,0	61,8
	Muy alta	21	38,2	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 3 Resultados de la dimensión de Sensibilidad



Fuente: Cuestionario

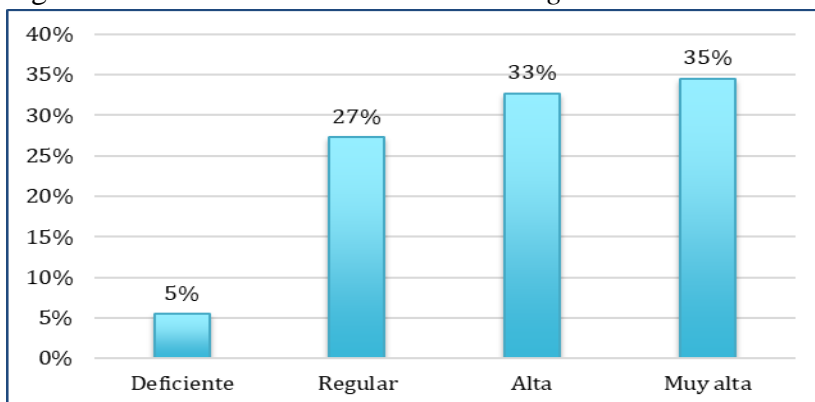
Los resultados de las encuestas para la dimensión sensibilidad, el 38% de las personas encuestadas mencionan que la sensibilidad del servicio de la organización Nedley Support es muy alta, 20% es alta, 33% es regular y el 9% indica que es deficiente.

Tabla 5 Resultados de la dimensión de Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	3	5,5	5,5
	Regular	15	27,3	32,7
	Alta	18	32,7	65,5
	Muy alta	19	34,5	100,0
Total		55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 4 Resultados de la dimensión de Seguridad



Fuente: Cuestionario

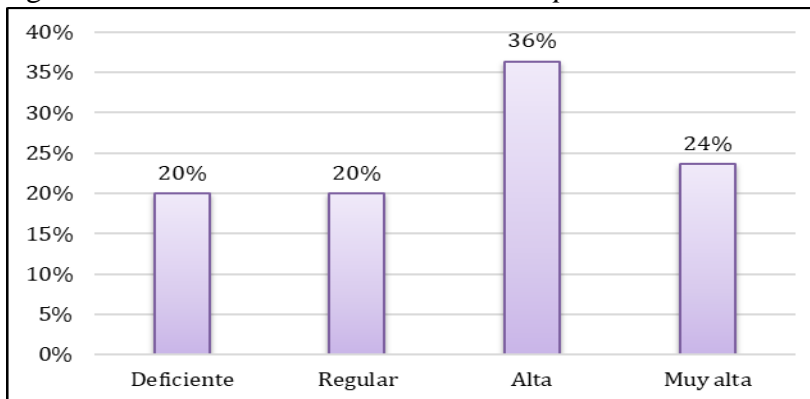
Las encuestas para la dimensión seguridad, indican resultados que indican lo siguiente: El 35% de las personas encuestadas mencionan que la seguridad del servicio de la organización Nedley Support es muy alta, 33% es alta, 27% es regular y el 5% indica que es deficiente.

*Tabla 6 Resultados de la dimensión de Empatía*

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	11	20,0	20,0
	Regular	11	20,0	40,0
	Alta	20	36,4	76,4
	Muy alta	13	23,6	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

*Figura 5 Resultados de la dimensión de Empatía*



Fuente: Cuestionario

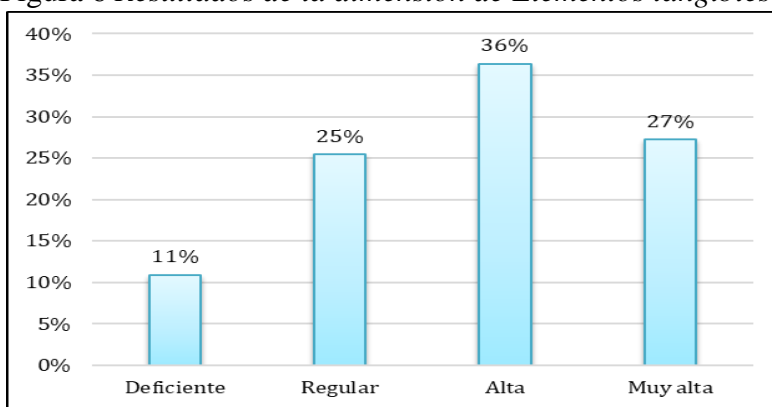
Las encuestas para la dimensión empatía, indican resultados que indican lo siguiente: El 24% de las personas encuestadas mencionan que la empatía en el servicio de la organización Nedley Support es muy alta, 36% es alta, 20% es regular y el 20% indica que es deficiente.

Tabla 7 Resultados de la dimensión de Elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	6	10,9	10,9
	Regular	14	25,5	36,4
	Alta	20	36,4	72,7
	Muy alta	15	27,3	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 6 Resultados de la dimensión de Elementos tangibles



Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

En el gráfico se puede observar los resultados de las encuestas para la dimensión elementos tangibles, el 27% de las personas encuestadas mencionan que la fiabilidad del servicio de la organización Nedley Support es muy alta, 36% es alta, 25% es regular y el 11% indica que es deficiente.

### **Descripción de resultados de instrumento de satisfacción del usuario**



*Tabla 8 Estadística descriptiva variable Satisfacción del usuario*

Estadísticos	
Satisfacción del cliente	
Válido	N
Media	2,691
Mediana	3,000
Moda	3,0
Desviación estándar	,9001
Varianza	,810
Mínimo	1,0
Máximo	4,0

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

Los estadígrafos de calidad de servicio: media, mediana, moda, Sx, mínimo y máximo son: 2.69,

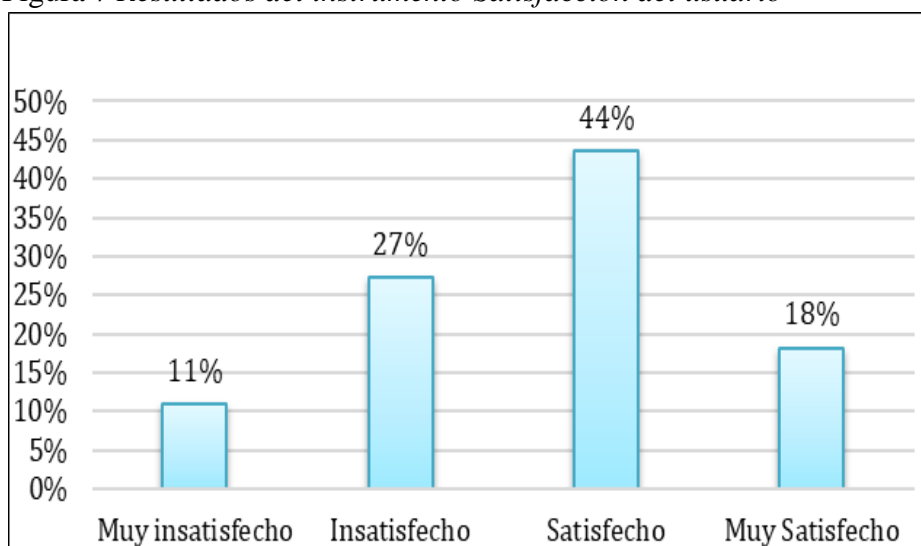
3.00, 3.0, 0.90, 1.00, 4.00, respectivamente.

*Tabla 9 Resultados del instrumento Satisfacción del usuario*

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	6	10,9	10,9
	Insatisfecho	15	27,3	38,2
	Satisfecho	24	43,6	81,8
	Muy Satisfecho	10	18,2	100,0
	Total	55	100,0	

Fuente: Cuestionario

Figura 7 Resultados del instrumento Satisfacción del usuario



Fuente: Cuestionario

Los resultados de la encuesta de satisfacción del usuario se aprecian en el gráfico, y indican que el 18 por ciento de los interrogados dijo estar muy satisfecho con el servicio al usuario de la organización Nedley Support, el 44 por ciento dijo estar satisfecho, el 27 por ciento dijo que no lo estaba, y el 11 por ciento dijo que estaba muy insatisfecho.

### **Pruebas de hipótesis**

La prueba de hipótesis posterior se realizará analizando primero la normalidad de los datos mediante el estadístico de Kolmogorov -Smirnov dado que hay más de 50 puntos de datos ( 55 interrogados ). Con base en los resultados , se utilizará un método estadístico diferente para Cuantificarla relación entre las variables.

Por ser la indica mayor a 50 ( $n > 50$ ) se utilizará la prueba de Kolmogorov – Smirnov.

Tabla 10 Prueba de normalidad Calidad de servicio

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,186	55	,000
Fiabilidad	,181	55	,000
Sensibilidad	,243	55	,000
Seguridad	,215	55	,000
Empatía	,234	55	,000
Elementos intangibles	,218	55	,000

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

La Sig. de la variable Calidad de Servicio, es inferior al 5% y evita la hipótesis nula, que indica que la variable presenta un comportamiento no paramétrico, como ocurre en cada una de sus dimensiones, según la tabla.

#### a. Satisfacción del usuario

Dado que existen más de 50 datos en la indica para el instrumento Satisfacción del Usuario, se aplicará la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov .

Tabla 11 Prueba de normalidad Satisfacción del usuario

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	,253	55	,000

Fuente: Elaboración propia

La Sig. de la variable satisfacción del usuario. es menor a 0.05, como se ve en la tabla, lo que indica que la variable presenta un comportamiento no paramétrico.

Tabla 12 Tabla de correlaciones

		Correlaciones						
		Calidad de servicio	Fiabilidad	Sensibilidad	Seguridad	Empatia	Elementos intangibles	Satisfacción del cliente
Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,854**	,869**	,870**	,842**	,855**	,733**
	Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Fiabilidad	Coefficiente de correlación	,854**	1,000	,864**	,833**	,795**	,765**	,741**
	Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Sensibilidad	Coefficiente de correlación	,869**	,864**	1,000	,833**	,746**	,783**	,748**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Seguridad	Coefficiente de correlación	,870**	,833**	,833**	1,000	,769**	,822**	,722**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Empatia	Coefficiente de correlación	,842**	,795**	,746**	,769**	1,000	,818**	,720**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Elementos intangibles	Coefficiente de correlación	,855**	,765**	,783**	,822**	,818**	1,000	,693**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,733**	,741**	,748**	,722**	,720**	,693**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	55	55	55	55	55	55	55

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

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

Se aprecia que el grado de correlación entre las variables de Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario según Rho de Spearman es de 0.733, lo que indica que se comprueba una correlación positiva buena entre las variables.

Como se observa en la tabla de correlación entre las dimensiones con la variable de retención del personal encontramos lo siguiente:

- La dimensión fiabilidad tiene una correlación de 0.741 con la variable satisfacción del usuario, lo que refiere que existe una correlación positiva buena.
- La dimensión sensibilidad tiene una correlación de 0.748 con la variable satisfacción del usuario, lo que refiere que existe una correlación positiva buena.
- La dimensión seguridad tiene una correlación de 0.728 con la variable satisfacción del usuario, lo que refiere que existe una correlación positiva buena.
- La dimensión empatía tiene una correlación de 0.720 con la variable satisfacción del usuario, lo que refiere que existe una correlación positiva buena.
- La dimensión elementos intangibles una correlación de 0.693 con la variable satisfacción del usuario, lo que refiere que existe una correlación positiva buena.

### Análisis de regresión lineal

A continuación, se presentan las tablas de regresión lineal de la variable Calidad de servicio y sus dimensiones con la variable Satisfacción del usuario.

#### *Calidad de servicio en la satisfacción del usuario*

*Tabla 13 Regresión lineal Calidad de servicio en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Sig. Cambio en F
1	,726 <sup>a</sup>	,527	,518	,62456	,527	59,145

Fuente: Cuestionario

La tabla indica que el porcentaje de impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario es del 52,7%, lo que representa un grado medio de impacto.

#### *Fiabilidad en la satisfacción del usuario*

*Tabla 14 Regresión lineal fiabilidad en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Sig. Cambio en F
1	,739 <sup>a</sup>	,547	,538	,61177	,547	63,884

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

La tabla indica que el porcentaje de impacto de la dimensión confianza en la satisfacción del usuario es de 54,7 por ciento, eso que representa un grado medio de impacto.

#### *Sensibilidad en la satisfacción del usuario*

*Tabla 15 Regresión lineal sensibilidad en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Sig. Cambio en F
1	,731 <sup>a</sup>	,534	,525	,525	,62032	,534

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

La tabla indica que el porcentaje de impacto de la dimensión en la satisfacción del usuario es del 53,4 por ciento, eso cual representa un grado medio de impacto.

*Seguridad en la satisfacción del usuario*

*Tabla 16 Regresión lineal seguridad en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Sig. Cambio en F
1	,700 <sup>a</sup>	,490	,481	,64869	,000

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

La tabla indica que el porcentaje de impacto de la dimensión seguridad en la satisfacción del usuario es del 49,0%, lo que representa un grado de impacto medio-bajo.

*Empatía en la satisfacción del usuario*

*Tabla 17 Regresión lineal empatía en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Sig. Cambio en F
1	,714 <sup>a</sup>	,510	,501	,63577	,510	,000

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

La tabla indica que la empatía tiene un impacto del 51% en la satisfacción del usuario, que es medio.

*Elementos intangibles en la satisfacción del usuario*

*Tabla 18 Regresión lineal elementos intangibles en la satisfacción del usuario*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Sig. Cambio en F
1	,692 <sup>a</sup>	,478	,468	,65625	,478	,000

Fuente: Cuestionario de estudio de la investigación

Los valores determinados en el resultado de la dimensión intangible indican que tienen un impacto media-baja del 47,8 por ciento en el grado de satisfacción del usuario.

#### IV.2. Análisis e interpretación de resultados

Se puede analizar que los resultados indicaron que la variable calidad de servicio que maneja actualmente la organización en estudio brinda un servicio de muy alta y alta calidad, con un 54% de los interrogados que afirma hacerlo, eso significa que a un usuario le brinda un buen servicio y a otro no; en contraste con los resultados de la tabla 9 se pudo visualizar que la satisfacción del usuario indican que el 62% de los usuarios está satisfecho con la organización; además de ello de la tabla 12 sobre la correlación entre ambas variables, la variable independiente es el que causa el impacto de manera positiva buena en la insatisfacción del usuario y la cual la organización tiene que mejorar para que sus ingresos no se vean afectados. Para poder observar que puntos son los que tiene que mejorar observamos los resultados de cada una de las dimensiones de la calidad de servicio; en el caso de fiabilidad el 52% de los usuarios muestra estar que la fiabilidad de servicio es muy alta y alta, esta dimensión refiere principalmente a la confianza que la organización brinda al usuario por medio de sus servicios y sus productos, y por lo resultados la organización no estaría haciendo las cosas bien desde la primera vez sino más bien entregando un servicio con errores y falta de información; respecto a



sensibilidad los resultados son similares con un 58% de usuarios que muestra que la sensibilidad de servicio es muy alta y alta, esta dimensión refiere a que la organización tiene la capacidad para poder atender a todos sus usuarios en el tiempo que ellos lo requieren, pero aún tiene mucho trabajo que realizar en ello; en el caso de la dimensión seguridad, el 68% de los encuestas refiere que es un servicio seguro, esto refleja que 1 de 3 usuario refiere que la organización no tiene la capacidad de respuesta necesaria los empleados no puede dar la información completa y soluciones a sus usuarios conformen lo requieren; esto último también afecta a la dimensión de empatía con un 60% de puntuación en el mismo rango de análisis, donde el usuario percibe que no tiene una atención personalizada y tampoco se preocupan del todo por sus necesidades; y respecto a los elementos tangibles, la organización al no contar con una oficina de atención sino más bien realizan visitas a los lugares de trabajo de los usuarios y por estar conformado por empleados jóvenes, no le prestan la atención necesaria a la presentación de sus equipos y del personal que visita a los usuarios. Conforme a todo lo mencionado, la organización debe urgentemente mejorar su calidad de servicio sino sus usuarios podrían optar por comprar productos o servicios de la competencia.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tras el desarrollo de la investigación, el resultado de la coincidencia entre la calidad de prestación y la satisfacción del usuario mediante el coeficiente rho de Spearman es de 0,733, lo que indica que ambas variables tienen una buena conexión positiva y el grado de impacto es del 52,7 % mediante regresión lineal análisis, muestra un grado medio de impacto; En cuanto a la dimensión confiabilidad y su vínculo con la satisfacción del usuario , el coeficiente de coincidencia de Spearman entre la confiabilidad y la satisfacción del usuario es de 0,733, lo que indica que ambas variables tienen una buena conexión positiva y el grado de impacto tiene variables existe una correlación positiva buena y un grado de regresión lineal del 54.7%. En el caso de la sensibilidad, el coeficiente de correlación de Spearman entre la sensibilidad y la satisfacción del usuario es del 0,748, lo que indica una buena correlación entre las dos variables y un rendimiento del 53,4 por ciento, lo que indica un grado medio de impacto; en la dimensión de la seguridad , el valor es 0,722, lo que indica un grado medio de impacto, lo que significa que entre ambas variables preexiste una correlación positiva buena y una regresión de 49.0%, refiriendo un grado de impacto medio bajo; en empatía el valor de 0.720 y una regresión del 51%, refiriendo un grado de impacto medio; y elementos tangibles con un valor de 0.693, y una regresión del 47.8%, refiriendo un grado de impacto medio bajo. Estos resultados confirman lo mencionado por Santamaría (2016) en su tesis “Análisis de la calidad del servicio postventa y la satisfacción del usuario del concesionario de la industria automotriz en Colombia”; donde la satisfacción del usuario es afectada por la calidad de servicio, la confianza y la lealtad, de la misma forma los resultados de Cliff (2015) "Una investigación sobre el vínculo entre la calidad del servicio y la satisfacción

del usuario en la industria del servicio del motor, en Zimbabwe” que aplicó el instrumento servqual para Cuantificar la relación entre ambas variables y el grado de relación entre estas fue positiva buena; en el caso de la investigación de Armada (2015) “La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución” nuestros resultados indicaron que la calidad de servicio es un factor muy importante en la satisfacción del usuario, lo mismo aplica para los resultados de Armada donde los usuarios responden que la atención al usuario es el factor más importante y valorado por ellos. En caso de las investigaciones nacionales podemos ver que nuestros resultados son comparables con Campos & Arhuis (2016), titulada “Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la organización automotriz San Cristóbal, Huancayo, 2015”, donde el resultado muestra que la calidad de servicio explica en un 82.2% la satisfacción del usuario y cada dimension de la calidad de servicio (confiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía, factores tangibles) impactan directamente en la satisfacción del usuario; de la misma forma con Díaz & Reyna (2016), titulada “Grado de satisfacción de los usuarios externos de Hyundai en la organización de Servicios Automotrices del Norte SRL en Cajamarca, 2015” y Alcade & Castañeda (2016), “Estudio de calidad de servicio brindada por la organización automotores San Lorenzo SAC en la ciudad de Chiclayo”

## VI. CONCLUSIONES

- El grado de impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 52.7%, lo que significa que existe un grado de impacto medio.
- El grado de impacto de la fiabilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 54.7%, lo que significa que existe un grado de impacto medio.
- El grado de impacto de la sensibilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 53.4%, lo que significa que existe un grado de impacto medio.
- El grado de impacto de la seguridad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 49.0%, lo que significa que existe un grado de impacto medio bajo.
- El grado de impacto de la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 51.0%, lo que significa que existe un grado de impacto medio.
- El grado de impacto de los elementos intangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC, acorde al coeficiente de regresión lineal es de 47.8%, lo que significa que existe un grado de impacto medio bajo.

## VII. SUGERENCIAS

- Se sugiere a la organización que dado el grado de correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, enfocar sus estrategias del usuario en mejorar su calidad de servicio para de esa forma también incidir en el aumento de sus ventas en el mediano plazo.
- Se sugiere que la organización mejore el grado de fiabilidad con su usuario mediante la atención rápida y oportuna, brindando a sus usuarios toda la información necesaria.
- Respecto a la sensibilidad, se sugiere que la organización contrate personal especializado en la atención del usuario y se le capacite para poder atender a todos sus usuarios en el tiempo requerido.
- En seguridad, la organización debe programar mejor la entrega de su servicio, para cumplir con sus usuarios y además tener un equipo de soporte en línea para resolver todas las dudas e inconvenientes de sus usuarios.
- En empatía, la organización debe llevar cursos de capacitación para conocer y entender más a su usuario, ya que estos declaran no sentirse bien atendidos.
- Respecto a los elementos tangibles, se recomienda que en el mediano o largo plazo, la organización pueda mejorar el aspecto de sus instalaciones, al ser estas que hablan sobre la seriedad de la organización en sus servicios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalde E. & Castañeda J. (2016) *Estudio de calidad de servicio brindada por la organización automotores San Lorenzo SAC en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo. Perú. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Barboza M., Ventura J., & Gaycho T. (2018). *Consideraciones en relación con el problema de la investigación*. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 29(1), 89-91. Recuperado de <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/1198>
- Campos A. & Arhuis F. (2016). *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la organización automotriz San Cristóbal, Huancayo, 2015*. Huancayo. Perú. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Cliff (2015) “An investigation of the link between service quality and customer satisfaction in the motor service industry in Zimbabwe”. Zimbabwe. University of Zimbabwe.
- Casidy, Riza. (2014). *Linking brand orientation with service quality, satisfaction, and positive word-of-mouth: Evidence from the higher education sector*. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing.
- Díaz K. & Reyna P. (2016). *Grado de satisfacción de los usuarios externos de Hyundai en la organización de Servicios Automotrices del Norte SRL en Cajamarca, 2015*. Cajamarca. Perú. Universidad Privada del Norte
- Hammadi M (2016) *Examining the differences in After-Sale Service quality perceptions between managers and customers in the automobile industry and their impact on customer satisfaction*. Dubai. United Arab Emirates. Rochester Institute of Technology Dubai.

- Hernández, Fernández & Baptista (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). México
- Kotler & Armstrong (2008). *Fundamentos de Marketing* (8va ed.). Ciudad de México, México: Editorial Pearson.
- Lee, So Young y Kim, Jun Ha. (2014). *Effects of service-scape on perceived service quality, satisfaction and behavioral outcomes in public service facilities*. Journal of Asian Architecture and Building Engineering
- Portocarrero A. (2016) *La calidad de servicio del área de operaciones y su impacto en la satisfacción de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito León XIII – oficina principal Trujillo, 2015*. Trujillo. Perú. Universidad Nacional de Trujillo.
- Santamaría O. (2016) *Analysis of the quality of the after-sales service and the customer satisfaction of the concessionaire of the automotive industry in Colombia*. Bogotá. Colombia. Universidad Nacional de Colombia.
- Sotelo J. (2016) *Instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001:2008*. Guadalajara. México. Editorial: Revista Iberoamericana de Investigación y desarrollo.
- Tigani D. (2006). *Excelencia en servicio*. Murcia. España. Liderazgo 21
- Zeithaml A., Parasuraman A. y Leonard L. (1992). *Instrumento de medición de la calidad de servicio*. Washington, Estados Unidos, Publicación: Marketing Science Institute.

## ANEXOS Y/O APENDICES

### Anexo 1: Instrumentos de medición

#### **Encuesta de calidad de servicio**

Contestar las siguientes preguntas, desde 1 “deficiente” hasta 4 “muy alta”

Fiabilidad					
1	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir.	1	2	3	4
2	Cuando el usuario tiene un problema, la organización debe mostrar un sincero interés en resolverlo.	1	2	3	4
3	La organización, debe desempeñar bien el servicio por primera vez.	1	2	3	4
4	La organización debe proporcionar sus servicios en el momento en que promete hacerlo.	1	2	3	4
5	La organización debe insistir en registros libres de error.	1	2	3	4
Sensibilidad					
1	La organización debe mantener informados a los usuarios con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	1	2	3	4
2	Los empleados de la organización deben dar un servicio rápido.	1	2	3	4
3	Los empleados, deben estar dispuestos a ayudarles.	1	2	3	4
4	Los empleados de la organización, nunca deben estar demasiados ocupados para ayudarles.	1	2	3	4
Seguridad					
1	El comportamiento de los empleados, debe infundir confianza en ud.	1	2	3	4
2	El usuario debe sentirse seguro en las transacciones con la organización.	1	2	3	4
3	Los empleados, deben ser corteses de manera constante con uds	1	2	3	4



4	Los empleados de la organización deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los usuarios	1	2	3	4
Empatía					
1	La organización debe dar atención individualizada a los usuarios.	1	2	3	4
2	La organización debe tener empleados que den atención personal, a cada uno de los usuarios.	1	2	3	4
3	La organización debe preocuparse de sus mejores intereses.	1	2	3	4
4	Los empleados deben entender las necesidades específicas de uds.	1	2	3	4
5	La organización debe tener horarios de atención convenientes para todos sus usuarios.	1	2	3	4
Elementos tangibles					
1	La organización debe tener equipos de aspecto moderno	1	2	3	4
2	Las instalaciones físicas de la organización, deben ser atractivas.	1	2	3	4
3	Los empleados de la organización deben verse pulcros.	1	2	3	4
4	Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos para la organización	1	2	3	4

## Encuesta de satisfacción al usuario

Contestar las siguientes preguntas:

1= Muy en insatisfecho

2= Insatisfecho

3= Satisfecho

4= Muy satisfecho

Ítem	1	2	3	4
1. Estoy satisfecho con las actividades que se realizan para el servicio que se me brinda.				
2. El servicio otorgado cumplió con mis necesidades y expectativas solicitadas.				
3. Considero que existen expectativas adicionales respecto al servicio que se me brindó				
4. La organización cuenta con el personal capacitado para brindar un servicio adecuado.				
5. Se me informa sobre el tiempo en que se realizará el servicio.				
6. El tiempo de realización del servicio es el adecuado.				
7. El personal cuenta con los recursos suficientes para llevar a cabo su trabajo.				
8. Los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes.				

9. La atención que recibo sobre el servicio satisface mis necesidades.				
10. La comunicación con el personal que me brinda el servicio es eficiente.				
11. La disposición del personal que me brinda el servicio es adecuada.				
12. En general, me encuentro satisfecho con el servicio que se me brinda.				

Anexo 2: Matriz de consistencia

<b>DISEÑO TEÓRICO</b>			
<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>
<p>¿Cómo impacta la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>Cuantificar el grado de impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</p>	<p><b><u>Ha:</u></b></p> <p>La calidad de servicio tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</p>	<p><b>Variable Independiente:</b></p> <p>Calidad de servicio</p>
	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuantificar el grado de impacto de la fiabilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>2. Cuantificar el grado de impacto de la sensibilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>3. Cuantificar el grado de impacto de la seguridad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>4. Cuantificar el grado de impacto de la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>5. Cuantificar el grado de impacto de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> </ol>	<p><b>H0:</b></p> <p>La calidad de servicio no tiene impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC..</p>	<p><b>Variable Dependiente:</b></p> <p>Satisfacción del usuario</p>

Anexo 3: Otros

FORMATOS COMPLEMENTARIOS

Nº 1 - FICHA TÉCNICA

<b>Nombre Original del instrumento:</b>	Instrumento de medición de la calidad de servicio
<b>Autor y año:</b>	<b>ORIGINAL: Zeithaml A., Parasuraman A. y Leonard L.</b>
	<b>ADAPTACIÓN:</b>
<b>Objetivo del instrumento:</b>	Medir el grado de calidad de servicio
<b>Usuarios:</b>	Usuarios de la organización
<b>Forma de Administración o Modo de aplicación:</b>	Encuesta
<b>Validez:</b>  (Presentar la constancia de validación de expertos)	
<b>Confiabilidad:</b>  (Presentar los resultados estadísticos)	

## ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE INSTRUMENTO “CALIDAD DE SERVICIO”

### Validez:

La validez está destinada a demostrar cuan eficiente es un instrumento en la medición de un constructo que está diseñado a evaluar. Para la validación de este instrumento se utilizó el método de constructo.

- **Validez de constructo:**

#### Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de	,919	muestreo
Prueba de esfericidad de Aprox. Chi-cuadrado	1544,395	
Bartlett	gl	231
	Sig.	,000

De la prueba de KMO y Bartlett, la medida es de 0.919 y es mayor a 0.5; además la significancia es de 0.000, por lo que los datos son válidos.

### Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	17,087	77,670	77,670	17,087	77,670	77,670	5,427	24,667	24,667
2	,558	2,537	80,207	,558	2,537	80,207	3,764	17,110	41,777
3	,522	2,371	82,578	,522	2,371	82,578	3,732	16,961	58,738
4	,441	2,006	84,584	,441	2,006	84,584	3,445	15,659	74,397
5	,411	1,867	86,450	,411	1,867	86,450	2,652	12,053	86,450
6	,395	1,796	88,246						
7	,358	1,626	89,872						
8	,301	1,368	91,240						
9	,274	1,245	92,485						
10	,252	1,144	93,629						
11	,235	1,067	94,696						
12	,181	,821	95,518						
13	,175	,796	96,314						
14	,153	,698	97,011						
15	,139	,630	97,641						
16	,119	,540	98,181						
17	,114	,517	98,698						
18	,086	,389	99,087						
19	,070	,316	99,403						
20	,061	,277	99,681						
21	,045	,205	99,886						
22	,025	,114	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

**Matriz de componente rotado<sup>a</sup>**

	Componente				Elementos intangibles
	Fiabilidad	Sensibilidad	Seguridad	Empatía	
P22	,703				
P8	,667				
P21	,658				
P15	,635				
P9	,630				
P16	,608				
P7	,594				
P1	,532				
P10	,487				
P20		,689			
P12		,640			
P3		,617			
P5		,537			
P14			,710		
P19			,706		
P17			,602		
P18				,662	
P2				,572	
P13				,514	
P4					,644
P11					,580
P6					,551

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser. a.

La rotación ha convergido en 23 iteraciones.

La estructura factorial de los elementos de las 5 dimensiones fueron examinadas a través del análisis de ítem test, se ha correlacionado cada uno de los ítems que forman cada dimensión con el total. En la siguiente tabla se expresa los resultados que indica la validez de cada reactivo de las variables Calidad de servicio



### Confiabilidad:

Se define como la consistencia de una medida, es decir el grado en que una serie de medidas está libre de varianzas de error al azar. La buena fiabilidad de un instrumento exige controlar lo mejor posible las condiciones externas e internas que pueden influir en las puntuaciones. La confiabilidad del instrumento de Calidad de servicio fue analizada con el método de consistencia interna y el resultado de confiabilidad según el coeficiente alfa de Crombach fue de 0.998; esto indica que la confiabilidad del instrumento es muy alta.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,772	,998	23

### Estadísticas de elemento

En el siguiente cuadro vamos a observar el promedio de las respuestas por cada ítem de la encuesta y su desviación estándar.

#### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P1	3,9091	1,92712	55
P2	3,5455	1,89364	55
P3	4,0000	2,00924	55
P4	4,2727	1,82020	55
P5	3,6727	2,00050	55
P6	4,5455	1,84409	55
P7	3,6727	2,03720	55
P8	4,2727	1,82020	55
P9	4,5091	1,98953	55
P10	3,5091	2,30034	55
P11	4,0909	1,88829	55
P12	4,5818	2,21686	55

P13	4,8727	1,82630	55
P14	4,0182	1,97663	55
P15	4,5273	2,10691	55
P16	4,3091	1,78339	55
P17	3,8909	1,88240	55
P18	3,8909	1,62928	55
P19	4,1273	1,82630	55
P20	3,9091	2,19657	55
P21	4,2545	2,08361	55
P22	4,3273	1,94417	55
Calidad de servicio	90,7091	42,02895	55

## ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL INSTRUMENTO “SATISFACCIÓN DEL USUARIO”

### Validez:

La validez está destinada a demostrar cuan eficiente es un instrumento en la medición de un constructo que está diseñado a evaluar. Para la validación de este instrumento se utilizó el método de constructo.

- **Validez de constructo:**

### Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,950
Prueba de esfericidad de Aprox. Chi-cuadrado		634,854
Bartlett	gl	66
	<u>Sig.</u>	<u>,000</u>

### Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado
	Total	% de varianza	% acumulado	Total % de varianza % acumulado

1	8,89	74,095	74,095	8,891	74,095	74,095
	1					
2	,479	3,989	78,085			
3	,456	3,801	81,886			
4	,381	3,172	85,058			
5	,365	3,045	88,102			
6	,302	2,519	90,621			
7	,283	2,362	92,984			
8	,237	1,978	94,961			
9	,203	1,694	96,655			
10	,179	1,494	98,149			
11	,112	,935	99,084			
12	,110	,916	100,000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

La estructura factorial de los elementos fueron examinadas a través del análisis de ítem test, se ha correlacionado cada uno de los ítems que forman el total. En la siguiente tabla se expresa los resultados que indica la validez de cada reactivo de las variables Satisfacción del usuario.

<b>N° ITEM</b>	<b>Satisfacción del usuario</b>
<b>1</b>	0.930
<b>2</b>	0.844
<b>3</b>	0.839
<b>4</b>	0.862
<b>5</b>	0.866
<b>6</b>	0.869
<b>7</b>	0.862
<b>8</b>	0.834
<b>9</b>	0.842
<b>10</b>	0.887
<b>11</b>	0.862
<b>12</b>	0.829

*Nota: Aplicada a 55 usuarios*

### Confiabilidad:

Se define como la consistencia de una medida, es decir el grado en que una serie de medidas está libre de varianzas de error al azar. La buena fiabilidad de un instrumento exige controlar lo mejor posible las condiciones externas e internas que pueden influir en las puntuaciones. La confiabilidad del instrumento de Satisfacción del usuario fue analizada con el método de consistencia interna y el resultado de confiabilidad según el coeficiente alfa de Crombach fue de 0.982; esto indica que la confiabilidad del instrumento es muy alta.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,783	,982	12

### Estadísticas de elemento

En el siguiente cuadro vamos a observar el promedio de las respuestas por cada ítem de la encuesta y su desviación estándar.

#### Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P1	2,9273	,93995	55
P2	2,0545	,62118	55
P3	2,1091	,68510	55
P4	1,8909	,56676	55
P5	2,2727	,82674	55

P6	1,8727	,84007	55
P7	2,4000	,70972	55
P8	1,6364	,64875	55
P9	1,7091	1,03051	55
P10	2,4364	,81112	55
P11	2,6364	1,25261	55
P12	1,4182	,65802	55
Satisfacción del usuario	25,3636	8,68239	55

## Nº 2 - CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Variable independiente: Calidad de servicio	Son los requerimientos que solicita el usuario y que busca cumplir sus expectativas. Kotler (2008)	Encuesta SERVQUAL fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles	Fiabilidad Sensibilidad Seguridad Empatía Elementos tangibles	Desde 1 “deficiente” hasta 4 “muy alto”	Los indicados en el anexo 1	Ordinal
Variable dependiente: satisfacción del usuario	Se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas. Kotler (2008)	Encuesta de José Sotelo para medir la satisfacción del usuario. El instrumento cuenta con 4 dimensiones: expectativas del servicio, tiempo, aspectos tangibles y satisfacción del usuario y cuenta con 12 preguntas.	Expectativas de servicio Tiempo Aspectos tangibles Satisfacción del usuario	1= Muy en insatisfecho 2= Insatisfecho 3= Satisfecho 4= Muy satisfecho	Los indicados en el anexo 1	Ordinal

### N° 3 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
La calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC	<p><b>Problema General:</b> ¿Cómo impacta la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC? <b>Problemas específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo impacta la fiabilidad del usuario en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?</li> <li>• ¿Cómo impacta la sensibilidad en la satisfacción del usuario de la</li> </ul>	<p><b>Hipótesis General:</b> La calidad de servicio impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La fiabilidad impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>•La sensibilidad impacta en la satisfacción del</li> </ul>	<p><b>Objetivo general:</b> Cuantificar el grado de impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantificar el grado de impacto de la fiabilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>• Cuantificar el grado de impacto de la sensibilidad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> </ul>	<p>Calidad de servicio</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<p>Fiabilidad</p> <p>Sensibilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p> <p>Elementos tangibles</p> <p>Expectativas de servicio</p> <p>Tiempo</p> <p>Aspectos Tangibles</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<p><b>Tipo:</b> aplicada</p> <p><b>Métodos:</b> analítico, estadístico y descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> descriptivo correlacional</p> <p><b>Población y muestra:</b> usuarios de la organización Nedley Support SAC, como indica de 55 usuarios</p> <p><b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</b> Instrumento para medir la calidad de</p>

	<p>organización de software Nedley Support SAC?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo impacta la seguridad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?</li> <li>• ¿Cómo impacta la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?</li> <li>• ¿Cómo impactan los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC?</li> </ul>	<p>usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La seguridad impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>•La empatía impacta en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>•Los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantificar el grado de impacto de la seguridad en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>• Cuantificar el grado de impacto de la empatía en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> <li>• Cuantificar el grado de impacto de los elementos tangibles en la satisfacción del usuario de la organización de software Nedley Support SAC.</li> </ul>			<p>servicio y satisfacción del usuario</p> <p><b>Métodos de análisis:</b></p> <p>Uso de tablas en Excel y SPSS 24</p>
--	--	--	--	--	--	---

**Anexo 04: Resultados de encuesta Calidad de servicio Servqual**



Usuario	Fiabilidad					Sensibilidad				Seguridad				Empatía					Elementos Intangibles			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1
2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2
3	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1
4	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1
5	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2
6	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1
7	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1
8	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1
9	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1
10	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
11	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1
12	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1
13	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2
14	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1
15	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
16	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2
17	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
18	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2
19	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2
20	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
21	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3
2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3

2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3
2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3
2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2
2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4

22

23

24

25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45

4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3



**Anexo 05: Resultados de encuesta Satisfacción del usuario**

USUARIO	SATISFACCIÓN DEL USUARIO											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P1	P1	P1
<b>1</b>										0	1	2
	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
<b>2</b>	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1
<b>3</b>	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2
<b>4</b>	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1
<b>5</b>	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
<b>6</b>	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2
<b>7</b>	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2
<b>8</b>	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2
<b>9</b>	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
<b>10</b>	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
<b>11</b>	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2
<b>12</b>	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2
<b>13</b>	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>14</b>	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2
<b>15</b>	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
<b>16</b>	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2
<b>17</b>	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3

<b>18</b>	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2
<b>19</b>	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
<b>20</b>	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3
<b>21</b>	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
<b>22</b>	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2
<b>23</b>	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3
<b>24</b>	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3
<b>25</b>	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2
<b>26</b>	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
<b>27</b>	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
<b>28</b>	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2
<b>29</b>	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
<b>30</b>	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
<b>31</b>	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
<b>32</b>	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
<b>33</b>	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
<b>34</b>	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
<b>35</b>	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
<b>36</b>	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
<b>37</b>	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
<b>38</b>	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
<b>39</b>	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3

<b>40</b>	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
<b>41</b>	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
<b>42</b>	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>43</b>	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
<b>44</b>	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
<b>45</b>	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
<b>46</b>	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
<b>47</b>	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
<b>48</b>	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3
<b>49</b>	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
<b>50</b>	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
<b>51</b>	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
<b>52</b>	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
<b>53</b>	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
<b>54</b>	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
<b>55</b>	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3



## CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA EL DESARROLLO DE TESIS

Yo, Oscar Olaya Vásquez, identificado con DNI 70672139, en mi calidad de representante legal de la empresa/institución Nedley Support SAC, con RUC N°20601609232 ubicada en la ciudad de Trujillo, Perú.

### OTORGO LA AUTORIZACIÓN

A las Sr.(tas) Susan Katherine Chávez Rodríguez, identificado (a) con DNI N° 74206944 y Rosa Magaly Lalangui Roman, identificado (a) con DNI N° 77058501, bachiller (es) del programa de estudios de Administración, para que utilice la siguiente información de la empresa, tener acceso, utilizar información y aplicar instrumentos de recolección de información para la tesis titulada LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020 para obtener el Título Profesional. Adjunto a esta carta la siguiente documentación:  
( ) Ficha RUC.



Oscar Olava Vásquez



### Firma y sello del Representante Legal

**DNI:** 70672139

El bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y Tesis. En caso de comprobarse la falsedad de datos y será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente y así mismo asumirá la responsabilidad antes posible acciones legales que la empresa, otorgante de la información, pueda ejecutar.



**Firma del Bachiller**

**DNI: 77058501**



**Firma del Bachiller**

**DNI: 74206944**



# Reporte de Ficha RUC

NEDLEY SUPPORT S.A.C.  
20601609232

Lima, 22/07/2022

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	39 SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Fecha de Inscripción	26/10/2016
Fecha de Inicio de Actividades	01/11/2016
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0063 - I.R.LA LIBERTAD-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	09/02/2017
Comprobantes electrónicos	FACTURA (desde 09/02/2017),BOLETA (desde 29/03/2018), (desde 17/10/2020)
Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	-
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	6209 - OTRAS ACTIVIDADES DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE SERVICIOS INFORMÁTICOS
Actividad Económica Secundaria 1	- - -
Actividad Económica Secundaria 2	- - -
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	MANUAL
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	44 - 949311038
Teléfono Móvil 2	-
Correo Electrónico 1	oscar_ito105@hotmail.com

Correo Electrónico 2	-				
Domicilio Fiscal					
Actividad Económica Principal	6209 - OTRAS ACTIVIDADES DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE SERVICIOS INFORMÁTICOS				
Departamento	LA LIBERTAD				
Provincia	TRUJILLO				
Distrito	TRUJILLO				
Tipo y Nombre Zona	URB. TORRES ARAUJO				
Tipo y Nombre Vía	---- COSTA RICA				
Nro	231				
Datos de la Persona Natural / Datos de la Empresa					
Fecha Inscripción RR.PP	25/10/2016				
Número de Partida Registral	11304560				
Tomo/Ficha	-				
Folio	-				
Asiento	-				
Origen de la Entidad	NACIONAL				
País de Origen	-				
Registro de Tributos Afectos					
Tributo	Afecto desde	Exoneración			
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta	
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/11/2016	-	-	-	
RENTA 5TA. CATEG. RETENCIONES	01/02/2020	-	-	-	
RENTA - REGIMEN MYPE TRIBUTARIO	01/01/2019	-	-	-	
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	01/02/2021	-	-	-	
SNP - LEY 19990	01/01/2021	-	-	-	
Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD 70672139	OLAYA VASQUEZ OSCAR MANUEL	GERENTE GENERAL	03/05/1992	06/10/2016	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
	URB. TORRES ARAUJO ---- COSTA RICA 231	LA LIBERTAD TRUJILLO TRUJILLO	13 949311038	oscar_ito105@hotmail.com	

Km	-
Mz	-
Lote	-
Dpto	-
Interior	-
Otras Referencias	-
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	OTROS.

Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 42245848	ABANTO ALVA HENRRY FRANK	SOCIO	11/02/1984	29/08/2020	-	25.000000000
	<b>Dirección</b>	<b>Ubigeo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>		
		---	44 949534425	habanto@nedleysupport.com		
	<b>País de Residencia</b>	<b>País de Constitución</b>				
	-	-				
Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 41259125	ABANTO ALVA MARGOT ELIZETH	SOCIO	23/05/1982	29/08/2020	-	25.000000000
	<b>Dirección</b>	<b>Ubigeo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>		
		---	44 995000019	aabanto@nedleysupport.com		
	<b>País de Residencia</b>	<b>País de Constitución</b>				
	-	-				
Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 70672139	OLAYA VASQUEZ OSCAR MANUEL	SOCIO	03/05/1992	06/10/2016	-	50.000000000
	<b>Dirección</b>	<b>Ubigeo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>		
		---	44 949311038	-		
	<b>País de Residencia</b>	<b>País de Constitución</b>				
	-	-				

**Otras Personas Vinculadas**

Dependencia SUNAT: I.R.LA LIBERTAD-MEPECO

Fecha: 22/07/2022

Hora: 17:36

Página 4 de 4



Jefe del área de Servicios  
SUNAT

Sr. Contribuyente, al solicitar el presente Reporte Electrónico, debe tener en cuenta lo siguiente: - La información mostrada corresponde a lo registrado por usted a través de SUNAT Operaciones en Línea.

- El máximo de reportes a ser generados por día es TRES (03). A partir del 4to reporte, se toma el último reporte generado. La generación del reporte en el día siempre muestra los datos registrados hasta el día anterior.
- Es importante que, para efectos de mantenerlo informado sobre sus obligaciones y facilidades, actualice sus datos en el RUC, como correo electrónico, teléfono fijo y teléfono celular.
- Puede validar y visualizar el reporte electrónico generado a través del código QR ubicado en la parte inferior derecha del presente documento o colocando la siguiente dirección en la barra del navegador:

<https://www.sunat.gob.pe/cl-ti-itreporteec-visor/reporteec/reportecertificado/descarga?doc=DtjUP9w5zXZm9sVNYH6j1n0IVxvQdUI1rV37KD167z0NkwSiINHGdYxK1iQQYg2UN2vrEnZzghq8KfKiSnMF3dt%2BUUEf9%2FUjOaJfoarFSY%3D>



### MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Título de la investigación:**

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”

**Línea de investigación:**

Gestión de empresas

**Apellidos y nombres del experto:**

Alcántara More Pat Trish

**El instrumento de medición pertenece a la variable:**

Calidad de servicio

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.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		

**Sugerencias:**

Firma del experto:

### MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Título de la investigación:**

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”

**Línea de investigación:**

Gestión de empresas

**Apellidos y nombres del experto:**

Cortavitarte Rodríguez Jairo

**El instrumento de medición pertenece a la variable:**

Calidad de servicio

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.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		

11

¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?

x

**Sugerencias:**

**Firma del experto:**



### MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Título de la investigación:**

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”

**Línea de investigación:**

Gestión de empresas

**Apellidos y nombres del experto:**

Sotomayor Flores Daviña

**El instrumento de medición pertenece a la variable:**

Calidad de servicio

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.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		

7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X	
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X	
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x	

Sugerencias:

Firma del experto:



Dawina Schomayer Flor

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

<b>Título de la investigación:</b>	“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”
<b>Línea de investigación:</b>	Gestión de empresas
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	Cortavitaro Rodríguez Jairo
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Satisfacción del usuario

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.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		



3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		

**Sugerencias:**

**Firma del experto:**



### MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Título de la investigación:**

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”

**Línea de investigación:**

Gestión de empresas

**Apellidos y nombres del experto:**

Alcántara More Pat Trish

**El instrumento de medición pertenece a la variable:**

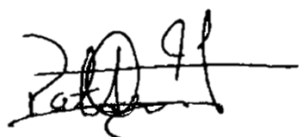
Satisfacción del usuario

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.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		

Sugerencias:

Firma del experto:



## MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

<b>Título de la investigación:</b>	“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA ORGANIZACIÓN DE SOFTWARE NEDLEY SUPPORT SAC, 2020”
<b>Línea de investigación:</b>	Gestión de empresas
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	Sotomayor Flores Daviña
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Satisfacción del usuario

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.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		

**Sugerencias:**

Firma del experto:



Dainá Schomayer Fior