



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
UNIDAD DE POSGRADO

**SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA
EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA
INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA**

**PRESENTADA POR
HERNAN JOSEPH ZURITA RIEGA**

**ASESOR
GENER VÍCTOR ZAMBRANO LOLI**

**TESIS
PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
E-BUSINESS**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
UNIDAD DE POSGRADO

**SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA**
INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA

TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN E-BUSINESS

PRESENTADO POR:
HERNAN JOSEPH ZURITA RIEGA

ASESOR:
MTRO. GENER VICTOR ZAMBRANO LOLI
ID ORCID: 0000-0001-5173-8337

LIMA – PERU

2024

DEDICATORIA

A mi amada esposa por su apoyo
y soporte con mucho cariño y amor,
a mi adorada hija, que con su llegada
iluminó mis días y me motivó a
seguir cumpliendo mis objetivos.

A mis amados padres porque son el motor
de mi vida y una de las razones para seguir adelante.

A mi querida hermana porque siempre
me muestra su apoyo cuando lo necesito.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitir con su bendición
que siga creciendo en mi vida profesional,
a mi asesor por la orientación recibida
para realizar este trabajo de investigación.

ÍNDICE DEL CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE DEL CONTENIDO	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I - MARCO TEÓRICO	17
1.1 Antecedentes de la Investigación	17
1.1.1 Antecedentes Nacionales.....	17
1.1.2 Antecedentes Internacionales	18
1.2 Bases Teóricas.....	20
1.2.1 Bases teóricas de la Primera Variable: Service Desk	20
1.2.1.1 Service Desk	20
1.2.1.2 Dimensión Gestión de Incidencias	23
1.2.1.3 Dimensión Gestión de Requerimientos	25
1.2.1.4 Dimensión Gestión del Nivel de Servicio (SLM)	25
1.2.2 Bases teóricas de la Segunda Variable: Experiencia del Cliente (CX)....	26
1.2.2.1 Experiencia del Cliente (CX)	26
1.2.2.2 Dimensión Satisfacción del Cliente	27
1.2.2.3 Dimensión Lealtad del Cliente.....	28
1.2.2.4 Dimensión Interacción con el Cliente	29

1.3 Descripción de la plataforma tecnológica Service Desk	30
1.3.1 Introducción.....	30
1.3.2 Infraestructura Tecnológica.....	31
1.3.3 Tecnología de Comunicaciones	31
1.4 Definición de términos básicos.....	32
CAPÍTULO II - HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	34
2.1 Hipótesis de investigación	34
2.1.1 Hipótesis General.....	34
2.1.2 Hipótesis Específica.....	34
2.2 Variables y definición operacional	34
2.2.1. Variables	34
2.2.1.1. Variable Independiente: Service Desk	34
2.2.1.2. Variable Dependiente: Experiencia del Cliente (CX).....	35
2.2.2. Operacionalización.....	36
CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1 Diseño metodológico	39
3.1.1. Tipo de Investigación	39
3.1.2. Diseño de Investigación	39
3.2. Población y muestra	40
3.2.1. Población	40
3.2.2. Muestra	41
3.3. Técnicas de recolección de datos	42
3.3.1. Instrumentos	42
3.3.2. Validez	43
3.3.3. Confiabilidad	43
3.4. Procesamiento de Datos	45
3.5. Aspectos éticos	45

CAPÍTULO IV – RESULTADOS	46
4.1 Estadística descriptiva.....	46
4.1.1 Variable Independiente: Service Desk	46
4.1.2 Variable Dependiente: Experiencia del Cliente	50
4.2 Prueba de Normalidad.....	53
4.3 Prueba de Hipótesis	54
CAPÍTULO V – DISCUSIÓN	59
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	64
FUENTES DE INFORMACIÓN	66
ANEXOS.....	72
Anexo 1 Matriz de Consistencia	72
Anexo 2 Cronograma	74
Anexo 3 Instrumento	75
Anexo 4 Ficha de Juicio de Expertos	78
Anexo 5 Encuesta Google Forms.....	83
Anexo 6 Resultados de Encuesta	84
Anexo 7 Proceso de Datos con herramienta SPSS	88
Anexo 8 Propuesta de Plan de Mejora	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización.....	37
Tabla 2 Valores del Cuestionario.....	43
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad de la variable Service Desk.....	44
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad de la variable Experiencia del Cliente	45
Tabla 5 Frecuencias de la variable Service Desk	46
Tabla 6 Frecuencias de la dimensión Gestión de Incidencias.....	47
Tabla 7 Frecuencias de la dimensión Gestión de Requerimientos.....	48
Tabla 8 Frecuencias de la dimensión Gestión del Nivel de Servicio	49
Tabla 9 Frecuencias de la variable Experiencia del Cliente	50
Tabla 10 Frecuencias de la dimensión Satisfacción del Cliente.....	51
Tabla 11 Frecuencias de la dimensión Lealtad del Cliente	52
Tabla 12 Frecuencias de la dimensión Interacción con el Cliente.....	53
Tabla 13 Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smirnov	54
Tabla 14 Correlación entre variables	55
Tabla 15 Correlación entre Service Desk y Satisfacción del Cliente	56
Tabla 16 Correlación entre Service Desk y Lealtad del Cliente	57
Tabla 17 Correlación entre Service Desk e Interacción con el Cliente	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Incremento de incidencias.....	13
Figura 2 Diagrama de Ishikawa (Causa – Efecto)	15
Figura 3 Contribución de Service Desk	21
Figura 4 Ciclo de vida del Servicio	22
Figura 5 Proceso de la Gestión de Incidencias	24
Figura 6 La Onda del Cliente	27
Figura 7 Fórmula de tamaño de muestra	41
Figura 8 Análisis de Confiabilidad de Alfa de Cronbach	44

RESUMEN

La presente tesis tuvo como objetivo principal determinar la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa. El tipo de investigación que se realizó fue de tipo no experimental con enfoque cuantitativo, correlacional y transversal. La muestra representativa estuvo conformada por 86 clientes de la empresa Inka Systems a las cuáles se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por 24 preguntas. El resultado de esta investigación determinó que sí existe relación significativa ($p < 0.001$) entre Service Desk y Experiencia del Cliente con magnitud positiva considerable de acuerdo con el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.851, además se determinó que sí existe relación entre la variable Service Desk y cada una de las dimensiones de la variable Experiencia del Cliente, definidas como Satisfacción del Cliente, Lealtad del Cliente e Interacción con el Cliente, con coeficientes Rho de Spearman superiores a 0.750, el proceso y análisis de los datos recolectados se realizó con el programa estadístico SPSS versión 29. Estos resultados indicaron que mejorar y optimizar las prácticas de Service Desk también mejorará la Experiencia del Cliente en el mismo sentido y magnitud. Esto se debe a que los clientes a través de la encuesta manifestaron la necesidad de mejora en la gestión de sus incidencias y requerimientos para tener una mayor satisfacción y mejorar la lealtad hacia la empresa.

Palabras Clave: Service Desk, Experiencia del Cliente, Satisfacción del Cliente, incidencia, gestión del nivel de servicio.

ABSTRACT

The main objective of this thesis was to determine the relationship between Service Desk and Customer Experience (CX) in the company Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa. The type of research conducted was non-experimental with a quantitative, correlational and cross-sectional approach. The representative sample was made up of 86 clients of the company Inka Systems to which the survey was applied as a technique and the questionnaire made up of 24 questions was used as an instrument. The result of this research determined that there is a significant relationship ($p < 0.001$) between Service Desk and Customer Experience with a considerable positive magnitude according to the value of Spearman's Rho coefficient of 0.851, it was also determined that there is a relationship between the variable Service Desk and each of the dimensions of the variable Customer Experience, defined as Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Customer Interaction, with the values of Spearman's Rho coefficient over 0.750, the process and analysis of the data collected was performed with the statistical program SPSS version 29. These results indicated that improving and optimising Service Desk practices will also improve the Customer Experience in the same sense and magnitude. This is because the customers through the survey expressed the need for improvement in the management of their incidents and requirements in order to have greater satisfaction and improve loyalty towards the company.

Keywords: Service Desk, Customer Experience, Customer Satisfaction, incidence, service level management.

NOMBRE DEL TRABAJO

SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D.

AUTOR

HERNAN JOSEPH ZURITA RIEGA

RECUENTO DE PALABRAS

13332 Words

RECUENTO DE CARACTERES

73838 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

93 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.1MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 28, 2024 12:32 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 28, 2024 12:36 PM GMT-5

● 15% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Biblioteca FIA

Patricia Aurora Rodríguez Toledo
Bibliotecóloga

INTRODUCCIÓN

La empresa Inka Systems, dedicada al desarrollo de software tiene como solución principal su sistema comercial Nimbus el cuál fue desarrollado pensando en resolver los problemas de empresas sobre todo pequeña y mediana, busca lograr una experiencia de cliente satisfactoria a través del uso del software, por lo que a través de los últimos años el incremento de clientes que requieren el uso de dicho sistema se ha incrementado sumado a la necesidad de digitalizar sus negocios.

Antecedentes del Problema

Sánchez y Valles (2021) señalan que “La supresión del registro y la clasificación de incidencias se ha dado porque no se priorizan o categorizan las incidencias y estos llegaban a ser solucionados de acuerdo con el criterio del propio personal técnico de la empresa, ya sea por orden de importancia del área que lo solicita, importancia de la incidencia o tiempos determinados de solución” (p.4).

“Con un determinado sistema de gestión de incidencias se logra minimizar el impacto en los procesos cuando se presenten los inconvenientes debido a la centralización de la información y procedimiento del mismo”. (Lobaton, 2020, p.9).

En los últimos años, la digitalización ha cambiado rápidamente y en los negocios se necesitan sistemas de información para solucionar sus problemas.

García et al. (2021) explican que la pandemia ha aumentado los procesos de la transformación digital no solo en las distintas organizaciones sino también en privadas y empresas del Estado. La digitalización de dichas organizaciones

ayudará a mejorar el marketing y las ventas de las organizaciones y promocionará el teletrabajo y la producción de productos tecnológicos.

El aumento de usuarios en la organización Inka Systems provocó que la atención no sea positiva, generando molestia y descontento en los usuarios ante la solicitud de requerimientos y reporte de errores generados por el sistema. También la situación emocional de los clientes o la necesidad de mejorar sus negocios.

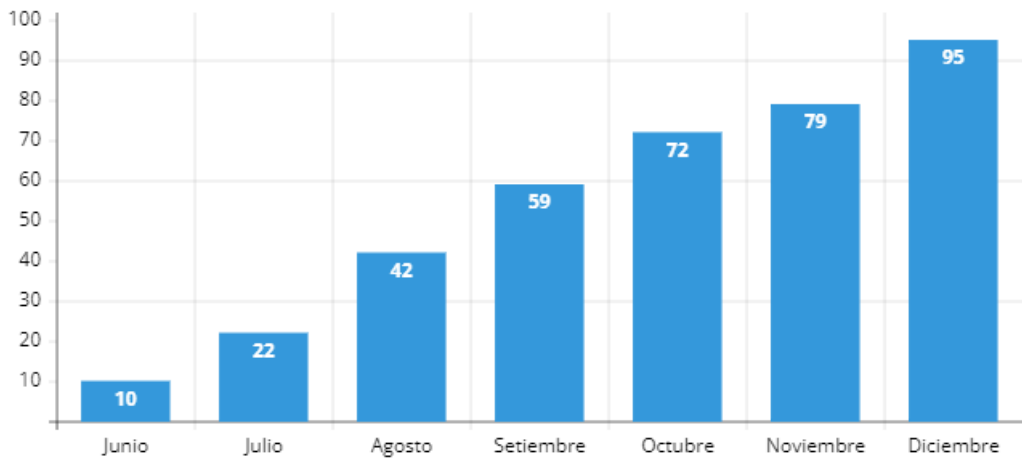
Andrade y Cotrina (2019) explican que “Los clientes exigen los servicios al área de atención de incidencias por teléfono, correo o de forma presencial, estos pueden ser incidencias o requerimientos. La mayoría informa que la atención que reciben no es adecuada y que no tienen experiencia en determinar el proceso que sigue su solicitud”. (p.3).

a) Descripción de la situación problemática

La definición del problema se centra en la empresa definida para esta investigación, existe un incremento considerable de incidencias reportadas por los clientes, las cuáles no pueden ser atendidas correctamente debido a una mala gestión de las mismas, lo cual ocasiona un malestar en el cliente generando una experiencia negativa al no encontrar soluciones adecuadas y rápidas.

Figura 1

Incremento de incidencias en la empresa desde junio del 2023 a diciembre del 2023

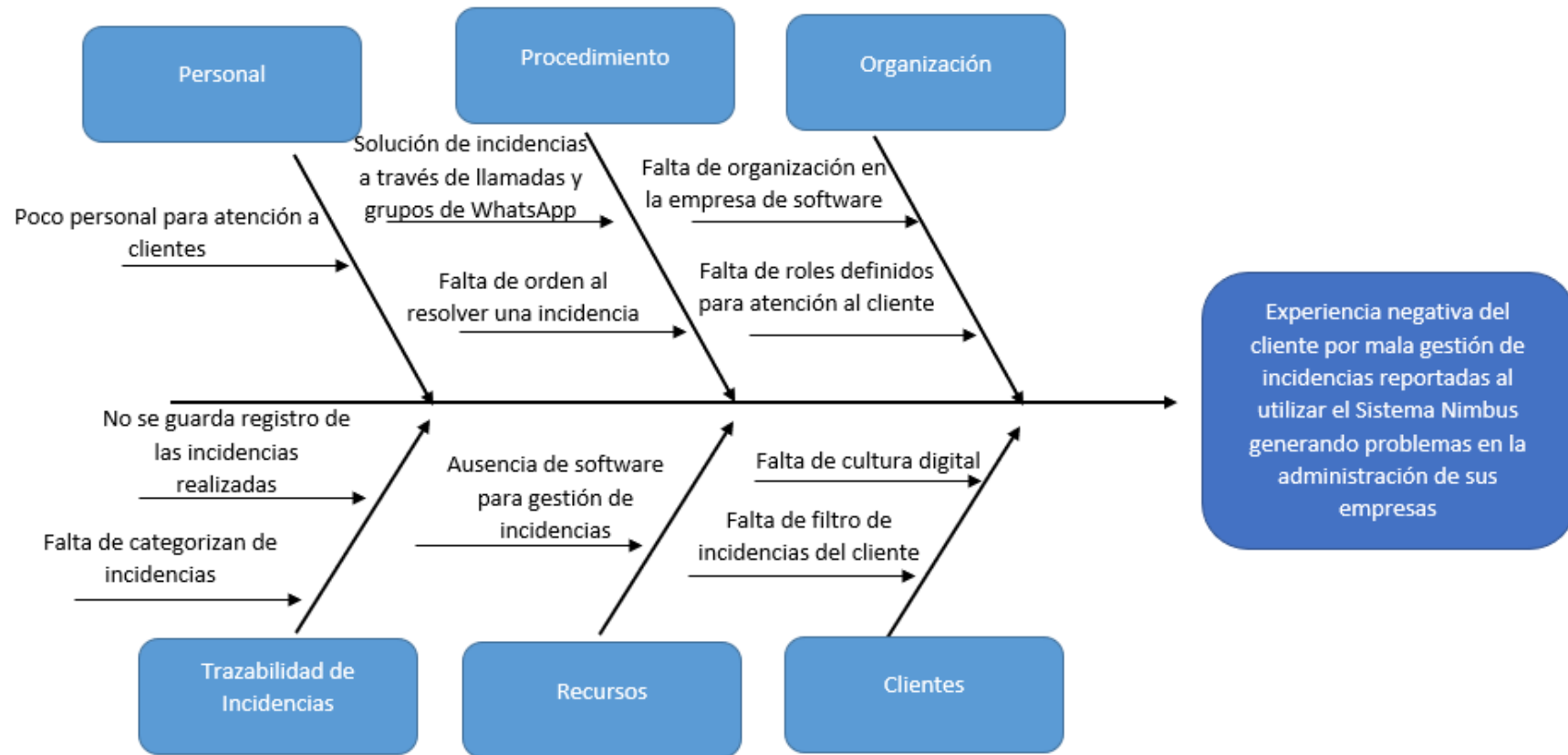


Nota: El gráfico representa el aumento de incidencias en los meses indicados, por eso, en diciembre el número es mucho mayor al de junio.

A continuación, el Diagrama de Ishikawa de Causa – Efecto proporcionará una visión y orientación del problema, identificando cuáles son los factores más importantes que desencadenan la consecuencia y malestar en los clientes por una falta de atención de sus incidencias las cuáles perjudican la producción y ventas en sus respectivas empresas al utilizar el desarrollo de solución.

Figura 2

Diagrama de Ishikawa (Causa – Efecto)



Nota: El diagrama muestra las causas que provocan la experiencia negativa del cliente por la mala administración en la atención de sus incidencias.

Por lo tanto, esta investigación plantea como problema general ¿Cuál es la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa?

Además, plantea como objetivo general determinar la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa.

También plantea como hipótesis principal que existe relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa.

Los problemas y objetivos específicos de esta investigación pueden ser revisados en el Anexo 1.

La comprobación de la hipótesis general de esta investigación generará un nuevo conocimiento, el de proponer una solución de mejora y optimización a la gestión de incidencias generadas por los clientes mientras utilizan desarrollos de solución de software de dicha empresa, apoyado por herramientas digitales.

b) Enfoque y tipo de diseño metodológico, métodos, población y muestra

La investigación tiene la financiación necesaria para su viabilidad, debido a que se realizará de manera virtual utilizando herramientas digitales gratuitas, no involucrará un costo mayor o elevado para su desarrollo.

Además, la investigación también cuenta con los recursos materiales necesarios para recolectar la información necesaria, ya que se utilizará equipos computarizados propios.

La investigación cuenta con limitaciones en primer lugar de alcance geográfico, debido a que abarca el análisis de información de clientes de Arequipa y Lima.

Además, otra limitación a considerar es la duración del estudio al efectuarse en un tiempo limitado condicionado a la disponibilidad de los clientes para colaborar con la recolección de datos, sin embargo, en la selección de los mismos se considera a aquellos clientes más antiguos y de mayor confiabilidad.

c) Estructura de la tesis

Esta tesis está compuesta por 5 capítulos, el primero abarca los antecedentes y definiciones de las variables Service Desk y Experiencia del Cliente además de explorar los conceptos de las dimensiones de ambas variables. El segundo, define la hipótesis general e hipótesis específicas para esta tesis, además, muestra la matriz de operacionalización, el siguiente capítulo explica la metodología que se realizará en esta tesis, además de la definición de la muestra a la cual se aplicará el instrumento para demostrar la hipótesis planteada, el siguiente capítulo muestra los resultados obtenidos del instrumento aplicado, los cuáles son explicados a través de tablas y gráficos para la validación de la investigación, los capítulos finales mostrarán la discusión, conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

CAPÍTULO I - MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

En la tesis para el título de Maestría la propuesta de un Modelo de Service Desk que busca la optimización en las fases de atención para Universidades de la región Lambayeque, el autor indica que el problema fundamental es que el servicio de atención al usuario mediante la gestión de incidencias era pésima, lo que genera déficit económico y una baja satisfacción del personal, teniendo como propósito primordial proponer un modelo de Service Desk para optimizar procesos de atención específicamente en el área de TI. El resultado obtenido pudo determinar la ausencia de elementos de portafolio de TI por lo que con el modelo propuesto se consiguió una mejora en los procesos ya existentes en Tecnologías de Información. (Delgado, 2021, p.18)

En el mismo ámbito de investigación, en la tesis de Maestría el autor “Identifica como problema principal la insatisfacción de los clientes en la atención recibida al momento de realizar consultas y quejas por la empresa minera, determinaron como principal objetivo mejorar la estrategia de atención al cliente a través de la plataforma Service Desk basada en ITIL, lograr una mejor experiencia del cliente en su interacción con la empresa minera, como resultado de esta investigación se logró demostrar estadísticamente que luego de aplicar un proceso de mejora CSI se pudo optimizar la atención de los clientes a través de la gestión de sus tickets de consulta” (Aguirre, 2019, p.21)

Por su parte como indicios de investigación de Experiencia del Cliente el autor “Identificó como problema la poca iniciativa de la organización para lograr una experiencia de cliente satisfactoria, sin productos digitales y poco conocimiento del personal, ante esta premisa determinó fijar como objetivo principal determinar el nivel de experiencia de cliente de la empresa nombrada utilizando la herramienta Customer Journey Map”. (Salinas, 2021, p.3).

1.1.2 Antecedentes Internacionales

En la investigación el autor explica que identificó que los procesos estipulados para la atención al cliente no son los correctos y el amplio tiempo utilizado por áreas administrativas y operativas perjudican la experiencia de los clientes, determinando, así como objetivo general estandarizar y mejorar procesos de los servicios de TI, a través de métricas de rendimiento y con la aplicación de buenas prácticas de ITIL. El resultado concluyó que a través de la elaboración de estrategias alineadas a ITIL el impacto fue muy bueno y de mejora en las áreas de TI de la Estación de Bomberos, a través de Service Desk el registro y atención de incidencias mejoró y así las experiencias de los clientes fueron satisfactorias. (Tipán, 2020).

En el estudio la autora plantea examinar el rol de los empleados de la empresa en la creación de la Experiencia del Cliente, a través de un producto digital o software de atención y administración. Identifica como uno de los puntos bajos de la organización que a pesar de tener un sistema CRM en funcionamiento, no se garantiza que los datos estén disponibles en cualquier momento, además que la calidad de información obtenida de estos datos no sea óptima para las estrategias de la empresa, también identifica distintas

condiciones que influyen en este problema. Como principal objetivo definió a través de su estudio optimizar la experiencia del cliente en la atención de los empleados de la empresa, en la mejora de los productos digitales existentes para estas tareas. Como resultados de la investigación determinó que para proporcionar una mejor experiencia al cliente es necesario tener procesos alineados y claros sobre la gestión de incidencias, además propone una mayor utilización del sistema CRM y otras herramientas internas, orientando también a la automatización de procesos y tareas que actualmente son manuales, recomienda una mayor utilización de los productos digitales y sistemas de información en la organización para mejorar la experiencia del cliente. (Bene, 2020).

Otro antecedente considerado importante es el estudio realizado por Imbug, Ambad & Bujang el propósito primordial es establecer la correlación existente entre la experiencia del cliente y su lealtad en las industrias de telecomunicaciones. Para su evaluación se utilizó el método de encuestas a 248 suscriptores de sus servicios de red. Los resultados obtenidos determinaron que la experiencia del cliente se descompone en 3 dimensiones las cuáles son el conocimiento, el servicio central y el cobro y marcas, las mencionadas dimensiones tienen un impacto considerable en la fidelidad del consumidor con la marca. Además, concluyen a través de sus pruebas que la experiencia del cliente influyó de una manera positiva en su fidelidad a la marca, diseñar correctamente una buena experiencia del cliente garantizará que en este caso las industrias de telecomunicaciones funcionen bien (Imbug et al., 2018).

Además, en otro estudio científico los autores consideran como punto fundamental con el avance de la información que el valor agregado en la atención y servicio al cliente constituye una parte fundamental para su lealtad, en base a esto fijaron su objetivo principal a mejorar los procesos existentes para obtener un nivel de servicio planificado por la entidad en base a la reducción de brechas existentes en todos los ámbitos del servicio proporcionado. Los resultados conseguidos están orientados a mejorar la satisfacción del cliente a gracias a la optimización de los procesos de atención, por lo tanto, determinaron gracias a la aplicación de encuestas que es necesario el diseño del Servicio al Cliente con el objetivo de elevar el nivel y contribuir al buen funcionamiento de su área logística (Herrera-González et al., 2021).

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Bases teóricas de la Primera Variable: Service Desk

1.2.1.1 Service Desk

Service Desk es el único contacto entre proveedor de servicios y sus clientes o usuarios, que debe proporcionar una ruta clara para que los clientes puedan reportar sus problemas, consultas y solicitudes y a partir de estos requerimientos se puedan clasificar y generar respuestas. (ITIL, 2019).

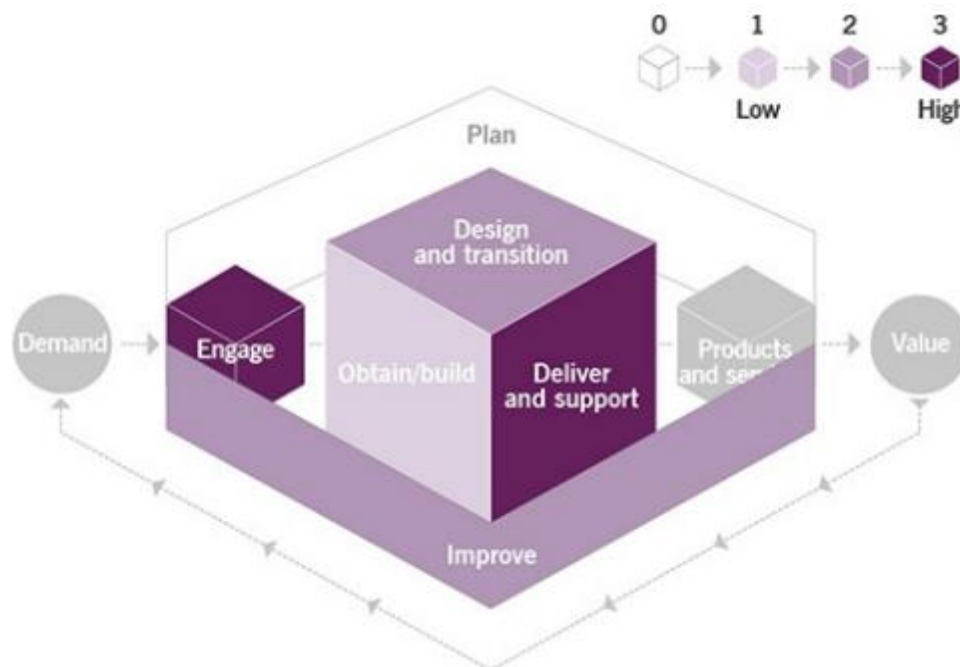
El foco de Service Desk es proporcionar soporte para los clientes a través de una herramienta de software automatizando los procesos y generar una experiencia de cliente satisfactoria. Una meta de Service Desk es disminuir el trabajo de bajo nivel automatizando esos procesos tradicionales. (ITIL, 2019).

Benítez (2018), indica que “Service Desk es una unidad funcional compuesta por personal especializado cuya función es desempeñarse como centro principal de los procesos de soporte. A través de distintos medios como teléfono, software e infraestructura gestiona los incidentes y solicitudes de Servicio de los clientes”. (p. 18).

Baud (2017), resalta “La esencia de un Service Desk de TI e indica que debe proporcionar una estrecha relación entre el cliente y el área de TI para una óptima gestión de las incidencias, proporcionar respuestas a las solicitudes que realicen los clientes, atender sus inquietudes, proporcionar canales de comunicación, entre otros procesos de gestión de servicios” (p. 23).

Figura 3

Contribución de Service Desk a la cadena de valor de actividades



Nota: Adaptado de ITIL Foundation ITIL 4 Edition, por AXELOS, 2019

En 2019, AXELOS define que Service Desk contribuye a la cadena de valor en los siguientes puntos:

- Mejorar, las acciones de Service Desk son retroalimentadas periódicamente por los usuarios.
- Involucrar, promover el compromiso con los usuarios en los factores táctico y operacional.
- Diseño y transición, tiene participación en la planificación de lanzamientos y pruebas.
- Construir, se involucra en la obtención de componentes de servicio.
- Asistencia, en gestión de incidencias y solicitudes de Servicio.

Figura 4

Ciclo de vida del Servicio



Nota: Adaptado de Ciclo de vida del Servicio de AXELOS, 2011. Fuente ITIL v3 Service Operation

1.2.1.2 Dimensión Gestión de Incidencias

El autor indica que incidencia “Es la interrupción no planificada de un servicio o algún reporte de reducción de la calidad del mismo. Además, indica que el objetivo de la gestión de incidencias es minimizar su impacto y evitar que sea negativo a través de una atención rápida y eficiente. Resalta que cada incidencia debe gestionarse correctamente para cumplir con las expectativas del cliente” (ITIL, 2019, p. 44).

Axelos (2019), señala que el proceso de gestión de incidencias usualmente contiene fases importantes: identificar el problema, clasificación, priorizar, diagnóstico preliminar, escalar el problema (en caso sea necesario), resolver y finalizar.

Además, es importante señalar que "El escalamiento de incidentes puede ser funcional o jerárquico, asegurando que los incidentes complejos se manejen con la experiencia adecuada y que la gestión superior esté informada de los problemas críticos" (Haines, 2020).

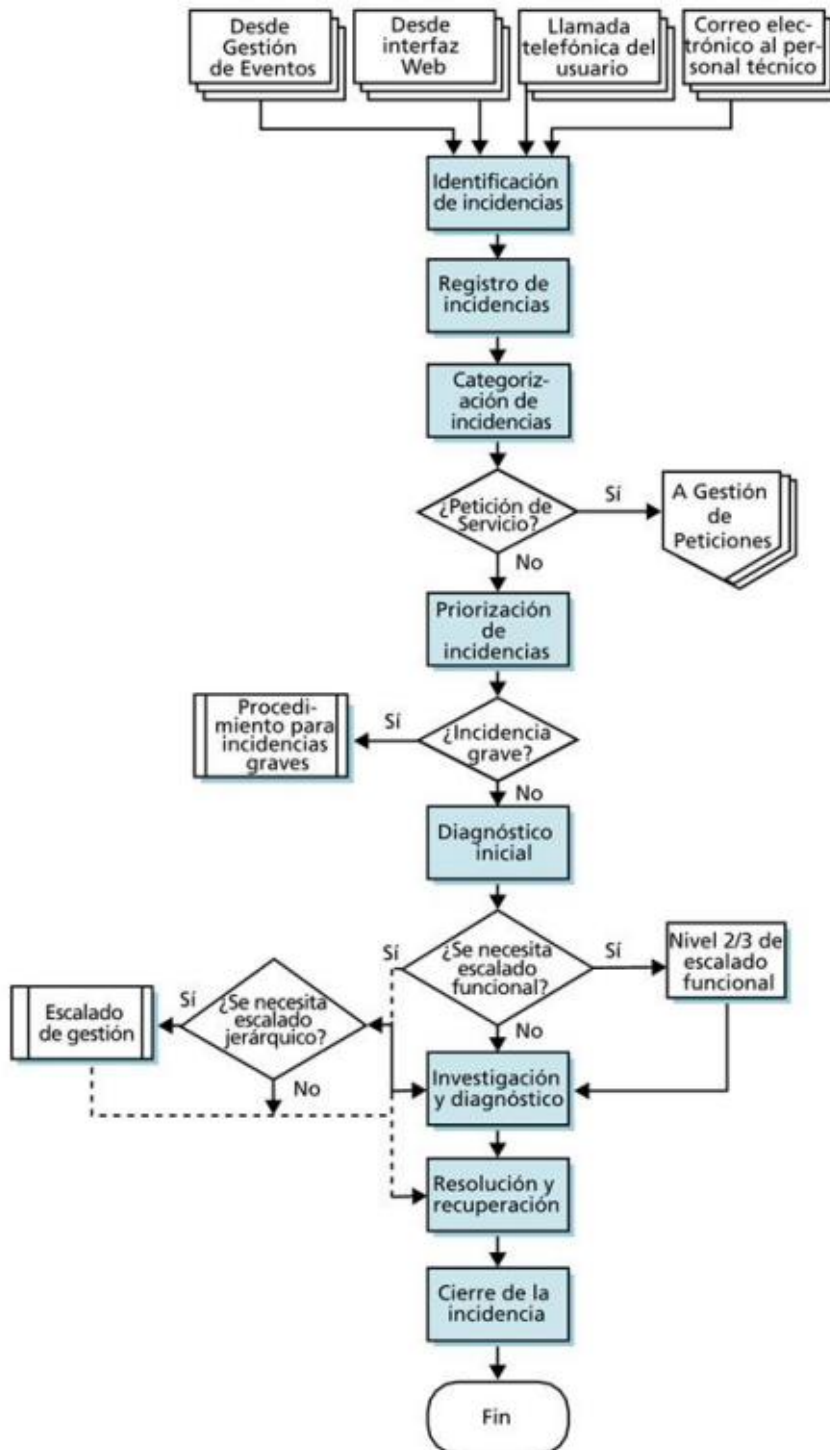
Por lo tanto, es importante que las incidencias se deben organizar y priorizar según la clasificación definida o acordada, con el objetivo de asegurar que las incidencias con mayor impacto se resuelvan primero.

Una buena gestión de problemas reportados puede generar impacto positivo en la experiencia de los clientes, y sobre todo en como los clientes pueden percibir al proveedor de servicios en la atención a sus requerimientos.

El siguiente diagrama refleja correctamente los pasos de la gestión de incidencias, de acuerdo a los conceptos desarrollados anteriormente.

Figura 5

Proceso de la Gestión de Incidencias



Nota. Tomado de “Modelo de gestión de incidencias para mejorar la eficacia de los servicios TI en la Escuela Profesional de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional de Moquegua”, por J. Ninarauqui, 2020, Fuente Repositorio Universidad Continental

1.2.1.3 Dimensión Gestión de Requerimientos

Alfaro (2019), demuestra que “La gestión de requerimientos es importante sobre todo dentro del proceso de desarrollo de software y búsqueda de soluciones, además considera la actividad de revisión de requerimientos de software como un factor fundamental en el ciclo de vida de un desarrollo” (p. 8).

Es importante considerar que, la priorización de requerimientos es fundamental para asegurar que los recursos se apliquen de manera eficiente, enfocándose en los requisitos que proporcionan el mayor valor. (Van Lamsweerde, 2020).

Además, la gestión de requerimientos representa un punto significativo para incrementar la satisfacción del cliente, una verificación correcta y posterior gestión inciden en la calidad del producto final.

La verificación y validación de requerimientos son etapas muy importantes para asegurar que los requisitos sean los correctos, completos y alineados con toda expectativa del cliente. (Robertson & Robertson, 2019).

1.2.1.4 Dimensión Gestión del Nivel de Servicio (SLM)

Axelos (2019), indica que “La gestión de nivel de servicio debe definir los objetivos claros basados en el negocio, garantizar que los servicios ofrecidos se evalúen, sean supervisados y sean gestionados adecuadamente en función a los objetivos de la organización” (p. 55).

Los niveles de servicio sin duda son beneficiosos tanto para el cliente como para el proveedor, porque fijan una guía clara para prestar correctamente los servicios necesarios, además, mejoran la comunicación entre ambas partes.

Los SLA ayudan a enderezar las expectativas entre clientes y proveedores, ya que definen un estándar más claro para calidad del servicio, y sobre todo propone una gestión positiva para la relación entre ambas partes. (Buttle, 2019).

1.2.2 Bases teóricas de la Segunda Variable: Experiencia del Cliente (CX)

1.2.2.1 Experiencia del Cliente (CX)

La Experiencia del Cliente se determina como la apreciación general que un cliente tiene sobre una empresa, en base a todas las interacciones y puntos de contacto que han tenido ambas partes, incluye experiencias anteriores a la compra o prestación del servicio como también a las posteriores, incluye todos los canales de comunicación que han permitido esta relación. (Forrester Research, 2020).

Alcaide et al. (2019), explican que “Hoy en día el cliente exige valor agregado y la experiencia del cliente a través de la transformación digital puede brindarle ese aspecto. Gracias al nuevo marketing y el análisis de datos proporciona información más relevante sobre los clientes para la organización de esta forma poder automatizar y personalizar los requerimientos de los clientes, incluso anticipando cualquier eventualidad, mejorando así la experiencia del cliente y abaratando costos en la organización” (p. 40).

Por lo tanto, se considera a la Experiencia del Cliente como un punto considerable en la relación del usuario y la organización que provee el servicio, luego de la pandemia muchos clientes y usuarios decidieron priorizar las buenas atenciones.

Figura 6
La Onda del Cliente



Nota. Adaptado de La Onda del Cliente, por DEC, 2011, (<https://asociaciondec.org/wp-content/uploads/2019/05/customer-experience-la-onda-del-cliente-1.png>)

1.2.2.2 Dimensión Satisfacción del Cliente

La Satisfacción del Cliente hoy en día, representa un indicador fundamental y crítico en la relación entre consumidor y proveedor, y la forma en

que los servicios o productos de la compañía cumplen o se ajustan a las solicitudes y expectativas del cliente.

Valenzuela et al. (2019), señalan que hoy la satisfacción del cliente es abordar tanto los deseos como las expectativas de los consumidores, es fundamental en los ámbitos de negocios tanto para los clientes que adquieren productos, servicios porque dichos clientes se convertirán en actores preferenciales de la empresa y esto provocará que sigan utilizando dichos servicios además de promocionar los servicios a otros contactos por su buena calidad. (p.19).

Por lo tanto, la satisfacción del cliente es el grado por el cual los servicios o productos de una empresa superan o satisfacen las necesidades del cliente. Determina la lealtad del cliente y sin dudas define el éxito a largo plazo del negocio. (Kotley & Keller, 2021).

Fornell y Mithas (2020), señalan que la Satisfacción del Cliente no solo afecta la fidelidad, sino que también fomenta dos aspectos fundamentales que son la recomendación y la retención, las grandes empresas disfrutan de una mayor rentabilidad y una menor rotación de clientes.

1.2.2.3 Dimensión Lealtad del Cliente

Martelo-Gómez et al. (2020), indican que la lealtad de clientes es una característica de estrategia de marketing creada y practicada con el propósito de lograr la fidelización de los clientes hacia un producto o servicio, a la marca o al punto de venta. Como consecuencia se logra un mejor control de las actividades de la organización y un incremento en la rentabilidad.

Mendoza (2018), indica que la fidelización de los clientes menciona los objetivos:

- La sensibilidad al valor monetario se reduce.
- Aumento de actitudes que demuestran fidelidad al servicio o a la marca que provee el servicio.
- Aumento de ventas.
- Incremento de información importante sobre el cliente, además de permitir un mejor análisis de sus nuevas preferencias.
- Potenciar la detección de nuevos segmentos de clientes. (p.21).

Promover y fortalecer la lealtad del cliente requiere una estrategia unificada que contenga programas de fidelización concretos, personalización de servicios y productos y sobre todo un servicio al cliente excepcional. Señalan que la clave es generar una experiencia consistente y positiva a través de cada punto de contacto. (Zeithaml et al., 2020).

1.2.2.4 Dimensión Interacción con el Cliente

La interacción con el cliente implica la totalidad de canales de comunicación que se establecen entre una organización y sus clientes. Por lo tanto, estas interacciones son vitales para construir una relación sólida entre ambas partes y también para comprender las necesidades y expectativas del cliente. (Smith & Anderson, 2021).

La interacción con el cliente se realiza en varios de los canales de comunicación entre el consumidor del servicio y la organización, tiene vital importancia porque representa una oportunidad fundamental para generar la satisfacción del cliente.

El desarrollo de tecnologías innovadoras y su adopción permite a las empresas personalizar las interacciones con sus clientes, lo cual, proporciona experiencias más relevantes y satisfactorias. La competencia del mercado exige adaptar la comunicación a las solicitudes y preferencias de cada cliente.

(Johnson & Wang, 2022).

Davis y Miller (2021), señalan un punto importante que es el impacto de la interacción con el cliente sobre la experiencia y satisfacción del mismo, por lo tanto, las empresas deben centrar sus esfuerzos en crear interacciones positivas para promover la lealtad del cliente.

En este caso la herramienta de software desempeña una función importante en la interacción con el cliente, debido a que recopilará los datos para ofrecer un mejor servicio de atención a futuro.

1.3 Descripción de la plataforma tecnológica Service Desk

1.3.1 Introducción

Actualmente la empresa Inka Systems cuenta con un sistema llamado Nimbus basado en la nube que gestiona los procesos de negocio de las distintas áreas de sus clientes, por lo tanto, la propuesta de mejora especificada en el Anexo 8, busca agregar como un módulo adicional el modelo de Service Desk, para lograr la integración con las distintas áreas de la empresa.

1.3.2 Infraestructura Tecnológica

La infraestructura en la que se desplegará el Service Desk está basada en la estructura actual del sistema Nimbus y tiene las siguientes características:

Hardware

El servidor que se utiliza es de tipo virtual, alojado en el país de Estados Unidos, tiene una capacidad de almacenamiento de 500 GB y memoria RAM de 256 GB.

Software

El sistema operativo que utiliza el servidor es Ubuntu basado en Linux en la versión 20.04.1 LTS.

Service Desk será implementado utilizando el lenguaje de programación PHP apoyado con Zend Framework y la librería creada por Nimbus llamada Fortia, que posee las características y herramientas necesarias. Para el front end o vista al cliente se utilizarán las tecnologías HTML5 y CSS3 integradas a Nimbus a través del framework indicado.

Base de Datos

El tipo de base de datos es SQL con el gestor de base de datos PostgreSQL. El sistema Nimbus posee una estructura de respaldo y recuperación de base de datos de forma diaria, por seguridad.

1.3.3 Tecnología de Comunicaciones

Permitirá la interacción entre los usuarios y Service Desk, por lo tanto, se consideran las siguientes características:

- Conectividad a internet obligatoria, para asegurar la conectividad desde cualquier lugar.
- Correo Electrónico, fundamental para la generación de tickets de generación y actualización de incidencias o requerimientos.
- Seguridad con protocolos de encriptación SSL / TLS para protección de las comunicaciones entre clientes y modelo de Service Desk.
- Whatsapp Business integrado al modelo de Service Desk.

1.4 Definición de términos básicos

Service Desk

Se define como un punto único de contacto entre el proveedor y el usuario para la administración de incidencias y solicitudes, asegurando que los servicios se implementen de acuerdo a las directrices definidas y garantizando la satisfacción y lealtad del cliente. (Axelos, 2019).

Experiencia del Cliente

Axelos (2019), indica que la experiencia del cliente es la percepción que este tiene sobre las interacciones con el proveedor de servicios, abarca el primer contacto hasta el soporte y servicio constante, generando impacto en satisfacción y lealtad del cliente.

Gestión del Nivel de Servicio (SLM)

Se encarga de establecer, documentar y acordar los niveles de servicio que se deben alcanzar, además de monitorear y notificar el desempeño real con los niveles definidos (Axelos, 2019).

Cadena de valor

Es un modelo conceptual que define la serie de actividades que se requieren para llevar a un servicio o producto desde su fase de diseño y producción hasta su fase de entre y soporte postventa. (Porter & Heppelmann, 2020).

Gestión de Calidad

Se define como un enfoque estratégico que permite un incremento positivo de procesos, servicios y productos, con el propósito de cumplir los requerimientos y solicitudes de los usuarios, además, abarca el liderazgo y participación de los empleados de la organización. (Goetsch & Davis, 2020).

Incidencia

Axelos (2019), indica que una incidencia es la detención no planificada de un servicio o algún reporte de reducción de la calidad del mismo.

Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)

Es el elemento de actuación definido entre el que provee el servicio y el cliente, en el cual se determinan los objetivos en base a los atributos de calidad (Restrepo, 2020, p.2).

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's)

Son herramientas encargadas de permitir a las empresas generar un valor agregado, además buscan ofrecer ventajas ante otras empresas u organizaciones con el objetivo de consolidarse en un mercado general (Bernal-Jiménez & Rodríguez-Ibarra, 2019, p. 85).

CAPÍTULO II - HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Hipótesis de investigación

2.1.1 Hipótesis General

Existe relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

2.1.2 Hipótesis Específica

Primera Hipótesis

Existe relación entre Service Desk y la Satisfacción del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Segunda Hipótesis

Existe relación entre Service Desk y la Lealtad del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Tercera Hipótesis

Existe relación entre Service Desk y la Interacción con el Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1. Variables

2.2.1.1. Variable Independiente: Service Desk

Definición Conceptual: Service Desk sirve como ayuda a los usuarios que están brindando un servicio de soporte o ayuda a los clientes, y que involucra los objetivos de la organización. Además, resalta que gracias a Service Desk se debe lograr una mejor calidad en el servicio y sobre todo satisfacción de los clientes, por lo tanto, es importante realizar un análisis previo a dichos clientes y brindar soporte a través de la herramienta (Benavides, 2020, p.57).

Definición Operacional: Para la variable independiente se han definido 3 dimensiones, gestión de incidencias, gestión de requerimientos y gestión del nivel de servicio.

Las dimensiones mencionadas tendrán indicadores de medición, por lo tanto, para esta investigación se determinó a la encuesta como la técnica a utilizar a través del instrumento cuestionario.

Las preguntas del cuestionario para esta variable se dividen en 4 ítems para la primera dimensión, 4 ítems para la segunda dimensión y 4 ítems para la tercera dimensión, haciendo un total de 12 ítems para la primera variable.

Las respuestas serán valoradas mediante escala de Likert, recogidas de la muestra de la población definida.

2.2.1.2. Variable Dependiente: Experiencia del Cliente (CX)

La experiencia del cliente es la percepción que el cliente tiene frente a cómo una organización o empresa lo trata, por lo tanto, esta percepción afecta el comportamiento del cliente, su lealtad, su recomendación, intención de recompra, etc. (Kavitha, S. & Haritha, P., 2018, p.83).

Definición Operacional: Para la variable dependiente se definieron 3 dimensiones las cuáles son Interacción con el cliente, Satisfacción del cliente y Lealtad del Cliente.

Las dimensiones mencionadas tendrán indicadores de medición, por lo tanto, para esta investigación se determinó a la encuesta como la técnica a utilizar a través del instrumento cuestionario.

Las preguntas del cuestionario para esta variable se dividen en 4 ítems para la primera dimensión, 4 ítems para la segunda dimensión y 4 ítems para la tercera dimensión, haciendo un total de 12 ítems para la segunda variable.

Las respuestas serán valoradas mediante escala de Likert, recogidas de la muestra de la población definida.

2.2.2. Operacionalización

En la Tabla 1 se puede observar la matriz de operacionalización, y en el Anexo 1 se puede apreciar la Matriz de Consistencia.

Tabla 1
Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumento		
Service Desk	Service Desk es el punto de entrada y el único contacto entre el proveedor de servicios y sus usuarios, para capturar la gestión de incidencias y solicitud de servicios, cuyo objetivo es disminuir el trabajo de bajo nivel y brindar una excelente experiencia del cliente cuando se requiere una atención. (Axelos, 2019)	La variable Service Desk se mide a través de un cuestionario, tomando consideración de los indicadores definidos y los ítems establecidos.	Gestión de Incidencias	. Cumplimiento de Incidencias atendidas.	1-4	La técnica que se utilizará para la variable independiente es Encuesta . El instrumento a utilizar para la variable independiente es Cuestionario . Escala ordinal, tipo Likert: Totalmente en desacuerdo		
				. Eficiencia en la resolución de incidencias.			(1)	
				. Mejora de gestión de incidencias.			5-8	En desacuerdo (2)
			Gestión de Requerimientos	. Satisfacción de atención de requerimientos.				Indiferente (3)
				. Capacidad de Respuesta.				De acuerdo (4)
				. Monitoreo y Reporte de SLA.			9-12	Totalmente de acuerdo (5)
			Gestión del Nivel de Servicio	. Comunicación.				
				. Revisión y Mejora.				

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumento
Experiencia del Cliente (CX)	La experiencia del cliente es la percepción que tiene el cliente frente a cómo una organización o empresa lo trata, por lo tanto, esta percepción afecta el comportamiento del cliente, su lealtad, su recomendación, intención de recompra, etc. (Kavitha & Haritha, 2018, p.83)	La variable Experiencia del Cliente (CX) se mide a través de un cuestionario, tomando consideración de los indicadores definidos y los ítems establecidos, buscando determinar por ejemplo la satisfacción y lealtad del cliente entre otros puntos.	Satisfacción del Cliente	. Calidad de Atención . Nivel de Satisfacción	13-16	La técnica que se utilizará para la variable dependiente es Encuesta . El instrumento que se utilizará para la variable dependiente es Cuestionario . Escala ordinal, tipo Likert: Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Indiferente (3)
			Lealtad del Cliente	. Identidad de la Marca. . Fiabilidad del Servicio. . Compromiso con la Marca.	17-20	
			Interacción con el Cliente	. Nivel de Comunicación . Facilidad de Uso . Eficiencia en la Comunicación	21-24	De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de Investigación

El estudio a desarrollar busca el cumplimiento de los objetivos específicos determinados en la investigación, definimos entonces este trabajo en un enfoque cuantitativo.

Hernández et al. (2014), indican que el enfoque cuantitativo es un método de investigación el cuál usa la recolección y aplica análisis de datos numéricos para definir patrones y probar teorías. Un punto importante es que se caracteriza por su precisión y objetividad, facilitando generalizar resultados que se han obtenido a partir de muestras de una determinada población (p.45).

3.1.2. Diseño de Investigación

Para esta investigación el objetivo fundamental es determinar la magnitud de relación entre las variables Service Desk y Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C. de la ciudad de Arequipa, Perú, por lo tanto, el diseño de investigación es no experimental debido a que no aplica manipulación alguna de las 2 variables en este estudio.

Los estudios no experimentales se diferencian de otros tipos de estudio porque observan los fenómenos de manera natural, sin generar tratamiento o manipulación alguna de variables, basándose en la observación de dichas

variables y principalmente en estudios correlacionales y descriptivos. (Hernández et al., 2014, p.152).

Por lo tanto, esta investigación también está en el campo del tipo correlacional dentro del estudio no experimental.

Además, el tipo de investigación es explicativa, gracias a que la investigación busca formar una explicación a la relación y su magnitud que existe entre ambas variables.

Hernández et al. (2014), también indican que los estudios transversales son aquellos que recolectan datos en un solo momento y en un periodo corto de tiempo, y que es útil para determinar correlaciones y patrones en momentos particulares (p.158).

Esta investigación pertenece al estudio transversal.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Arias (2019), señala que la población en un estudio se define como un grupo total de elementos que tienen una característica similar y que por ello son objeto de estudio (p.84).

Para determinar la población de esta investigación, se consideran a los clientes seleccionados de la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., los cuáles, son registrados al momento de iniciar el contrato de software por el servicio del sistema, los cuales tienen las siguientes características:

- Clientes registrados que han contratado el sistema de software Nimbus.
- Clientes que tienen al menos 2 meses de antigüedad.
- Clientes seleccionados que presenten mayor número de incidencias.
- Clientes potenciales que están identificados con el servicio de la empresa.
- Clientes considerados principalmente en las ciudades de Arequipa y Lima.

Por lo tanto, se determina como población a 110 clientes.

3.2.2. Muestra

Martínez y León (2019), definen que la muestra es un grupo de elementos elegidos de una población para representar adecuadamente dicha población, es muy importante para la investigación cuantitativa ya que los datos elegidos permiten hacer generalizaciones de la población (p.112).

Por lo tanto, para esta investigación se consideró un muestreo probabilístico aleatorio simple, el cuál es una técnica que indica que todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Para mayor precisión se empleó la fórmula:

Figura 7

Fórmula de tamaño de muestra

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

Nota: Adaptado de Pérez (2005)

Donde:

n: muestra

N: Población **valor: 110**

Z: Límite de confianza **valor: 1.96**

p: Probabilidad de acierto **valor: 0.5**

q: Probabilidad de error **valor: 0.5**

e: Error de precisión **valor: 0.05**

Al aplicar la fórmula indicada se obtuvo como tamaño de muestra (n) a 86 clientes considerando un nivel de confianza de 1.96, probabilidad de acierto del 5% y probabilidad de error del 5%.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Instrumentos

Para este estudio se determina que la encuesta es la técnica utilizada para la recolección de datos y como instrumento de medición al cuestionario bajo una escala ordinal, considerando que se trata de un estudio cuantitativo.

El cuestionario tendrá 2 partes:

- 12 preguntas para la variable independiente Service Desk.
- 12 preguntas para la variable dependiente Experiencia del Cliente.

De esta forma podremos obtener información inicial a partir de los cuestionarios trabajando los siguientes posibles valores a los ítems del cuestionario:

Tabla 2
Valores del Cuestionario

Categorías	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Nota: Elaboración propia

El instrumento se puede consultar en el Anexo 3 de esta investigación.

El cuestionario fue elaborado en la plataforma Google Forms como se puede apreciar en el Anexo 5.

3.3.2. Validez

La validez del estudio se justifica gracias a las fichas de juicios de expertos, que validaron el cuestionario definido, pueden ser consultadas en el Anexo 4 de esta tesis.

3.3.3. Confiabilidad

El grado de confiabilidad se determina mediante la aplicación del alfa de Cronbach, en el cual se determina los criterios para clasificar las variables definidas en esta investigación.

Figura 8

Análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

Nota: Adaptado de Revista Ensayos Pedagógicos (2018)

En el caso de la primera variable: Service Desk, el resultado indica como Alfa de Cronbach 0.857 tal como se muestra en la Tabla 2, en un número de elementos 12 (en base a las preguntas definidas en el cuestionario para esa variable), y pertenece al rango de Excelente Confiabilidad.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad de la variable Service Desk

Alfa de Cronbach	N de elementos
.857	12

Nota: Elaboración Propia

Para la segunda variable: Experiencia del Cliente (CX), el resultado indica como Alfa de Cronbach 0.823 en un número de elementos 10 tal como se muestra en la Tabla 3, pertenece al rango de Excelente Confiabilidad.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad de la variable Experiencia del Cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
.781	12

Nota: Elaboración Propia

3.4. Procesamiento de Datos

Los datos recopilados gracias a los cuestionarios ejecutados se clasificaron en variables y dimensiones como se puede apreciar en el Anexo 6, luego fueron analizados y procesados mediante el software estadístico SPSS versión 29, puede ser consultado en el Anexo 7, el cual gracias a las tablas de frecuencias y metodologías elegidas permiten procesar dichos datos y generar información importante para esta investigación.

3.5. Aspectos éticos

Para poder utilizar los datos de clientes se ha solicitado una autorización a la empresa INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., la cual brinda todas las facilidades para realizar esta investigación, me comprometo en el correcto uso de dicha información con la privacidad y seguridad de los datos considerados sensibles para dicha organización.

CAPÍTULO IV – RESULTADOS

En este capítulo se presentará el análisis e interpretación de los datos recolectados, en primer lugar, se presentará la estadística descriptiva dividida en las dimensiones definidas en la matriz de operacionalización, en segundo lugar, se realizará la prueba de normalidad y finalmente se realizará la prueba de la hipótesis planteada apoyada en los datos estadísticos realizados.

4.1 Estadística descriptiva

El análisis descriptivo se realizó examinando las dimensiones de cada variable a través de tablas de frecuencia.

Se mantiene la escala original de Likert de 5 categorías definidas en el cuestionario elaborado.

4.1.1 Variable Independiente: Service Desk

Tabla 5
Frecuencias de la variable Service Desk

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
Indiferente	36	41.9	41.9	43.0
De acuerdo	41	47.7	47.7	90.7
Totalmente de acuerdo	8	9.3	9.3	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 5, la categoría con mayor predominio es “De acuerdo” con un 47.7% del total de encuestados, seguido de “Indiferente” con un 41.9% del total, además un 9.3% eligió “Totalmente de acuerdo” y la categoría “En desacuerdo” solo refleja un 1.2%. Estos resultados indican que en su mayoría los clientes tienen una buena percepción sobre Service Desk y sienten la necesidad de mejora en su gestión actual de incidencias y requerimientos, sin embargo, también se refleja una alta tasa de Indiferencia con el 41.9% lo que nos indica que puede existir una falta de información concreta sobre la mejora de gestión de incidencias y requerimientos a través de un mejor servicio.

Por lo tanto, es necesario un análisis en mayor detalle por cada dimensión de la variable independiente.

4.1.1.1 Dimensión Gestión de Incidencias

Tabla 6

Frecuencias de la dimensión Gestión de Incidencias

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
Indiferente	12	14.0	14.0	14.0
De acuerdo	56	65.1	65.1	79.1
Totalmente de acuerdo	18	20.9	20.9	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 6, existe un predominio positivo de la gran mayoría de encuestados respecto a la gestión de incidencias en un Service Desk con un 65.1% “De acuerdo” y 20.9% “Totalmente de acuerdo”, lo que refleja que sienten una necesidad de tener un mejor servicio en la gestión de sus incidencias y ven de forma positiva una actualización a través de Service Desk, también existe una indiferencia minoritaria del 14% que podría indicar una falta de experiencia sobre el impacto de la gestión de incidencias en su experiencia, finalmente no existe oposición con un 0% en las categorías menores.

4.1.1.2 Dimensión Gestión de Requerimientos

Tabla 7

Frecuencias de la dimensión Gestión de Requerimientos

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
Indiferente	46	53.5	53.5	53.5
De acuerdo	26	30.2	30.2	83.7
Totalmente de acuerdo	14	16.3	16.3	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 7, la categoría “Indiferente” es la que predomina con un 53.5%, lo que indica que un considerable número de clientes encuestados no tienen la certeza de mejora de sus requerimientos con una mejora a través de Service Desk, además las categorías “De acuerdo” con un 30.2% y “Totalmente de acuerdo” con un 16.3% representan una percepción positiva de los clientes respecto a una mejora de la gestión de requerimientos actual, finalmente las categorías “Totalmente en desacuerdo” y “En desacuerdo” sin porcentaje indican que no existe percepción negativa de la dimensión.

4.1.1.3 Dimensión Gestión del Nivel de Servicio

Tabla 8

Frecuencias de la dimensión Gestión del Nivel de Servicio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
En desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
Indiferente	14	16.3	16.3	17.4
De acuerdo	64	74.4	74.4	91.9
Totalmente de acuerdo	7	8.1	8.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 8, un 74.4% de la categoría “De acuerdo” es notoriamente predominante, junto con el 8.1% de la categoría “Totalmente de

acuerdo” reflejan que los clientes sienten una necesidad de mejora respecto a los tiempos de atención de sus solicitudes y ven de manera muy positiva la Gestión de Nivel de Servicio a través de Service Desk, con un 16.3% de la categoría “Indiferente” se puede observar un porcentaje menor de indecisión respecto a esta dimensión, finalmente con un 1.2% de la categoría “Totalmente en desacuerdo” y 0% “En desacuerdo” indican que no existe una opinión nula o contraria considerable.

4.1.2 Variable Dependiente: Experiencia del Cliente

Tabla 9
Frecuencias de la variable Experiencia del Cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
Indiferente	21	24.4	24.4	25.6
De acuerdo	57	66.3	66.3	91.9
Totalmente de acuerdo	7	8.1	8.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 9, existe un predominio positivo de la experiencia del cliente a pesar de la situación actual, pero tienen una percepción positiva de mejora, un 66.3% en la categoría “De acuerdo” y un 8.1% en la categoría “Totalmente de acuerdo” así lo indican, un 24.4% en la categoría “Indiferente”

sugiere que hay una oportunidad de mejora, la empresa podría centrarse en este porcentaje para mejorar esta neutralidad, además con un 1.2% bajo demuestra la poca insatisfacción que existe de la experiencia del cliente.

4.1.2.1 Dimensión Satisfacción del Cliente

Tabla 10
Frecuencias de la dimensión Satisfacción del Cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
Indiferente	16	18.6	18.6	19.8
De acuerdo	61	70.9	70.9	90.7
Totalmente de acuerdo	8	9.3	9.3	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 10, existe una percepción positiva de satisfacción con un 70.9% en la categoría “De acuerdo” y un 9.3% en la categoría “Totalmente de acuerdo”, esta información indica que cualquier mejora que se proponga puede ser bien recibida con un impacto positivo adicional al actual, por otra parte, la categoría “Indiferente” tiene un 18.6%, y este podría ser un grupo objetivo de mejora para convertir estos clientes indecisos en satisfechos, finalmente con un 1.2% de la categoría “En desacuerdo”, muestra una baja insatisfacción, que de todas formas con una mejora puede ser revertida.

4.1.2.2 Dimensión Lealtad del Cliente

Tabla 11

Frecuencias de la dimensión Lealtad del Cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
Indiferente	24	27.9	27.9	29.1
De acuerdo	52	60.5	60.5	89.5
Totalmente de acuerdo	9	10.5	10.5	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 11, existe un porcentaje grande entre las categorías “Totalmente de acuerdo” con 10.5% y “De acuerdo” con un 60.5%, pero también existe un porcentaje considerable en las categoría “Indiferente” con un 27.9%, lo cual, se puede interpretar un buen nivel positivo de lealtad general hacia la empresa que indica una base sólida de clientes leales, pero también un grupo objetivo sobre el cuál se debe mejorar que son los indecisos y el 1.2% de la categoría “En desacuerdo” que pueden no estar comprometidos con la empresa.

4.1.2.3 Dimensión Interacción con el Cliente

Tabla 12

Frecuencias de la dimensión Interacción con el Cliente

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	1.2	1.2	1.2
Indiferente	15	17.4	17.4	18.6
De acuerdo	63	73.3	73.3	91.9
Totalmente de acuerdo	7	8.1	8.1	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

Según la Tabla 12, la interacción con el cliente es generalmente muy positiva con un 73.3% que predomina de la categoría “De acuerdo” y un 8.1% de la categoría “Totalmente de acuerdo”, sin embargo existe también un porcentaje considerable de “Indiferente” con un 17.4% y un 1.2% de la categoría “En desacuerdo”, es decir, existe una buena percepción con la interacción actual y la mejora a través de un mejor servicio de atención y gestión de clientes y sus incidencias, pero junto a los porcentajes de indecisos y en desacuerdo también se abre una necesidad de mejora para lograr interacciones más efectivas y satisfactorias.

4.2 Prueba de Normalidad

Se realizó la prueba de normalidad en las variables y sus dimensiones antes de verificar las correlaciones de esta investigación., utilizando Kolmogorov-Smirnov para este caso debido a que la muestra utilizada es mayor igual a 50.

Tabla 13
Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Estadístico	gl	Sig.
I. Service Desk	.147	86	<.001
D. Experiencia del Cliente	.146	86	<.001
I.D1. Gestión de Incidencias	.180	86	<.001
I.D2. Gestión de Requerimientos	.154	86	<.001
I.D3. Gestión de Nivel de Servicio	.213	86	<.001
D.D1. Satisfacción del Cliente	.152	86	<.001
D.D2 Lealtad del Cliente	.123	86	.002
D.D3 Interacción del Cliente	.151	86	<.001

Nota. Procesado en SPSS v.29, donde I = Variable Independiente, D = Variable Dependiente y D = Dimensión

Según la Tabla 13, se tiene una distribución no paramétrica, no normal, debido a que el valor de Significancia (Sig.) es menor que 0.05, por lo tanto, se utilizará la prueba Rho de Spearman para evaluar las correlaciones en la prueba de hipótesis.

4.3 Prueba de Hipótesis

Hipótesis General: Existe relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Tabla 14
Correlación entre variables

			Service Desk	Experiencia del Cliente
Rho de Spearman	Service Desk	Coeficiente de correlación	1.000	.851
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	86	86
	Experiencia del Cliente	Coeficiente de correlación	.851	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	86	86

Nota. Elaborado por el autor

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 14, se observa que **sí existe relación** entre las variables Service Desk y Experiencia del Cliente y es **significativa** debido a que el Sig. (bilateral) es <.001 y este es menor a 0.05, además, presenta un valor Rho de Spearman de 0.851 el cual indica según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) que la relación entre ambas variables es **positiva considerable**, eso quiere decir que, mejorar las prácticas de Service Desk también mejorará la Experiencia del Cliente en el mismo sentido y magnitud.

Primera Hipótesis Específica: Existe relación entre Service Desk y la Satisfacción del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Tabla 15*Correlación entre Service Desk y Satisfacción del Cliente*

			Service Desk	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Service Desk	Coeficiente de correlación	1.000	.823
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	86	86
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.823	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	86	86

Nota. Service Desk se refiere a la Variable Independiente y Satisfacción del Cliente se refiere a la Dimensión 1 de la variable dependiente Experiencia del Cliente.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 15, podemos observar que **sí existe relación significativa** entre la variable Service Desk y la dimensión Satisfacción del Cliente debido a que el Sig. (bilateral) es <.001 y este es menor a 0.05, además, presenta un valor Rho de Spearman de 0.823 el cual muestra que la relación entre ambas variables es **positiva considerable**, eso quiere decir que, mejorar la gestión de incidencias y requerimientos a través de Service Desk tiene un impacto considerablemente positivo en la satisfacción del cliente.

Segunda Hipótesis Específica: Existe relación entre Service Desk y la Lealtad del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Tabla 16
Correlación entre Service Desk y Lealtad del Cliente

			Service Desk	Lealtad del Cliente
Rho de Spearman	Service Desk	Coeficiente de correlación	1.000	.772
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	86	86
	Lealtad del Cliente	Coeficiente de correlación	.772	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	86	86

Nota. Service Desk se refiere a la Variable Independiente y Lealtad del Cliente se refiere a la Dimensión 2 de la variable dependiente Experiencia del Cliente.

Interpretación

Según la Tabla 16, podemos observar que **sí existe relación significativa** entre la variable Service Desk y la dimensión Lealtad del Cliente debido a que el Sig. (bilateral) es <.001 y este es menor a 0.05, además, presenta un valor Rho de Spearman de 0.772 el cual indica que la relación entre ambas variables es **positiva considerable**, eso quiere decir que, mejorar la herramienta Service Desk de forma eficiente y bien gestionada tendrá un impacto positivo y significativo en la lealtad de los clientes, lo cual permitirá retener y fidelizar a los usuarios.

Tercera Hipótesis Específica: Existe relación entre Service Desk y la Interacción con el Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa

Tabla 17*Correlación entre Service Desk e Interacción con el Cliente*

			Service Desk	Interacción con el Cliente
Rho de Spearman	Service Desk	Coeficiente de correlación	1.000	.777
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	86	86
	Interacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.777	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	86	86

Nota. Service Desk se refiere a la Variable Independiente e Interacción con el Cliente se refiere a la Dimensión 3 de la variable dependiente Experiencia del Cliente.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 17, podemos observar que **sí existe relación significativa** entre la variable Service Desk y la dimensión Interacción con el Cliente debido a que el Sig. (bilateral) es <.001 y este es menor a 0.05, además, presenta un valor Rho de Spearman de 0.777 el cual indica que la relación entre ambas variables es **positiva considerable**, eso quiere decir que, una mejora en Service Desk está significativamente asociada con una mejor calidad en la interacción con el cliente, resalta que es posible mejorar los canales de comunicación entre el personal y los usuarios.

CAPÍTULO V – DISCUSIÓN

Según el objetivo general, determinar la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa, se puede observar que según los datos obtenidos en la Tabla 14, sí existe una relación significativa entre ambas variables con un coeficiente de relación Rho de Spearman de 0.851 que muestra que la relación es positiva considerable, lo que indica que, Service Desk mejorará la experiencia del cliente en la empresa y que su crecimiento va en el mismo sentido. Este resultado coincide con las conclusiones de Delgado (2021), que indica un impacto positivo de Service Desk para optimizar procesos de atención al cliente gracias a la mejora y optimización de elementos de Tecnologías de Información y lo demuestra con el resultado de procesamiento de Coeficiente de Concordancia W de Kendall significativo ($p = 0.039 < 0.05$) evaluado por 3 profesionales expertos en el área. Además, si no están definidos correctamente los procesos para realizar una correcta atención y resolución de incidencias y requerimientos de los clientes tendrá un impacto negativo en la experiencia del cliente, tal como indica Tipán (2020), mejorar procesos de los servicios de Tecnologías de Información guiados por buenas prácticas de ITIL generaron un impacto muy bueno en la atención de incidencias y lograron que la experiencia del cliente sea satisfactoria. En contraste como menciona Baud (2017), la importancia de Service Desk radica en proporcionar sólida relación entre el cliente y la empresa proveedora de servicios, que de manera óptima gestionen sus incidencias y puedan proporcionar las respuestas esperadas a sus solicitudes, generando una experiencia satisfactoria a sus clientes.

De acuerdo con el primer objetivo específico, determinar la relación entre Service Desk y la satisfacción del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D.

S.A.C., Arequipa, la tabla 15 sustenta una relación significativa, ya que el valor de significancia es < 0.001 y el coeficiente Rho de Spearman de 0.823 indica que la relación es positiva considerable. Esta información está de acuerdo a lo que Aguirre (2019) indica, que estadísticamente logró demostrar que un proceso de mejora CSI pudo optimizar la atención de los clientes gracias a una mejor gestión de sus tickets de consulta, logrando una mayor satisfacción del servicio recibido para atender incidencias y requerimientos. La importancia de determinar esta relación influye en la experiencia del cliente final, y de acuerdo a lo que indican Valenzuela et al. (2019), que hoy la satisfacción del cliente es fundamental en los ámbitos de las empresas tanto para los que adquieren productos como servicios, porque en consecuencia una satisfacción positiva provocará que sigan utilizando dichos servicios y los promocionarán por su buena calidad, esta afirmación se sustenta en la tabla 9 con un 70.9% que está “de acuerdo” con una mejora de la satisfacción del cliente y un 9.3% que está “totalmente de acuerdo”.

En correspondencia con el segundo objetivo específico, determinar la relación entre Service Desk y la lealtad del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa, los resultados de la tabla 16 no solo indican que existe una relación significativa por el valor de significancia bilateral < 0.001 , sino también que esta relación es positiva considerable por el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.772, estos resultados coinciden con lo mencionado por Bene (2020), que como objetivo definió a través de su estudio una mejora en los productos digitales existentes y sobre todo automatización de procesos y tareas que se manejen de forma manual para mejorar y lograr la lealtad del cliente hacia la organización. Además, Imbug et al. (2018), utilizaron el método de encuesta a 248 suscriptores, obteniendo como resultado que la experiencia del cliente se descompone en 3

dimensiones, conocimiento, servicio central y marca, dichas dimensiones impactan directamente en la lealtad del cliente y es necesario diseñar correctamente un Service Desk para garantizar la mejora de dicha Lealtad.

Según el tercer objetivo específico, determinar la relación entre Service Desk y la Interacción con el Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa, los resultados obtenidos en la tabla 17 evidencian que sí existe una relación significativa entre ambos términos y que además esta relación es positiva considerable de acuerdo con el coeficiente Rho de Spearman con un valor de 0.777, esta información y su importancia tienen relación a lo que Smith & Anderson (2021) indican, que la interacción con el cliente comprende todos los puntos de contacto y canales de comunicación que ocurren entre empresa y sus clientes, y que dichas interacciones son vitales para construir una relación sólida entre ambos actores, esta afirmación se manifiesta en la presente investigación en la tabla 11 donde un 73.3% en la categoría “De acuerdo” y un “8.1%” en la categoría “Totalmente de acuerdo”, indicaron que es necesario definir correctamente los canales de comunicación para una mejor interacción entre usuarios y empresa.

CONCLUSIONES

Luego del análisis realizado en la relación entre la variable independiente Service Desk y la variable dependiente Experiencia del Cliente, se concluye que, sí existe relación entre ambas variables y es significativa, además, su magnitud indica que es positiva considerable de acuerdo con el valor del coeficiente Rho de Spearman de 0.851, eso quiere decir que, mejorar y optimizar las prácticas de Service Desk también mejorará la Experiencia del Cliente en el mismo sentido y magnitud. Esto se debe a que los clientes a través de la encuesta manifestaron la necesidad de mejora en la gestión de sus incidencias y requerimientos para tener una mayor satisfacción y mejorar la lealtad hacia la empresa.

Con respecto a Service Desk que es la variable independiente y su relación con Satisfacción del Cliente que es una dimensión de la variable Experiencia del Cliente, se concluye que, sí existe relación y es significativa de acuerdo con el nivel de significancia menor a 0.001 y coeficiente Rho de Spearman de 0.823 que indica que la magnitud de la relación es positiva considerable. Debiéndose esto a que, los clientes encuestados perciben de manera positiva la mejora de servicios de gestión de incidencias y requerimientos para que su satisfacción sea favorable, además de un porcentaje del 18.6% que ve de forma indiferente la situación actual y mejora, y representa un grupo objetivo sobre el cuál se puede trabajar con Service Desk para convertir estos clientes indecisos en clientes satisfechos con el servicio brindado.

En cuanto a la relación entre la variable independiente Service Desk y su relación con la dimensión Lealtad del Cliente, se concluye que, sí existe relación y es significativa de acuerdo con el valor de significancia menor a 0.001, con magnitud positiva considerable de acuerdo con el coeficiente Rho de Spearman de 0.772, esta

información demuestra que los clientes encuestados ven como un punto fundamental la lealtad hacia la empresa a través de percibir un servicio adecuado para atender sus incidencias y requerimientos, que la gestión actual pone en peligro su permanencia de consumidores y que requieren una mejora a través de Service Desk para su fidelización.

Por último, la relación entre la variable independiente Service Desk y la dimensión Interacción con el Cliente, existe y es significativa debido al valor del nivel de significancia menor a 0.001, y su magnitud es positiva considerable como lo indica el coeficiente Rho de Spearman de 0.777, por lo tanto, se considera a la dimensión Interacción con el Cliente como otro de los pilares de la variable Experiencia del Cliente, debido a que, los clientes encuestados manifestaron su necesidad de incrementar los canales de comunicación al momento de reportar sus incidencias y requerimientos, y mejorar la comunicación al momento de saber el estado de sus solicitudes

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., realizar una evaluación de la situación actual respecto a la gestión de incidencias y requerimientos para identificar puntos de mejora, para que al momento de ser implementada una solución se puedan determinar los cambios realizados y la influencia de los mismos en la optimización del servicio.

Se recomienda a la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., la implementación de un plan de mejora de la gestión de incidencias y requerimientos a través de Service Desk, que puede ser consultado en el Anexo 8 de esta investigación, analizando la información obtenida de esta investigación respecto a las distintas dimensiones evaluadas, clasificando las necesidades de los clientes en base su satisfacción, lealtad e interacción.

Se recomienda a la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., fortalecer la relación con el cliente a través de Service Desk, manteniendo y mejorando el porcentaje de clientes satisfechos reflejado en las encuestas de esta investigación e identificando a los clientes indecisos para convertirlos en clientes satisfechos y leales.

Se recomienda a la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., realizar la implementación de Service Desk de forma gradual, agregando un módulo adicional para la gestión de incidencias y requerimientos, definiendo inicialmente los roles que van a participar en esta implementación y realizar las capacitaciones necesarias sobre la nueva herramienta y nuevos procesos definidos.

Se recomienda a la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., realizar mediciones para evaluar el desempeño de la nueva herramienta, establecer métricas

para determinar de qué manera se genera la mejora en relación a la satisfacción del cliente, tiempos de resolución y cantidad de incidencias y requerimientos atendidos eficientemente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, F. (2019). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (7a ed.). Editorial Episteme.
- Aguirre, L. (2019). *Implementación de una estrategia de mejora continua basada en ITIL para mejorar el servicio de Service Desk en una empresa minera*. [Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP.
<https://hdl.handle.net/20.500.14138/2325>
- Alcaide, J., Díez, M., Almarza, C. (2019). *Customer Experience*. ESIC EDITORIAL.
- Alfaro, V. (2019). Un modelo de gestión de requerimientos para minimizar el porcentaje de incumplimiento. *Revista Científica Ciencia y Desarrollo*, 22(1), 1-15. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/1737>
- Andrade, R., & Cotrina, M. (2019). *Diseño e implementación de un Service Desk para el área de Servicio Técnico de la empresa TELVICOM Bajo el Marco de Trabajo*. [Tesis de titulación, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5505>
- Axelos. (2019). *ITIL Foundation: ITIL 4 Edition*. TSO (The Stationery Office).
- Baud, J. (2017). *ITIL V3: Preparación para la certificación ITIL Foundation V3: más de 400 Preguntas-respuestas*. Ediciones ENI.
- Benavides, J. (2020). *Implementación y puesta en marcha de un Equipo de Respuesta ante Incidentes de Seguridad Informática (CSIRT académico) en el Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE basados en ITIL*. [Tesis de Titulación, Universidad de

las Fuerzas Armadas Ecuador]. Repositorio ESPE.

<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/22681>

Benítez, A. (2018). *Implementación de un Service Desk para la gestión de la infraestructura tecnológica para la empresa Alpha Electronics basado en ITIL V3*. [Tesis de pregrado, Universidad Internacional SEK]. Repositorio UISEK.

<http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/526>

Bene, M. (2020). *Customer Experience in B2B SAAS Business*. [Tesis de maestría, Jyväskylä University]. JYX Digital Repository.

<https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/71478>

Bernal-Jiménez, M., & Rodríguez-Ibarra, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 85-96.

Buttle, F. (2019). *Customer Relationship Management*. Routledge.

Davis, K., & Miller, J. (2021). *Customer Experience Management: Building Loyalty Through Positive Interactions*. Wiley.

Delgado, A. (2021). *Propuesta de un Modelo de Service Desk para mejorar el proceso de atención de las Tecnologías de Información para las Universidades Privadas de la Región Lambayeque*. [Tesis de maestría, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3492/1/TM_DelgadoChavarriAnthonyHans.pdf

DEC. (2019). *Customer Experience*. Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente. Obtenido de <https://asociaciondec.org/blog-dec/que-es-el-customer-experience/38130/>

Fornell, C., & Mithas, S. (2020). *Customer Satisfaction and Business Performance: A Meta-Analysis*. *Journal of Marketing*.

Forrester Research. (2020). *Customer Experience Index*.

García-Madurga, M. A., Grilló-Méndez, A. J., & Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>

Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2020). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. Pearson.

Haines, S. (2020). *Service Desk: How to Implement a Successful Help Desk*. CRC Press.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (7a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Herrera-González, Y., Cantero-Cora, H., & Leyva-Cardenosa, E. (2021). Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas en empresas comercializadoras. *Ciencias Holguín*, 27(3), 16-26.

Imbug, N., Ambad, S., & Bujang, I. (2018). The Influence of Customer Experience on Customer Loyalty in Telecommunication Industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(3), 103–116.
<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i3/3909>

ITIL Foundation. (2019). *ITIL Foundation: ITIL 4 Edition*. AXELOS.

Johnson, D., & Wang, L. (2022). *Technology-Driven Customer Engagement: Strategies for Personalized Interaction*. Palgrave Macmillan.

Kavitha, S., & Haritha, P. (2018). A Study on Customer Experience and its Relationship with Repurchase Intention among Telecom Subscribers in Coimbatore District. *International Journal of Management Studies*, 3(3), 83.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.

Lobaton, C. (2020). *Sistemas de gestión de incidencias en sector telecomunicaciones: una revisión de la literatura científica en los últimos 5 años*. [Trabajo de investigación, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <http://hdl.handle.net/11537/24071>

Martínez, J., & León, R. (2019). *Métodos de investigación en psicología*. Editorial Universitaria.

Martelo-Gómez, R., Villabona-Gómez, N., & Bastidas-Gómez, M. (2020). Factores que influyen en la lealtad del cliente en el comercio electrónico del turismo. *Desarrollo Gerencial*, 12(2), 1-24.

- Mendoza, M. (2018). *Modelo de dinámica de sistemas para la evaluación de estrategias de fidelización al cliente*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio UNFV.
<https://hdl.handle.net/20.500.13084/2857>
- Ninaraqui, J. (2020). *Modelo de gestión de incidencias para mejorar la eficacia de los servicios TI en la Escuela Profesional de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional de Moquegua*. [Tesis de Bachiller, Universidad Continental]. Repositorio Universidad Continental.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2020). *The Value Chain and Digital Transformation: How Technologies Are Transforming Business Models*. Harvard Business Review.
- Restrepo, C. (2020). *SLA como garantía de Mejoramiento a la Gestión de Servicios de TI*. [Tesis de Titulación, Universidad Santiago de Cali]. Repositorio USC.
<https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/3697>
- Robertson, S., & Robertson, J. (2019). *Mastering the Requirements Process* (4th ed.). Addison-Wesley.
- Salinas, R. (2021). *Nivel de Experiencia de Cliente de la Empresa Inversiones Sertech S.R.L. Nuevo Chimbote 2021*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72612>
- Sánchez, F., & Valles, M. (2021). Influencia de ITIL V3 en la gestión de incidencias de una municipalidad peruana. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 15(3), 1-19.

Tipán, A. P. (2020). *Estrategia Service Desk Alienado a ITIL para la gestión de servicios de Tecnologías de la Información en el cuerpo de Bomberos de Latacunga*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio UTC. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7238>

Valenzuela, N., Buentello, C., Gómez, L., & Villareal, V. (2019). La atención al cliente el servicio el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON (Gestión Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), 18-24.

Van Lamsweerde, A. (2020). *System Requirements Engineering: A Comprehensive Approach*. Wiley.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE IND.	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa?	Determinar la relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Existe relación entre Service Desk y la Experiencia del Cliente (CX) en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Service Desk	Gestión de Incidencias	<ul style="list-style-type: none"> . Cantidad de Incidencias atendidas. . Eficiencia en la solución de incidencias. . Tiempo de Respuesta. 	<p>1. Tipo de Estudio El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional.</p> <p>2. Diseño de Estudio El tipo de diseño es no experimental.</p> <p>Población</p> <p>3. Tipo de Muestra Se utilizará un muestro probabilístico en el que todos los elementos pueden ser seleccionados.</p> <p>4. Tamaño de Muestra En base a la fórmula de tamaño de muestra se</p>
				Gestión de Requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> . Satisfacción de atención de requerimientos. . Capacidad de Respuesta. 	
				Gestión de Nivel de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> . Monitoreo y Revisión continua. . Comunicación 	

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLE DEP.	DIMENSIONES	INDICADORES	5. Técnicas e instrumentos
¿Cuál es la relación entre Service Desk y la satisfacción del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa?	Determinar la relación entre Service Desk y la satisfacción del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Existe relación entre Service Desk y la Satisfacción del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Experiencia del Cliente (CX)	Satisfacción del Cliente	. Calidad de Atención . Nivel de Satisfacción	La técnica a utilizar será encuesta y el instrumento cuestionario, para ambas variables
¿Cuál es la relación entre Service Desk y la lealtad del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa?	Determinar la relación entre Service Desk y la lealtad del cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Existe relación entre Service Desk y la Lealtad del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa		Lealtad del Cliente	. Identidad de la Marca. . Fiabilidad del Servicio. . Compromiso con la Marca.	
¿Cuál es la relación entre Service Desk y la Interacción con el Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa?	Determinar la relación entre Service Desk y la Interacción con el Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa	Existe relación entre Service Desk y la Interacción del Cliente en la empresa Inka Systems I.T.&S.D. S.A.C., Arequipa		Interacción con el Cliente	. Nivel de Comunicación . Facilidad de Uso . Eficiencia en la Comunicación	

Anexo 2 Cronograma

Se considera un cronograma aproximado para la aplicación de esta investigación:

Actividades	Meses	Mayo 2024				Junio 2024				Julio 2024				Agosto 2023				
		Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Evaluación de la situación de la Empresa																		
Definición de variables aplicación en la empresa																		
Selección de Clientes para Investigación																		
Elaboración de Encuestas																		
Aplicación de Cuestionarios																		
Evaluación de Resultados																		
Generación de Conclusiones																		
Recomendaciones Finales																		

Anexo 3 Instrumento

Encuesta para las variables Service Desk y Experiencia del Cliente (CX)

El siguiente instrumento tiene como propósito conocer cómo se relaciona la variable independiente Service Desk con la variable dependiente Experiencia del Cliente en la empresa INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA

Valores:

- 1- Totalmente en desacuerdo
- 2- En desacuerdo
- 3- Indiferente
- 4- De acuerdo
- 5- Totalmente de acuerdo

No.	ÍTEM					
Variable Independiente Service Desk						
Gestión de Incidencias		1	2	3	4	5
1	Las incidencias que ha reportado han sido atendidas y solucionadas correctamente					
2	Las incidencias que ha reportado han sido solucionadas en el tiempo esperado					
3	Considera importante que un centro de soporte o mesa de servicio solucione eficientemente las incidencias reportadas					
4	Considera importante definir un modelo de gestión para identificar y clasificar cada incidencia					
Gestión de Requerimientos		1	2	3	4	5
5	Los requerimientos que ha solicitado han sido atendidos eficientemente					

6	Los tiempos de respuesta a los requerimientos solicitados son los esperados					
7	Considera importante recibir información clara y detallada del estado de sus solicitudes a través de un Servicio de Atención					
8	Considera que los requerimientos solicitados están correctamente organizados en base a su prioridad de atención					
Gestión de Nivel de Servicio		1	2	2	4	5
9	Actualmente recibe una calidad de servicio consistente en base a sus requerimientos					
10	Considera importante tener acuerdos claros y transparentes sobre los niveles de servicio ofrecidos por un Departamento de Soporte					
11	Considera que actualmente se cumplen los tiempos de respuesta establecidos según el nivel de servicio					
12	Considera que una Mesa de Servicio informaría adecuadamente el estado de su solicitud durante el proceso de resolución					

No.	ÍTEM					
Variable Dependiente Experiencia del Cliente (CX)						
Satisfacción del Cliente		1	2	3	4	5
13	Se encuentra satisfecho con el tiempo de atención de sus incidencias					
14	Se encuentra satisfecho con la calidad de resolución de sus incidencias					
15	Considera que su nivel de satisfacción respecto la atención de sus incidencias mejoraría con un servicio digital mejor estructurado					

16	Considera que su nivel de satisfacción mejoraría si una herramienta digital multifuncional categoriza sus incidencias de una forma más eficiente					
Lealtad del Cliente		1	2	3	4	5
17	Con la calidad de atención actual de sus incidencias y requerimientos, se siente identificado y seguro con la empresa					
18	Recomendaría el servicio de atención de incidencias y requerimientos actual a otros usuarios					
19	Consideraría tener mayor grado de confianza si un modelo de Mesa de Servicio atiende sus incidencias y requerimientos					
20	Considera que una implementación de Mesa de Servicio mejoraría su conexión con nuestra marca y valores de la empresa					
Interacción con el Cliente		1	2	3	4	5
21	El nivel de comunicación para la solución de sus incidencias y requerimientos es eficiente					
22	Considera que los canales de comunicación para la atención de sus incidencias y requerimientos son los adecuados					
23	Mejoraría el nivel de comunicación con la empresa a través de una Mesa de Servicio para la atención de sus incidencias y requerimientos					
24	Considera que implementar una Mesa de Servicio Dedicada con múltiples canales de comunicación mejoraría su experiencia como cliente					

Anexo 4 Ficha de Juicio de Expertos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA						
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO DE SERVICE DESK Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE						
1. DATOS GENERALES						
Nombres y Apellidos: _____						
Grado Académico: _____						
Ocupación: _____						
CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los conceptos.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
6. INTENCIONALIDAD	Las preguntas están orientadas a los objetivos.					
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico y/o científico.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre variables y dimensiones					
9. METODOLOGÍA	Existe conformidad de las prácticas metodológicas con el objetivo de la investigación					

Resultado:) Aplicable () Aplicable luego de corregir () No Aplicable

Observaciones: _____	
Firma	DNI: _____

Lima, ____ de agosto del 2024

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO DE SERVICE DESK Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1. DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos: Frederick Michell Gutierrez Lazarte

Grado Académico: Maestro en Administración y Dirección de Empresas (MBA)


Ocupación: Docente en ESAN, Subgerente PMO

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.					X
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los conceptos.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Las preguntas están orientadas a los objetivos.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico y/o científico.					X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre variables y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Existe conformidad de las prácticas metodológicas con el objetivo de la investigación					X

Resultado: (X) Aplicable () Aplicable luego de corregir () No Aplicable

Observaciones: Ninguna

Firma

 Digitally signed by
FREDERICK MICHELL
GUTIERREZ LAZARTE
Date: 2024.08.27
10:37:44 -05'00'


DNI: 43036741

Lima, 26 de agosto del 2024

- Para salir de la pantalla completa, presiona **Esc**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA						
EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA						
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO DE SERVICE DESK Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE						
1. DATOS GENERALES						
Nombres y Apellidos: <u>Enzo Edir Velásquez Lobatón</u>						
Grado Académico: <u>Magister en Gerencia de Procesos</u>						
Ocupación: <u>Docente en Universidad Nacional de San Agustín</u>						
CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.					X
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los conceptos.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Las preguntas están orientadas a los objetivos.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico y/o científico.					X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre variables y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Existe conformidad de las prácticas metodológicas con el objetivo de la investigación					X

Resultado: (X) Aplicable () Aplicable luego de corregir () No Aplicable

Observaciones: <u>Ninguna</u>	
Firma 	DNI: 43814342

Arequipa, 26 de agosto del 2024

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA						
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO DE SERVICE DESK Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE						
1. DATOS GENERALES						
Nombres y Apellidos: Oscar Juan Jimenez Flores						
Grado Académico: Doctor en Ingeniería de Sistemas						
Ocupación: Docente Universitario						
CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.				4	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los conceptos.					5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					5
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					5
6. INTENCIONALIDAD	Las preguntas están orientadas a los objetivos.					5
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico y/o científico.				4	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre variables y dimensiones					5
9. METODOLOGÍA	Existe conformidad de las prácticas metodológicas con el objetivo de la investigación					5

Resultado: (X) Aplicable () Aplicable luego de corregir () No Aplicable

Observaciones: Instrumento suficiente para su aplicación	
Firma 	DNI: 44086166


Lima, 26 de agosto del 2024

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: SERVICE DESK Y SU RELACIÓN CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE (CX) EN LA EMPRESA INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., AREQUIPA						
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO DE SERVICE DESK Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE						
1. DATOS GENERALES						
Nombres y Apellidos: Jorge Martin Figueroa Revilla Grado Académico: Doctor en Sistemas Ocupación: Docente universitario						
CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los conceptos.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Las preguntas están orientadas a los objetivos.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico y/o científico.				X	

8. COHERENCIA	Existe coherencia entre variables y dimensiones			X		
9. METODOLOGÍA	Existe conformidad de las prácticas metodológicas con el objetivo de la investigación				X	

Resultado: (X) Aplicable () Aplicable luego de corregir () No Aplicable

Observaciones: Ninguna.	
Firma  <small>Jorge Martin Figueroa Revilla Ing. Jorge MARTIN Figueroa Revilla CIP. 50128</small>	DNI: 06722809

Lima, _27 de agosto del 2024

Anexo 5 Encuesta Google Forms

Preguntas Respuestas 87 Configuración

Cuestionario de Experiencia del Cliente

Estimad(a) cliente(a), el siguiente cuestionario busca determinar la relación que existe entre la gestión de incidencias y requerimientos (Mesa de Servicio) y la experiencia del cliente de la empresa INKA SYSTEMS I.T.&S.D. S.A.C., dicho cuestionario es de carácter anónimo y confidencial y será utilizado para fines académicos y de mejora.

Seleccionar la opción que mejor demuestre su opinión, evaluando correctamente el valor de cada opción.

Considerar:

Incidencias: Son problemas o errores que se pueden presentar al momento de utilizar el software desarrollado.

Requerimientos: Son solicitudes que realiza el cliente para actualización o mejora de su sistema.

Service Desk o Mesa de Servicio: es una herramienta multifuncional que brinda soporte al cliente, cuyo punto de entrada puede ser de manera virtual a través de correo, whatsapp, chatbox, etc.

Las incidencias que ha reportado han sido atendidas y solucionadas correctamente

- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Indiferente
- 4. De acuerdo
- 5. Totalmente de acuerdo

Las incidencias que ha reportado han sido solucionadas en el tiempo esperado

Anexo 6 Resultados de Encuesta

Resultados Encuesta Variable Service Desk

ID	Gestión de Incidencias				Gestión de Requerimientos				Gestión de Nivel de Servicio			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4
2	3	2	5	5	3	3	5	2	2	5	2	5
3	3	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3
4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4
5	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	2	3
6	3	3	4	4	2	3	4	2	2	4	2	4
7	3	3	3	5	3	3	5	2	3	4	2	5
8	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	4
9	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	2	5
10	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
11	2	2	4	5	2	2	4	2	1	4	2	4
12	2	2	5	5	2	2	5	1	1	4	1	5
13	3	3	4	5	3	3	3	2	3	4	3	5
14	3	3	3	5	2	2	4	3	3	4	3	4
15	2	2	5	5	2	1	5	2	2	5	2	5
16	2	2	5	5	2	2	5	2	2	5	3	5
17	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
18	2	2	4	4	2	2	4	2	2	5	2	5
19	3	3	5	5	3	3	5	1	2	5	2	5
20	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
21	5	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	4
22	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
24	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
25	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4
26	3	5	1	3	5	5	5	5	4	4	4	4
27	3	2	4	4	3	3	4	2	3	5	3	5
28	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
29	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
30	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
33	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
35	2	3	4	4	2	2	5	1	1	2	1	1
36	3	3	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3
37	5	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2
38	3	2	5	5	3	3	4	3	2	5	3	4
39	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5
40	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
41	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
42	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4
43	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	2	3
44	3	3	4	4	2	3	4	2	2	4	2	4
45	3	3	3	5	3	3	5	2	3	4	2	5
46	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	4
47	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	2	5

48	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
49	2	2	4	5	2	2	4	2	1	4	2	4
50	2	2	5	5	2	2	5	1	1	4	1	5
51	3	3	4	5	3	3	3	2	3	4	3	5
52	3	3	3	5	2	2	4	3	3	4	3	4
53	2	2	5	5	2	1	5	2	2	5	2	5
54	2	2	5	5	2	2	5	2	2	5	3	5
55	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
56	2	2	4	4	2	2	4	2	2	5	2	5
57	3	3	5	5	3	3	5	1	2	5	2	5
58	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
59	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
60	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
61	3	3	5	5	3	2	5	3	2	4	3	4
62	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
63	4	3	5	5	3	4	5	3	3	5	3	3
64	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
67	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4
68	4	3	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3
69	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4
70	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	2	3
71	3	3	4	4	2	3	4	2	2	4	2	4
72	3	3	3	5	3	3	5	2	3	4	2	5
73	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	4
74	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	2	5
75	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
76	2	2	4	5	2	2	4	2	1	4	2	4
77	2	2	5	5	2	2	5	1	1	4	1	5
78	3	3	4	5	3	3	3	2	3	4	3	5
79	3	3	3	5	2	2	4	3	3	4	3	4
80	2	2	5	5	2	1	5	2	2	5	2	5
81	2	2	5	5	2	2	5	2	2	5	3	5
82	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
83	2	2	4	4	2	2	4	2	2	5	2	5
84	3	3	5	5	3	3	5	1	2	5	2	5
85	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5	2	5
86	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	4

Resultados Encuesta Variable Experiencia del Cliente

ID	Satisfacción del Cliente				Lealtad del Cliente				Interacción con el Cliente			
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5
2	2	2	5	5	2	2	5	5	2	1	5	5
3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	5	4	3	2	4	4	2	2	5	4
5	2	2	4	5	3	3	4	5	2	2	5	5
6	3	3	5	3	3	2	4	4	3	3	4	4
7	3	3	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5
8	3	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	5
9	3	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5
10	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4
11	2	2	4	5	2	1	5	5	2	2	4	5
12	1	1	4	5	2	1	4	5	1	1	5	5
13	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
14	3	3	4	5	2	3	4	4	3	3	4	4
15	2	1	5	5	2	2	5	5	2	1	5	5
16	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5
17	3	3	5	5	4	3	5	5	3	3	5	5
18	2	1	5	5	2	1	5	5	3	2	5	5
19	3	3	5	5	3	3	5	4	3	3	5	5
20	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5
21	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
23	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
25	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
26	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
27	3	3	4	5	3	3	5	4	3	2	4	5
28	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4
30	4	5	3	3	5	5	3	3	5	5	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
35	2	2	2	2	2	2	2	3	4	1	1	1
36	2	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2
38	3	3	5	5	3	3	5	5	3	2	5	5
39	4	4	5	5	3	3	5	5	4	3	5	5
40	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4
42	3	3	5	4	3	2	4	4	2	2	5	4
43	2	2	4	5	3	3	4	5	2	2	5	5
44	3	3	5	3	3	2	4	4	3	3	4	4
45	3	3	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5
46	3	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	5
47	3	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5

48	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4
49	2	2	4	5	2	1	5	5	2	2	4	5
50	1	1	4	5	2	1	4	5	1	1	5	5
51	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
52	3	3	4	5	2	3	4	4	3	3	4	4
53	2	1	5	5	2	2	5	5	2	1	5	5
54	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5
55	3	3	5	5	4	3	5	5	3	3	5	5
56	2	1	5	5	2	1	5	5	3	2	5	5
57	3	3	5	5	3	3	5	4	3	3	5	5
58	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5
59	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
60	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
61	3	3	4	5	3	3	5	4	3	4	4	5
62	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
63	3	3	5	5	3	2	4	4	2	3	3	3
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
67	4	4	5	2	4	3	5	5	4	4	4	4
68	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
69	3	3	5	4	3	2	4	4	2	2	5	4
70	2	2	4	5	3	3	4	5	2	2	5	5
71	3	3	5	3	3	2	4	4	3	3	4	4
72	3	3	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5
73	3	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	5
74	3	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5
75	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4
76	2	2	4	5	2	1	5	5	2	2	4	5
77	1	1	4	5	2	1	4	5	1	1	5	5
78	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
79	3	3	4	5	2	3	4	4	3	3	4	4
80	2	1	5	5	2	2	5	5	2	1	5	5
81	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5
82	3	3	5	5	4	3	5	5	3	3	5	5
83	2	1	5	5	2	1	5	5	3	2	5	5
84	3	3	5	5	3	3	5	4	3	3	5	5
85	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5
86	3	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	5

Anexo 7 Proceso de Datos con herramienta SPSS

spss_tesis.sav [ConjuntoDatos3] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida
1	P1	Númérico	2	0	Las incidencias que ha reportado han sido atendidas y solucionadas correctamente	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
2	P2	Númérico	2	0	Las incidencias que ha reportado han sido solucionadas en el tiempo esperado	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
3	P3	Númérico	2	0	Considera importante que un centro de soporte o mesa de servicio solucione eficientemente las incidencias reportadas	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
4	P4	Númérico	2	0	Considera importante definir un modelo de gestión para identificar y clasificar cada incidencia	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
5	P5	Númérico	2	0	Los requerimientos que ha solicitado han sido atendidos eficientemente	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
6	P6	Númérico	2	0	Los tiempos de respuesta a los requerimientos solicitados son los esperados	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
7	P7	Númérico	2	0	Considera importante recibir información clara y detallada del estado de sus solicitudes a través de un Servicio de Atención	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	7	Derecha	Ordinal
8	P8	Númérico	2	0	Considera que los requerimientos solicitados están correctamente organizados en base a su prioridad de atención	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
9	P9	Númérico	2	0	Actualmente recibe una calidad de servicio consistente en base a sus requerimientos	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	5	Derecha	Ordinal
10	P10	Númérico	2	0	Considera importante tener acuerdos claros y transparentes sobre los niveles de servicio ofrecidos por un Departamento de Soporte	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
11	P11	Númérico	2	0	Considera que actualmente se cumplen los tiempos de respuesta establecidos según el nivel de servicio	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
12	P12	Númérico	2	0	Considera que una Mesa de Servicio informaría adecuadamente el estado de su solicitud durante el proceso de resolución	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
13	P13	Númérico	2	0	Se encuentra satisfecho con el tiempo de atención de sus incidencias	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
14	P14	Númérico	2	0	Se encuentra satisfecho con la calidad de resolución de sus incidencias	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
15	P15	Númérico	2	0	Considera que su nivel de satisfacción respecto la atención de sus incidencias mejoraría con un servicio digital mejor estructurado	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	7	Derecha	Ordinal
16	P16	Númérico	2	0	Considera que su nivel de satisfacción mejoraría si una herramienta digital multifuncional categoriza sus incidencias de una forma más eficiente	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal
17	P17	Númérico	2	0	Con la calidad de atención actual de sus incidencias y requerimientos, se siente identificado y seguro con la empresa	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal
18	P18	Númérico	2	0	Recomendaría el servicio de atención de incidencias y requerimientos actual a otros usuarios	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	9	Derecha	Ordinal
19	P19	Númérico	2	0	Consideraría tener mayor grado de confianza si un modelo de Mesa de Servicio atiende sus incidencias y requerimientos	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	6	Derecha	Ordinal
20	P20	Númérico	2	0	Considera que una implementación de Mesa de Servicio mejoraría su conexión con nuestra marca y valores de la empresa	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal
21	P21	Númérico	2	0	El nivel de comunicación para la solución de sus incidencias y requerimientos es eficiente	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	9	Derecha	Ordinal
22	P22	Númérico	2	0	Considera que los canales de comunicación para la atención de sus incidencias y requerimientos son los adecuados	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal
23	P23	Númérico	2	0	Mejoraría el nivel de comunicación con la empresa a través de una Mesa de Servicio para la atención de sus incidencias y requerimientos	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal
24	P24	Númérico	2	0	Considera que implementar una Mesa de Servicio Dedicada con múltiples canales de comunicación mejoraría su experiencia como cliente	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	7	Derecha	Ordinal
25	V1_SD	Númérico	8	0	Variable Independiente Service Desk	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
26	V2_CX	Númérico	8	0	Variable Dependiente Experiencia del Cliente	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
27	V1_D1_GI	Númérico	8	0	Dimensión Gestión de Incidencias	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
28	V1_D2_GR	Númérico	8	0	Dimensión Gestión de Requerimientos	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
29	V1_D3_GN	Númérico	8	0	Dimensión Gestión de Nivel de Servicio	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
30	V2_D1_SC	Númérico	8	0	Dimensión Satisfacción del Cliente	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
31	V2_D2_LC	Númérico	8	0	Dimensión Lealtad del Cliente	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
32	V2_D3_IC	Númérico	8	0	Dimensión Interacción del Cliente	Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala
33	V1_SD_PROM	Númérico	8	0	V. I. Service Desk Promedio	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	11	Derecha	Escala
34	V1_D1_GI_PR...	Númérico	8	0	Gestión de Incidencias PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	10	Derecha	Escala
35	V1_D2_GR_P...	Númérico	8	0	Gestión de Requerimientos PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	12	Derecha	Escala
36	V1_D3_GN_P...	Númérico	8	0	Gestión de Nivel de Servicio PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	12	Derecha	Escala
37	V2_CX_PROM	Númérico	8	0	V.D. Experiencia del Cliente PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	12	Derecha	Escala
38	V2_D1_SC_PR...	Númérico	8	0	Satisfacción del Cliente PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	15	Derecha	Escala
39	V2_D2_LC_PR...	Númérico	8	0	Lealtad del Cliente PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	11	Derecha	Escala
40	V2_D3_IC_PR...	Númérico	8	0	Interacción del Cliente PROM	{1, Totalmente en desacuerdo}...	Ninguna	12	Derecha	Escala

Anexo 8 Propuesta de Plan de Mejora

PLAN DE MEJORA							
Descripción del Proyecto /Objetivo	Tareas / Acciones	Responsable del área	Tiempos	Recursos	Financiación	Seguimiento	Responsable de Seguimiento
Evaluar, realinear y mejorar los procesos de gestión de incidencias y requerimientos actual.	<p>a) Realizar un análisis completo de la situación actual de los procesos de gestión de incidencias.</p> <p>b) Identificar cuellos de botella y qué procesos necesitan ser optimizados.</p> <p>c) Elaborar e implementar estrategias de reorganización de procesos orientadas a mejorar la experiencia del cliente.</p>	Jefe de TI	<p>- Análisis actual de los procesos: 1 semana.</p> <p>- Identificación de procesos y áreas de mejora: 1 semana.</p> <p>- Diseño e implementación de nuevas estrategias: 3 semanas.</p>	<p>Recurso humano: Área o encargado de TI.</p> <p>Herramienta digital actual.</p>	Presupuesto de mejora del área de TI de la empresa.	<p>Realizar reuniones de cumplimiento de objetivos semanales.</p> <p>Realizar informes de avance y mejora semanales luego de cada reunión.</p>	Jefe de Área de TI. Gerente

<p>Diseñar e implementar las herramientas indicadas de Service Desk para la empresa.</p>	<p>a) Evaluar las estrategias obtenidas del punto anterior. b) Diseñar y planificar las herramientas de Service Desk que se utilizarán en la empresa. Gestión de Tickets para incidencias y solicitudes, Gestión de Conocimientos, Reporte de Informes. c) Desarrollo e implementación del módulo Service Desk con las herramientas seleccionadas, como parte del sistema Nimbus. d) Documentar los procesos realizados y generar manuales de capacitación.</p>	<p>Jefe de TI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de estrategias: 1 semana. - Diseño de herramientas de Service Desk: 2 semanas. - Desarrollo del módulo Service Desk: 7 semanas. - Documentar los procesos: 1 semana. 	<p>Recurso Humano: jefe del área de TI, analista de software, programador de software.</p>	<p>Presupuesto para diseño y desarrollo: S/. 2800</p>	<p>Evaluación de cumplimiento de objetivos de desarrollo semanales. Generación de informes luego de cada reunión.</p>	<p>Jefe de Área de TI.</p>
--	--	-------------------	--	--	---	---	----------------------------

<p>Pruebas de las herramientas elaboradas y capacitación del personal.</p>	<p>a) Las pruebas deben ser realizadas sobre un desarrollo beta inicial de desarrollo. b) Elegir un grupo piloto para realizar las pruebas de las herramientas elaboradas. c) Capacitar al personal involucrado en la utilización de las herramientas y la adopción de los nuevos procesos definidos. d) Documentar cada prueba realizada e identificar los ajustes que se necesiten para optimizar las herramientas desarrolladas.</p>	<p>Jefe de TI</p>	<p>- Tiempo de pruebas: 2 semanas. - Documentación de resultados de las pruebas: 1 semana.</p>	<p>Recurso Humano: jefe del área de TI, analista de software, programador de software. Departamento de personal de la empresa designado para las pruebas.</p>	<p>Horas definidas para pruebas y capacitación</p>	<p>Realizar reuniones semanales para evaluar los resultados de las pruebas y capacitaciones.</p>	<p>Jefe de TI Jefe de Recursos Humanos.</p>

Puesta en marca y medición de las herramientas y procesos desarrollados, mejora continua.	<p>a) Definir métricas y KPIs para evaluar el desempeño de las herramientas desarrolladas.</p> <p>b) Evaluar tiempos de resolución de incidencias y requerimientos, satisfacción del cliente, cantidad de tickets abiertos.</p> <p>c) Con los datos obtenidos de la evaluación identificar áreas de mejora.</p> <p>d) Realizar los ajustes necesarios para orientar los procesos a una mejor satisfacción, lealtad e interacción con el cliente para lograr</p>	<p>Gerente Administrativo Jefe de TI</p>	a) Tiempo de medición de KPIs: 2 días cada semana.	<p>Recurso Humano: jefe de TI. Gerente Administrativo</p>	<p>Presupuesto para evaluación y elaboración de métricas: S/.1000</p>	<p>Realizar reuniones semanales para evaluar los resultados de las métricas definidas.</p>	Jefe de TI
---	---	--	--	---	---	--	------------

	una experiencia positiva del cliente.						
--	--	--	--	--	--	--	--