

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de **INGENIERÍA EMPRESARIAL**

“ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA
ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL
SECTOR SERVICIO”

Tesis para optar al título profesional de:

Ingeniera Empresarial

Autores:

Tatiana Katerinne Arribasplata Melendez
Karla Valeria Pereda Garcia

Asesor:

Mg. Ing. Odar Roberto Florian Castillo
<https://orcid.org/0000-0002-5938-8850>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Juan Miguel Deza Castillo	40057428
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Edward Alberto Vega Gavidia	42702476
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Rocio D. Capuñay Puyen	42836141
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico principalmente a Dios por haber sido mi fuente de inspiración y haberme acompañado en todo momento para poder sobresalir de toda dificultad.

A mis padres Marco Arribasplata y Teresa Melendez que, con su apoyo incondicional, amor y enseñanza fueron mis guías y soporte para direccionarme siempre en el camino correcto y estar más cerca del logro de mis metas como profesional y persona.

A mi hermana querida Fiorella Arribasplata por ser mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia y siempre motivarme a explotar mi potencial.

Tatiana Arribasplata.

Este logro se lo dedico a mis padres Carlos Pereda y Pricila Garcia por haberme acompañado en cada etapa de mi vida universitaria procurando mi bienestar y dándome siempre su apoyo y amor incondicional.

A mi hermano menor Joaquín Pereda por siempre sacarme una sonrisa y motivarme.

Karla Pereda

AGRADECIMIENTO

Al término de esta etapa tan importante de nuestras vidas, queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las personas cercanas que forman parte de nuestra vida y a nuestras amistades, porque con su presencia y apoyo nos han alentado para ver más allá de lo alcanzable y crear así una mentalidad de ganadoras como lo tenemos hoy en día, donde sabemos y tenemos claro cuán lejos podemos llegar si nos esmeramos y ponemos siempre adelante nuestros sueños y sobre todo creemos en nosotras mismas.

Asimismo, agradecer a nuestros docentes por brindarnos sus conocimientos y tiempo de calidad, principalmente a nuestro docente de curso y asesor Mg. Lic. Odar Roberto Florián Castillo, por su dedicación, habiendo estado en constante seguimiento hasta obtener un resultado exitoso. Gracias.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	13
1.3. Objetivos	13
1.4. Hipótesis	14
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS	36
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	81
REFERENCIAS	89
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Materiales , Técnicas e Instrumentos de Investigación	30
TABLA 2: Fases establecidas para el proyecto de Investigación.....	35
TABLA 3: MATRIZ FODA.....	41
TABLA 4: MATRIZ EFI DE EPS.SEDACAJ S.A.....	42
TABLA 5: MATRIZ EFE DE LA EPS SEDACAJ S.A.	44
TABLA 6: MATRIZ IE	45
TABLA 7: Resultado de encuestas realizadas	69
TABLA 8: Matriz de Estrategias A	70
TABLA 9: Selección de Criterios para Estrategias	71
TABLA 10: Matriz de Estrategias B.....	71
TABLA 11: Análisis Financiero	78
TABLA 12: Indicadores del Van y Tir.....	79
TABLA 13: Matriz de Consistencia.....	96
TABLA 14: Matriz Operacional.....	97
TABLA 15: Tabla de Costos para implementación de Estrategias Tecnológicas...	103

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1:Gráfico de accionarios de la EPS.SEDACAJ S.A.....	37
FIGURA 2:Organigrama Institucional .EPS SEDACAJ S.A	38
FIGURA 3:Modelo AS-IS del proceso actual de atención al cliente en la empresa EPS.SEDACAJ SA.....	63
FIGURA 4:Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 1 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS.SEDACAJ S.A.	65
FIGURA 5:Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 2 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ SA.	66
FIGURA 6:Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 3 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.	67
FIGURA 7:Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 4 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.	68
FIGURA 8:Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 5 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.	68
FIGURA 9:Prototipo de nuevo Sitio Web para la EPS SEDACAJ S.A.	74
FIGURA 10:Modelo TO-BE del proceso de atención al cliente de la empresa EPS.SEDACAJ S.A.....	76

FIGURA 11: Captura del Sitio Web Actual de la EPS SEDACAJ S.A.....	104
FIGURA 12: Foto. Bach. Tatiana Arribasplata en Instalaciones de la EPS.....	106
FIGURA 13: Bach.Karla Pereda en Instalaciones de la EPS.	106
FIGURA 14: Foto Carnet de visita para Instalaciones de la EPS.....	106
FIGURA 15: Validación de herramientas por juicio de expertos	107

RESUMEN

Esta investigación corresponde al diseño de estrategias tecnológicas para la Empresa SEDACAJ de la ciudad de Cajamarca. El estudio utilizó una metodología de nivel descriptivo, de carácter no experimental, con una muestra por conveniencia no probabilística de 100 usuarios. Para la recolección de datos, se utilizaron: la cédula de cuestionario, la guía de entrevista y la ficha de registro, los mismos que fueron validados por juicio de expertos. Del análisis situacional para la empresa, así como, el resultado de las encuestas y tomando como indicador el NPS, se determinó un nivel satisfacción “aceptable” con un 44% de aceptación, demostrando la necesidad de mejorar el proceso actual de atención al cliente, para lo cual se diseñaron cuatro estrategias orientadas a tecnología.

Para la implementación de las estrategias, se estimó una inversión de S/170 208 soles, determinando su viabilidad y los beneficios financieros, sociales y ambientales en relación al impacto positivo que generará en la organización. Por otro lado, se concluyó que la implementación de estrategias basadas en TIC’s en el proceso de atención al cliente en la empresa en estudio, logran ventajas significativas en cuanto a la eficiencia y eficacia del manejo de actividades involucradas y su relación con los usuarios.

PALABRAS CLAVES: Procesos, Atención al cliente, Estrategias, Tecnología de la Información y Comunicación (TIC’s)

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las estrategias basadas en tecnologías de la información y comunicación (TIC'S) y su evolución a nivel global han logrado un impacto en gran escala en diferentes sectores, principalmente dentro del sector empresarial, en la medida que su correcto uso e implementación facilitan la interpretación de datos, la transferencia de información y la capacidad de análisis de la misma para la toma de decisiones estratégica. Así también, es importante tener en cuenta que el término “estrategia” ocupa una posición fundamental dentro de la gestión de la organización, pues esta influirá directamente en la fijación de objetivos operativos y estratégicos, y por ende las acciones correspondientes a realizar para su logro. Del mismo modo, Pérez & Dressler (2007), mencionan cómo diversos equipos de trabajo que operan en conjunto con nuevas tecnologías han permitido impulsar la digitalización de procesos y la interacción entre usuarios. Es por ello que proveedores mundiales de software Empresarial de Planeación de Recursos (ERP) se han asociado con firmas de consultoría para ofrecer distintas soluciones de negocios a sus clientes. (Saavedra & Tapia, 2013).

Dentro del sector empresarial, países desarrollados como Estados Unidos, Canadá, Suiza, Japón, Corea del Sur, entre otros, han logrado impulsar sus industrias mediante la sistematización de procesos. Asimismo, las TIC'S como herramientas de apoyo facilitan el acceso a la información de diversas áreas, sea: administrativa, de dirección, marketing, RR. HH., finanzas, contabilidad u otra que involucre el negocio, mejorando de esta manera el flujo de comunicación y reestructurando sus actuales modelos de gestión. Un estudio realizado por KPMG Internacional y The Economist, indicó que el 31% de los grandes ejecutivos afirman que en los últimos años se incrementará la apuesta en soluciones relacionadas a las tecnologías de la información, lo cual hará posible una mayor comprensión

de las necesidades y oportunidades de los empleados. Es decir, que la inversión económica en el terreno de las herramientas tecnológicas conlleva que las áreas de trabajo efectúen un mejor análisis y tengan un acercamiento más próximo en torno al aporte del personal. En referencia a ello, Saavedra & Tapia (2013), señalan cómo la existencia de recursos y capacidades organizativas asociadas a las TIC’S logran crear una ventaja competitiva para obtener una mejora significativa dentro de los procesos organizacionales.

A comparación de países desarrollados, en América Latina aún existen brechas digitales a causa a factores socioeconómicos; sin embargo, debido a recientes acontecimientos a raíz de la pandemia COVID-19, cientos de empresas latinoamericanas han optado por invertir e implementar herramientas tecnológicas con el fin de impactar favorablemente a su modelo de negocio. La relación entre los conceptos referentes a “tecnologías de la información y comunicación” y “atención al cliente”, nace a partir de la necesidad de optimizar las actividades y tareas involucradas en los procesos con el fin de atender eficientemente las necesidades de los clientes y/o usuarios. Montoya & Boyero (2012) dan a conocer al área de atención al cliente como un factor esencial en las empresas. A su vez comunican que existen diversas herramientas digitales que tienen como propósito mejorar continuamente la capacidad de respuesta frente a las necesidades del cliente y/o usuario, siendo una de ellas el CRM. Asimismo, sugieren que antes de realizar cualquier implementación; primero se necesita conocer cuál es el direccionamiento que se tiene planeado realizar.

En el Perú cada vez son más las empresas que usan herramientas tecnológicas y de comunicación para impulsar sus ventas y mejorar la calidad del servicio a ofrecer. Añadiendo a lo anterior, en su mayoría las grandes y medianas empresas son referentes para muchos pequeños negocios de cómo aplicar estrategias a través de la implementación de

herramientas basadas en TIC’S como: e-business y e-commerce (negocio y comercio electrónico), e-learning (enseñanza), entre otros. En relación a ello, un estudio realizado por Santana & Aspilcueta (2015), menciona cómo las nuevas tecnologías alineadas a los objetivos estratégicos del negocio logran crear oportunidades aún en tiempos de crisis.

En el ámbito local, muchas empresas del sector servicios establecen como ventaja competitiva el desarrollo de estrategias y planteamientos tecnológicos con el fin de aportar a su organización diferenciación de la competencia, y, más aún, en tiempos de pandemia, donde el uso y manejo de redes sociales es indispensable para asegurar el contacto con los usuarios. Del mismo modo, considerar que muchas empresas tienen recursos limitados y la decisión de invertir en nuevas herramientas implica un costo de oportunidad. Por tanto, la empresa debe formular una estrategia tecnológica integrada en la estrategia global, esto quiere decir estrategias que abarquen: estructura, organización, financiación, crecimiento y tecnología. Gonzáles; García; Caro & Hernández (2014), mencionan que la estrategia debe hacer explícitas las opciones que se adecúen al modelo y cultura de la organización y su éxito o fracaso dependerá de la identificación de oportunidades y puntos críticos.

La Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de Cajamarca (EPS SEDACAJ S.A.), es la principal encargada de proveer el servicio indispensable y básico de agua potable y alcantarillado en las localidades de Cajamarca, San Miguel y Contumazá. Dado que el servicio de agua potable y alcantarillado es una necesidad vital para la comunidad, la empresa realiza todos sus procesos cumpliendo con los estándares de calidad requeridos (ISO 9001). Sin embargo, factores como: la alta demanda del servicio, el manejo de recursos, la aplicación de nuevas herramientas de trabajo y situaciones externas como la presente crisis sanitaria a causa del Covid-19, revelan la necesidad de diseñar estrategias tecnológicas con el fin de brindarle a la empresa, un correcto manejo del proceso

de atención al cliente en conjunto de las actividades operativas relacionadas, llevando una correcta gestión y comunicación en el área comercial de la empresa a fin de resolver cualquier situación que pueda poner en riesgo la conformidad de los usuarios respecto al servicio ofrecido por la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de Cajamarca (EPS SEDACAJ S.A.)

1.2. Formulación del problema

El presente proyecto de investigación tiene como propósito definir alternativas y proponer estrategias que mejoren el proceso actual de atención al cliente respecto al área comercial de la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de Cajamarca (EPS SEDACAJ S.A.), por lo cual se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué estrategias tecnológicas mejoran en proceso actual de atención al cliente, respecto al área comercial de la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca S.A. (EPS SEDACAJ S.A.) 2021?

1.3. Objetivos

El objetivo general del proyecto es: Diseñar estrategias tecnológicas para Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca S.A. (EPS SEDACAJ S.A.) 2021.

Los objetivos específicos son:

- Realizar el diagnóstico situacional de la organización EPS SEDACAJ SA.
- Analizar el modelo actual organizacional de la EPS SEDACAJ SA.
- Examinar el proceso actual de atención al cliente de la EPS SEDACAJ SA.
- Evaluar la viabilidad de la propuesta través de la metodología costo/beneficio.
- Determinar el impacto ambiental de la propuesta de acuerdo a indicadores de desarrollo sostenible.

Determinar el impacto social de la propuesta.

1.4. Hipótesis

De la misma manera, la investigación plantea la siguiente hipótesis: Las estrategias tecnológicas como: La instalación de aplicativos informáticos, el uso de herramientas digitales de apoyo como, sistema de tickets, formularios digitales, y actualizaciones en el sistema actual, mejorará el proceso de atención al cliente de la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca S.A, 2021.

El impacto del presente proyecto se verá reflejado en su post-implementación y ejecución en la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca S.A. (EPS SEDACAJ S.A.) ,por tal motivo, se requiere de un análisis muy minucioso de la situación actual de la empresa y la obtención objetiva de datos , esto se podrá llevar a cabo gracias a la información brindada por el personal ejecutivo de la alta dirección de la Empresa Prestadora de Servicio de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca S.A. (EPS SEDACAJ S.A.) mediante entrevistas , así como la indagación de investigaciones y estudios previos relacionados .

Los antecedentes del presente estudio son:

-Gimeno &Vicente (2010) en su tesis “La influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito”, realizada en la Universidad de Valencia ,tuvo como objetivo ,analizar la relación entre dos factores claves en el diseño organizativo de la empresa: “la tecnología” y “la estrategia”, de esta forma realizó un estudio muy minucioso acerca de cómo la incorporación de las TIC’s en el sector bancario español ha logrado impactar positivamente dentro de estas organizaciones. La metodología utilizada fue cualitativa-descriptiva y presentó

una estructura compuesta por cinco capítulos, para ello se llevó a cabo el análisis de trabajos previos, la consideración de opiniones de expertos y estudios respecto a las TIC's e Internet y su incorporación en nuevos procedimientos relacionados al objeto de estudio. Asimismo, mediante el Método Delphi, se usó una encuesta a expertos académicos y profesionales del sector con el fin de identificar los factores clave en la relación de TIC's y estrategias. Algunas herramientas utilizadas fueron: Análisis de las cinco fuerzas de Porter, matriz de Análisis de Competencias entre los niveles estratégicos y matrices comparativas. Los resultados obtenidos se definieron en tres bloques. Como resultado en el primer bloque, en relación a las TIC's y la banca online, se determinó la relación de ambas variables en la planificación estratégica, sin embargo existieron niveles de discrepancia en cuanto al grado de utilización de las TIC en el control de gestión, control interno y seguimiento del riesgo, donde la mediana obtenida corresponde con un correcto y notable influencia de TIC'S en lo mencionado. Asimismo, se concluyó que la incorporación de nuevas herramientas TIC puede contribuir a la integración de aplicaciones financieras para crear nuevos servicios globales. Respecto al segundo y tercer bloque de resultados se determinó cómo las tecnologías han incrementado la actividad bancaria, mejorando la gestión de información a través de sistemas informáticos que permiten un mayor desempeño y ejercicio de las operaciones que se manejan principalmente en las áreas: administrativa y contable.

-Del mismo modo, Hernández & Oro (2014) en su tesis titulada “Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano” realizada en la Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos" en Cuba, tuvo como objetivo, medir la satisfacción de sus clientes externos en empresas de base tecnológicas, principalmente del sector hidráulico, para así determinar la orientación de la

organización hacia un control de calidad. La metodología de la presente investigación estuvo compuesta por tres fases. La primera fase integrada por 4 etapas, tuvo como objetivo principal, definir las necesidades y expectativas de los clientes externos. La segunda fase denominada "desarrollo y evaluación del cuestionario", se resumió en dos etapas:” la validación estadística del cuestionario confeccionado” y “la evaluación de la satisfacción de los clientes externos de la empresa”. Y como última fase, se definió la de "implementación, control y mejora “, en esta última fase se integraron paulatinamente todas las etapas anteriores, estableciendo una relación para la aplicación de las encuestas PROYQUAL (instrumento de medición de la satisfacción de clientes externos). Como resultado final se obtuvo el ISCE para el período evaluado y para la muestra encuestada, resultando un valor deteriorado (ISCE = -62,25) en la satisfacción del cliente externo, estos análisis permitieron a la empresa tomar medidas correctivas y preventivas ante resultado obtenido.

-Lino & Quimi (2019) en su tesis “Las tecnologías de información y comunicación (tic) y su influencia en la administración de las pequeñas empresas del Ecuador 2017-2018” analizaron la magnitud de la influencia de la falta de aplicación de las TIC en la administración de las pequeñas empresas en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil-Ecuador durante el periodo determinado del 2017 – 2018. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó la investigación descriptiva y explicativa, como técnica para para la obtención de datos se realizó la encuesta a 31 gerentes de Pymes de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil. Finalmente se llegó a la conclusión que las pequeñas empresas no realizan una buena gestión administrativa, asimismo, más del 70% de las pymes no involucran a las TIC’S en sus procesos. Del mismo modo, se concluyó que las pequeñas empresas deberían aplicar el software

CRM para lograr una interacción más directa y eficiente con el cliente, dada la ventaja competitiva que tienen otras empresas del sector.

-Rubio, R (2017) en su tesis titulada “Impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC’S) en la productividad de las empresas del sector calzado de Tungurahua”, analizó el impacto del uso de las TIC en el sector calzado de Tungurahua, con la finalidad de analizar como la innovación en los instrumentos de información y comunicación puede mejorar la productividad en la producción de calzado. La metodología utilizada fue un estudio de campo, por lo cual se utilizó como muestra a 221 productores del sector calzado del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua, y sus parroquias, para la validación de la hipótesis se trabajó con el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) con la ayuda del software estadístico SMARTPLS3. Como resultado se obtuvo que alrededor del 89% de las empresas analizadas son microempresas. Se validó que la edad y nivel de instrucción de los fabricantes de calzado influye en su alfabetización digital, también se identificó la necesidad de mejorar la alfabetización digital de los productores de calzado, ya que la mayoría de los encuestados con casi el 80% tenían una preparación básica, mientras que el nivel profesional alcanzaban tan solo el 20% , concluyendo así que existía un bajo nivel de uso de las TIC’s , lo cual obstaculiza la gestión y la mejora de los procesos en la producción del sector de calzado de Tungurahua.

-Espinoza, Y (2016) en su tesis “Análisis situacional del uso de las TIC’s en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016”, tuvo como objetivo, averiguar si las tecnologías de información y la comunicación están presentes en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016. De acuerdo a la metodología el tipo de investigación realizada fue descriptiva, por tal

motivo se emplearon técnicas como: Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual), asimismo, el diseño de la investigación fue no experimental transversal. Como instrumento de recolección de datos se aplicó una guía de entrevista estructurada a 56 dueños o responsables encargados de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en las instalaciones de los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro. Como resultados, se pudo concluir que dentro del sector confecciones, las MYPEs si involucran las TIC's dentro de sus actividades, pero solo haciendo uso de herramientas básicas como el teléfono fijo, el celular y la computadora. Del mismo modo se observó la falta de una cultura de innovación tecnológica en los empresarios, sumado al hecho de que existía una escasa visión y pocas proyecciones sobre la relevancia de las TICs en la competitividad. Cuantitativamente se obtuvo que el 82,2 % de las MYPEs entrevistadas disponían de TICs Avanzadas y el 17,8 % no disponían de TICs avanzadas, además 44,6 % disponían de sistemas de información (Software) para la sistematización de su información y el 55,4 % no disponían de ningún software. Por lo tanto, se corroboró que las MYPEs encuestadas mostraban un nivel bajo respecto al uso de sistemas de información para la automatización de sus procesos de negocio.

-Alama, F (2018) en su tesis titulada “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente” realizada en la Universidad Peruana de las Américas en el distrito de Lima, tuvo como objetivo, implementar una plataforma virtual a través de la intranet, que ayude a estudiantes y docentes agilizar los procesos académicos. El presente trabajo tuvo un enfoque cualitativo, teniendo como variable independiente (Satisfacción del cliente) y como variable dependiente (Calidad de servicio). Asimismo, se utilizaron indicadores para cada variable, tales como: nivel de efectividad en el trato con los estudiantes, nivel de eficacia en la satisfacción del

docente, grado de efectividad del servicio y grado de competitividad del servicio. Como resultado final se concluyó que al implementarse un sistema POS en las cajas de la Universidad Peruana de Las Américas, se mejoraría la atención en el pago de los diferentes conceptos que brinda la empresa, obteniendo así la satisfacción de clientes, y la fidelización, imagen y competitividad de la institución.

-Chávez, B & Trinidad, Y (2017) en su tesis “Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao”, realizada en la Universidad San Ignacio de Loyola, de la ciudad de Lima; tuvieron como principal objetivo, evaluar la relación entre el efecto de las tecnologías de información y comunicación con la competitividad internacional en las pymes agroexportadoras de espárragos. La metodología de investigación fue mixta, es decir a partir de datos cuantitativos se obtuvo datos cualitativos, el tipo de estudio realizado fue correlacional no experimental; como instrumento de recolección de datos se aplicaron encuestas a través, de cuestionarios a los encargados del área responsable del uso de TIC en las pymes agroexportadoras de espárragos. Se procesó la información con el uso del programa estadístico SPSS. De los resultados obtenidos en esta investigación, se concluyó que la relación entre el efecto de las TIC con la competitividad internacional en las pymes tiene una relación positiva. Del mismo modo, se concluyó que las TIC’s, son herramientas utilizadas en diferentes puntos de la logística interna y externa de las pymes, pero sin embargo muchas pymes del Perú requerían de la tecnología para llevar a cabo una mejor gestión de sus procesos internos. Así también ,se determinó , respecto al uso de las TIC’s en las pymes agroexportadoras de espárragos ,que los principales factores que influyeron eran: la importancia de los clientes y competidores locales, las subcontrataciones y las

acciones del gobierno, un punto a resaltar era el grado de importancia que se daba a los competidores locales, ya que en muchos casos estas pymes se unían para atender a un mercado o cliente en específico, debido a que la tierra que poseían no era suficiente para cubrir con la demanda internacional. Cuantitativamente, del total de empresarios dedicados al sector agropecuario (40), el 45% del mencionaron que el proceso de correos entre distintas áreas era “avanzando”, también el 32.5% del total, mencionaron que contaban con una aplicación avanzada para que puedan satisfacer con éxito los pedidos internacionales y nacionales, y el 22.5 % contestaron que les era indiferente invertir en TIC.

-Hermeza & Lady (2015). En su tesis titulado “Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gecisa, Sullana 2015”, realizada en la Universidad Nacional de Piura, tuvo como objetivo, conocer de qué forma la calidad de servicio influye en el nivel de satisfacción del cliente de la Empresa GECIDSA de Sullana mediante un cuestionario del modelo SERVQUAL. La metodología del presente trabajo fue de tipo Descriptivo-Correlacional. Como resultado se llegó a la conclusión con respecto a la calidad de servicio por parte de la empresa GECIDSA, que en su mayoría, el 75,5% de los clientes encuestados percibió que la calidad de servicio que se ofrecía era “deficiente”, mientras que solamente el 2,6 % manifestó que la calidad del servicio era “satisfactoria”, concluyendo que el servicio ofrecido por parte de la empresa no cumplía con las expectativas del cliente debido a factores como :el desorden en las colas, la falta de una boletería, la falta de seguridad al usuario, buses en mal estado y el exceso de capacidad permitida de pasajeros principalmente en el horario nocturno

-Del Campo Misahuamán, C (2019) en su tesis “Elaboración e implementación del plan de comunicación para la oficina de imagen institucional de la empresa prestadora de servicios de saneamiento de Cajamarca – Sociedad Anónima EPS SEDACAJ S.A”, realizada en la Universidad Privada del Norte de la ciudad de Trujillo, tuvo como objetivo , implementar un plan de comunicación interno y externo para la empresa mediante estrategias con base tecnológica a fin de mejorar la percepción de imagen de la empresa por parte de los usuarios de la E.P.S SEDACAJ S.A. Respecto a la metodología ,la investigación fue experimental , para el desarrollo del presente proyecto se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta , realizándose cuestionarios en relación al clima laboral y satisfacción al cliente en el año 2015.Como primer resultado se obtuvo la aprobación por parte del directorio en relación al plan propuesto, lo cual garantizó la asignación del presupuesto solicitado para la ejecución de las actividades programadas. Asimismo, se logró la creación de la página de Facebook, para compartir contenido informativo. Del mismo modo se logró el involucramiento del personal operativo y administrativo, a través de actividades recreativas y motivacionales. Finalmente se logró concluir cómo el uso de las TICS’s pudo mejorar la relación de los clientes con la organización y superar los problemas comunicacionales existentes, promoviendo un mayor acercamiento y credibilidad con los usuarios y población en general. funciones.

-Liza & Siancas (2016). En su tesis titulado “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo,2016”, realizada en la Universidad Privada del Norte de la ciudad de Trujillo, tuvo como objetivo, estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria. En el presente trabajo utilizaron técnicas de recolección de datos, tales como: encuestas,

entrevistas y análisis documental con el fin de obtener datos de clientes externos de la empresa y la forma en que perciben la atención brindada por la entidad bancaria. El diseño de la investigación fue no experimental, y su proceso de medición de calidad de servicio fue a través del Modelo Servqual, en el cual utilizaron dos cuestionarios con 22 preguntas cada uno. Como resultado se concluyó que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, en 0.143 para el caso de percepción de los clientes y 0.071 para el caso de expectativas, según el modelo obtenido que posee un grado explicación de 91.6%.

-Comerca (2016). En su tesis titulada “Calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la oficina regional de Osinergmin La Libertad 2015”, realizado en la Universidad Nacional de Trujillo, tuvo como objetivo, dar a conocer la calidad atención de los servicios y su relación con la satisfacción de los usuarios en la oficina de Osinergmin. La metodología de la presente investigación tuvo como diseño, un diseño experimental descriptiva transaccional, y los métodos utilizados fueron: método inductivo-deductivo y de análisis-síntesis. Teniendo en cuenta sus dos variables “calidad de atención en el servicio” y “satisfacción de los usuarios”, utilizaron técnicas de recolección de datos tales como: observación y encuestas. Como resultado a partir de las encuestas, se obtuvo que un 55% de los usuarios de la empresa estaban satisfechos con la atención al momento de presentar algún reclamo. Por otro lado, un 94% estaban muy satisfechos con el tiempo de espera, tomando en cuenta que el tiempo máximo de espera en de 10 minutos. Asimismo, un 38% consideraba que el trato recibido al momento de ingresar a la empresa era de regular y, por último, un 57% de los usuarios encuestados manifestó que estaban muy satisfechos con el trato del orientador gracias a cualidades como:

amabilidad y cortesía, atributos que influían positivamente para la satisfacción del usuario.

-Martínez, L (2018). En su tesis titulada “Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de La Tinguiña, Ica 2018”, realizada en la Universidad César Vallejo de la ciudad de Trujillo, tuvo como objetivo, determinar la relación entre la calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad distrital de Tinguiña. Respecto a la metodología realizada en el presente trabajo se tuvo un enfoque cuantitativo no experimental, descriptivo correlacional y se consideró como instrumento de recolección de datos cuestionarios relacionados a sus dos variables de estudio: “calidad del servicio” y “satisfacción del usuario”. Como resultado final se obtuvo que existió una relación significativa entre ambas variables, teniendo en cuenta el coeficiente de correlación obtenido $r=0,624$ y un nivel de significancia de 0,000 menor a la región crítica 0,05.

-Según Ortiz (2020), respecto a “servicio al cliente” para que un negocio prospere es necesario visualizar este factor como un componente proactivo que satisfaga las necesidades de los usuarios respecto a un producto o servicio determinado. Asimismo, se requiere hacer sentir al consumidor lo más a gusto posible con el trato que le da la empresa, por ello se debe considerar diversos factores, entre los que destacan: la personalización, amabilidad, rapidez, seguridad, el seguimiento y la eficacia.

-Por otro lado, Douglas da Silva (2020), afirma que la atención al cliente para una organización es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos

de contacto con los clientes, a través de diversos canales, y de esta manera establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.

-De acuerdo a Fernández (2012) una estrategia es la manera en que una organización hace uso de sus principales recursos y esfuerzos, poniendo en marcha un plan de acción que permita el logro de los objetivos a fin de lograr una ventaja competitiva. Se entiende por estrategia tecnológica al uso de recursos tecnológicos como medio para lograr el cumplimiento de los objetivos de una organización.

-Contreras (2013) hace referencia al concepto estrategia, como un elemento fundamental para la toma de decisiones dentro de una empresa, haciendo uso de recursos para el cumplimiento de las metas y políticas trazadas.

-Monterroso (2016) acerca de la competitividad define que este factor se relaciona de manera directa con el posicionamiento, ya que toda vez que una buena posición en el mercado queda determinada por aspectos diferenciales se crean las ventajas competitivas.

En cuanto a la justificación práctica, dada la necesidad de la empresa por mejorar el actual proceso de atención al cliente debido la alta demanda de usuarios ,disponer de un estudio sistematizado sobre estrategias basadas en tecnologías de la información y de la comunicación en el proceso de atención al cliente, especialmente dentro de empresas del sector servicios contribuirá en la toma de decisiones por parte de los miembros de la alta dirección a cargo de la empresa E.P.S SEDACAJ S.A , logrando mejorar el funcionamiento de la organización y las actividades que giran en torno a los procesos del área comercial. Del mismo modo si la empresa decide aplicar la propuesta presentada, tras su implementación puede tener nuevas oportunidades para propiciar y aplicar la filosofía de mejora continua con el fin de

ofrecer a la población cajamarquina un mejor servicio que le permita mejorar las relaciones con los usuarios, pudiendo así disminuir la cantidad de moras por pagos pendientes y aumentar la confiabilidad para la contratación de los servicios que brinda la EPS SEDACAJ S.A.

Por otro lado, tomando en cuenta el aspecto social, la relevancia del presente estudio permitirá brindar un alcance trascendente para la sociedad denotando la proyección de las mejoras a obtener para beneficio de la comunidad cajamarquina, considerando que el servicio de agua potable es un recurso vital y un derecho para la sociedad que debe ser atendido con las mejores condiciones de calidad en servicio.

En cuanto a la Justificación Teórica considerando la importancia del tema, el desarrollo de la presente investigación presenta como base un sustento teórico, el mismo que ha sido obtenido de fuentes de información confiables, lo cuales garantizan la integridad y fiabilidad del sustento presentado. En este contexto se considera solo aquella información presentada por autores o instituciones y expertos sobre el tema tratado. Es imprescindible contar con estrategias de aplicación de las TIC en relación a la mejora en procesos, para de esta manera determinar los beneficios que conlleva su aplicación como estrategias de negocio.

La revisión de la metodología utilizada para la elaboración de la presente investigación permite llevar a cabo una secuencia y coherencia de las fases para la elaboración del proyecto, mediante la aplicación de un correcto análisis para el diseño de las estrategias basadas en TIC's alineándolas a los procesos organizacionales del área comercial de la empresa en estudio. Por tal motivo se recurrirá a la obtención de información mediante la entrevista a los miembros de la alta dirección de la EPS SEDACAJ S.A. De igual manera la metodología a utilizar, una vez demostrada su

validez y confiabilidad podrá servir como modelo para futuros trabajos e investigaciones.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El enfoque del presente proyecto es cualitativo, debido a que se orienta hacia la interpretación de realidades subjetivas, haciendo énfasis en la recolección de datos, mediante técnicas de observación no estructuradas, entrevistas, encuestas y grupos de discusión para recopilar datos no numéricos, que pueden ser analizados mediante una interpretación no medible.

Para González (2013), la investigación cualitativa tiene como fin la construcción de conocimiento a partir de una realidad observable; por tanto, metodológicamente implica asumir un carácter dialógico en las creencias, mentalidades y sentimientos, que se consideran elementos de análisis en el proceso de producción y desarrollo del conocimiento con respecto a la realidad del hombre en la sociedad de la que forma parte.

De acuerdo al nivel de investigación es descriptiva ya que se describirá el contexto actual de la organización en relación a sus procesos, para Gladys Guevara (2020), este nivel de investigación tiene como objetivo describir algunas características relevantes de conjuntos que pertenecen a una misma categoría de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para poder establecer el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

De acuerdo al propósito de estudio el tipo de investigación es aplicada, ya que persigue explicar cómo la aplicación de la variable independiente, en este caso (estrategias tecnológicas) beneficiaría al proceso unidad de estudio (atención al cliente) en la empresa EPS SEDACAJ S.A. Álvarez (2020), afirma que la investigación básica, se enfoca en conseguir un nuevo conocimiento de modo sistemático, con el fin de incrementar el conocimiento de una realidad concreta y objetiva.

Según la planificación en la recolección de datos, se considera que es una investigación prospectiva, ya que se enfoca en eventos o acontecimientos pasados con el fin de entender la situación actual de la empresa, en referencia a ello, Ramos (2014), da a conocer que la investigación retrospectiva está ubicada como no experimental, bajo el diseño de investigación transversal porque se limita a evaluar una situación o fenómeno en un punto del tiempo y determina o ubica cuál es la relación de un conjunto de variables en un momento.

De acuerdo a la intervención realizada del presente proyecto, es observacional, García & Pacheco (2010), mencionan que, mediante esta, se busca dar una visión clara y precisa de lo que es la observación, su planificación y componentes, haciendo énfasis no sólo en las estrategias que involucra, sino también en las técnicas de registro que dan garantía científica a la observación

El diseño de investigación del cual se ha hecho uso es el diseño de carácter no experimental, ya que no se manipulará ninguna de las variables en estudio. Según los autores Palella & Martins (2010) en este diseño el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes, solo se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos.

Se uso el siguiente diseño siendo su esquema el siguiente:

M → O → P

Donde:

M = Muestra

O = Observación

P = Propuesta

Como variable independiente se tiene a “Estrategias tecnológicas”, la formulación de la estrategia tecnológica implica elegir las tecnologías más pertinentes para la empresa en cuales invertirá primero, del mismo modo el grado de relevancia de las tecnologías se puede evaluar según su contribución a la estrategia global de la empresa (Porter, 1998).

Como primera variable dependiente se tiene a “Proceso de atención al cliente” Según el autor Serna (2006) define que:” El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

Como segunda variable dependiente se tiene a “Sector servicios”, de acuerdo a Toledo; Romero & Ocampo (2014), el sector servicios es un importante generador de empleo y su aporte representa una gran parte del PIB total tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo.

Población

La población está constituida por tres poblaciones: la primera conformada por todos trabajadores 2021 del área comercial de la empresa EPS SEDACAJ S.A de la ciudad de Cajamarca, como segunda población se considera todos los procesos estratégicos, operativos y de soporte del área comercial de la empresa y por último a todos los clientes residentes en la ciudad de Cajamarca, quienes reciben los servicios brindados por la empresa.

Los criterios de inserción que están considerados para la delimitar la población se dan a continuación:

- Sexo: femenino y masculino.
- Ciudad: Cajamarca, por tener la mayor cantidad de habitantes que demandan los servicios de la empresa EPS SEDACAJ S.A.

- Condición: Clientes

Muestra

Se utilizará un muestreo por conveniencia, según Creswell (2008) lo define como un procedimiento, de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes, que están dispuestos y disponibles en esta investigación. La muestra está delimitada por el proceso de atención al cliente perteneciente al área comercial de la empresa EPS SEDACAJ, asimismo los 5 colaboradores que desempeñan el proceso de atención al cliente más el gerente de área y 109 clientes residentes en Cajamarca, priorizando aquellos que se encuentren registrados en el libro de reclamos.

Unidad de estudio

Como unidad de estudio se consideró al proceso de atención al cliente, así como también al gerente del área comercial, y como cliente, una residente actual de la ciudad de Cajamarca, registrada en el libro de reclamos.

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos:

TABLA 1:

Materiales, Técnicas e Instrumentos de Investigación

Materiales y equipo	Técnica	Instrumento	Objetivo	Sujeto/ Muestra
Laptops, celular	Encuesta	Cédula de cuestionario	Recopilar la opinión acerca del nivel de satisfacción de los clientes al momento de realizar algún reclamo.	clientes /proceso
Laptops	Entrevista	Guía de entrevista	Obtener información de forma oral y personalizada sobre el funcionamiento y acontecimientos clave respecto a la atención al cliente en la empresa.	Gerente del área comercial/proceso

Laptops	Revisión Documental	Ficha de registro	Identificar investigaciones e información relevante elaborada con anterioridad que esté relacionada al objeto de estudio para la construcción de nuevos aportes.	Procesos/empresa
---------	---------------------	-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia

La encuesta

Trespalacios, Vázquez y Bello (2018), definen que la encuesta es una técnica de investigación descriptiva que permite determinar: las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y recoger información que se haya obtenido. Referente a esta técnica se utilizará como instrumento la cédula de cuestionario, el mismo que debe cumplir con las siguientes características: Viabilidad, Fiabilidad, Validez y Sensibilidad al cambio (Arribas, 2004), a fin de poder usarla con los clientes de la EPS SEDACAJ S.A., residentes en la ciudad de Cajamarca 2021 y de esta forma recolectar los datos requeridos.

Para determinar la confiabilidad de la encuesta se utilizará el alfa de Combrach, de acuerdo a García; Gonzáles & Jornet (2010) es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems, permitiendo la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem.

Por consiguiente, se considerará la escala de Likert ,Lara & Sergio (2013) citado por Tuapanta ; Duque & Mena (2017), manifiestan que las escalas tipo Likert han tenido gran aceptación desde sus inicios, siendo tomados en cuenta para la construcción de muchos instrumentos de evaluación. Asimismo, el nivel de confiabilidad y validez se verá

incrementado de acuerdo a la cantidad de opciones a integrar, ya que a más opciones, más recolección de datos de los individuos o el objeto de estudio.

Observación

A través de este proceso se podrá tener un contacto directo con la realidad actual de la empresa respecto a la unidad de estudio, permitiendo conocer el desempeño del proceso de atención al cliente en la EPS SEDACAJ S.A. La observación por sí misma representa una de las formas más sistematizadas y lógicas para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer, consiste en utilizar los sentidos ya sea para describir, analizar, o explicar desde una perspectiva científica, válida y confiable algún hecho, objeto o fenómeno desde una forma participante, no participante, estructurada o no estructurada. (Campos y Covarrubias; Lule Martínez,2012).

Entrevista

Se utilizará la entrevista no estructurada, ya que se ajusta al enfoque de estudio, esta será aplicada al Gerente del área comercial de la EPS. SEDACAJ S.A. el Dr. Óscar Quevedo Pando. La entrevista es una especie de conversación formal entre el investigador y el investigado o entre el entrevistador y el entrevistado o informante; es una modalidad de la encuesta, que consiste en formular preguntas en forma verbal con el objetivo de obtener respuestas o informaciones y con el fin de verificar o comprobar las hipótesis de trabajo. (Ñaupas; Mejía; Novoa & Villagómez ,2014).

Para garantizar la validez del instrumento correspondiente (Guía de entrevista) se recurrirá previamente al juicio de un experto en el campo a fin de determinar y garantizar que las preguntas incorporadas, respondan a la información que se requiere y sirva de aporte para la construcción de conocimiento.

Revisión Documental

Según Hurtado (2008) afirma que una revisión documental es una técnica en donde se recolecta información escrita sobre un tópico específico, teniendo como fin proporcionar información que se relacionan indirectamente o directamente con el tema establecido. Para ello se hará uso de la revisión de documentos relacionados al objeto de estudio como: investigaciones previas de fuentes confiables, el anuario 2020 de la empresa y otros documentos disponibles brindados por parte de los miembros de la alta dirección de la EPS SEDACAJ S.A.

Procedimiento

Se dará inicio al proceso de investigación, realizando una entrevista oral al gerente del área comercial de la empresa SEDACAJ S.A., Dr. Óscar Quevedo Pando, a través de la plataforma zoom, para ello se empleará la guía de entrevista, la cual contendrá preguntas que permitirán conocer el contexto actual de la empresa en torno al proceso unidad de estudio (atención al cliente).

Para ello, primero se determinarán las preguntas pertinentes y necesarias para obtener información respecto a la situación actual de la empresa, el funcionamiento del proceso de atención al cliente y su punto de vista acerca del desempeño de los colaboradores involucrados en el área comercial. Luego, se consultará a un experto, con el fin de validar y verificar que las preguntas incorporadas cumplan con los aspectos requeridos para la toma de información y así proceder a elaborar el modelo definitivo de la guía de entrevista virtual. Posteriormente, se planificará una fecha para la reunión virtual con el gerente del área Comercial Dr. Óscar Quevedo, explicándole a detalle el propósito de la entrevista con relación a la propuesta de mejora. Tras la culminación de la entrevista se registrará la información obtenida de las respuestas por parte del gerente en un doc. Word, para luego hacerle entrega de una copia de los resultados, solicitando el visto bueno y observaciones

para corregir en caso se requiera .La información obtenida será archivada para su posterior análisis y elaboración de herramientas de análisis y matrices a utilizar.

Por otro lado, se realizará la observación presencial con el permiso y autorización del gerente general de la empresa EPS SEDACAJ S.A. Ing. Marco Tulio Narro Centurión. Para ello se hará uso de la guía de observación y la lista se cotejo elaborados con anterioridad, a fin de tomar nota y hacer un checklist sobre el cumplimiento de aspectos clave para la comprensión del estado actual de los procesos del área comercial, desempeño de colaboradores y otras observaciones que se obtengan.

Teniendo conocimiento de los procesos involucrados en el área comercial se empleará una encuesta de manera anónima a los clientes que tengan disponibilidad de tiempo para la contestación de esta, priorizando aquellos clientes registrados en el libro de quejas y reclamos, para ello se hará uso de la cédula de cuestionario con preguntas de tipo cerrada, considerando la escala de Likert referente al alfa de Cronbach. Este proceso se iniciará solicitando el permiso a los clientes para realizar la encuesta, del mismo modo, se les explicará el propósito de la investigación, asegurándoles que los datos a marcar son de carácter confidencial. Los resultados obtenidos se procederán a archivar en un documento Word y Excel para su posterior análisis y tabulación según se requiera. Finalmente, con toda la información recopilada se procederá a realizar en análisis de información, complementando con la documentación obtenida a partir de diversas fuentes, como: artículos científicos, tesis, libros, el anuario 2020 de la empresa., teniendo en cuenta el objetivo de investigación que es la creación de estrategias tecnológicas para el proceso de atención de clientes.

En cuanto a las fases para la investigación se estructuraron cinco fases, las cuales abarcan actividades clave en torno a los objetivos planteados.

TABLA 2

Fases establecidas para el proyecto de Investigación

FASES DEL PROYECTO	ACTIVIDADES
1.Análisis de Información	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del modelo Organizacional • Análisis del Diagnóstico Situacional de la empresa. M.FODA • Elaboración de Matriz EFI y EFE
2.Análisis del proceso de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del proceso actual a detalle
3.Determinación de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de resultados de encuestas • Propuesta de estrategias • Evaluación de estrategias • Selección de estrategias • Propuesta nuevo proceso
4.Análisis de viabilidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis financiero VAN/TIR
5.Análisis de impacto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación del impacto ambiental
6.Análisi de impacto social	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación del impacto Social

Fuente: Elaboración Propia

Aspectos éticos

Esta investigación se ejecuta con la aspiración de contribuir con un aporte a la empresa EPS SEDACAJ S.A. de Cajamarca, consideramos que la aplicación de este estudio tiene la capacidad de lograr grandes beneficios tanto para la empresa como para sus usuarios.

Asimismo, la presente investigación reúne los aspectos requeridos para garantizar confiabilidad de la información y datos a incorporar.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

FASE 1: Análisis de la información

Análisis del modelo actual organizacional

Organización

Actualmente la empresa prestadora de servicios EPS SEDACAJ SA., es la principal encargada de proveer el servicio indispensable y básico de agua potable y alcantarillado, en las localidades de Cajamarca, San Miguel y Contumazá. La presente empresa inicia sus operaciones mediante la ley N°501 con la razón social SENAPA, para posteriormente, mediante la readecuación de los estatutos sociales en concordancia a la Ley N.º 26338 y su reglamento ser reconocida hoy como EPS SEDACAJ SA. Los ingresos con los que cuenta SEDACAJ están dados por pensiones de Agua Potable y servicios Colaterales, por lo cual actúa con criterio económico, financiero propio. En el ámbito de sus operaciones, sus componentes son:

A. Servicio de agua potable:

-Sistema de producción, que comprende: captación, almacenamiento y conducción de agua cruda; tratamiento y conducción de agua cruda; tratamiento y conducción de agua tratada.

-Sistema de distribución, que comprende: almacenamiento, redes de distribución y dispositivos de entrega al usuario; conexiones domiciliarias inclusive la medición, pileta pública, unidad sanitaria u otros.

B. Servicio de Alcantarillado

-Conexiones domiciliarias de alcantarillado: desde la caja de inspección de la conexión hasta la red de servicio de alcantarillado.

-Recolección de aguas residuales: desde las redes de servicio de alcantarillado hasta el ingreso a la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR).

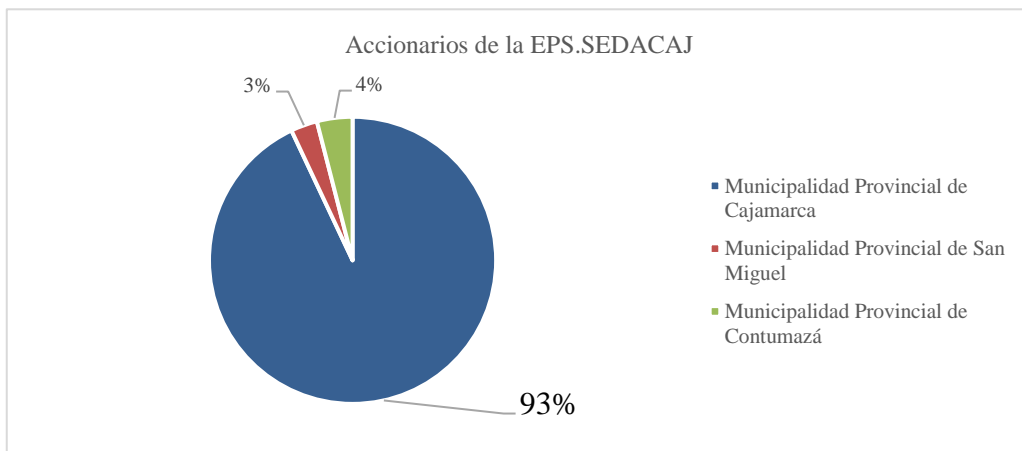
C. Tratamiento de Aguas Residuales

-Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR). Desde la cámara de ingreso de aguas residuales hasta la cámara de salida de las aguas tratadas

Accionario

El accionariado de la EPS SEDACAJ S.A. está conformado por la Municipalidad Provincial de Cajamarca con 93 %, la Municipalidad Provincial de Contumazá con 4% y la Municipalidad de San Miguel con 3%, de acuerdo a detalle mostrado en el gráfico.

FIGURA 1: Gráfico de accionarios de la EPS.SEDACAJ S.A

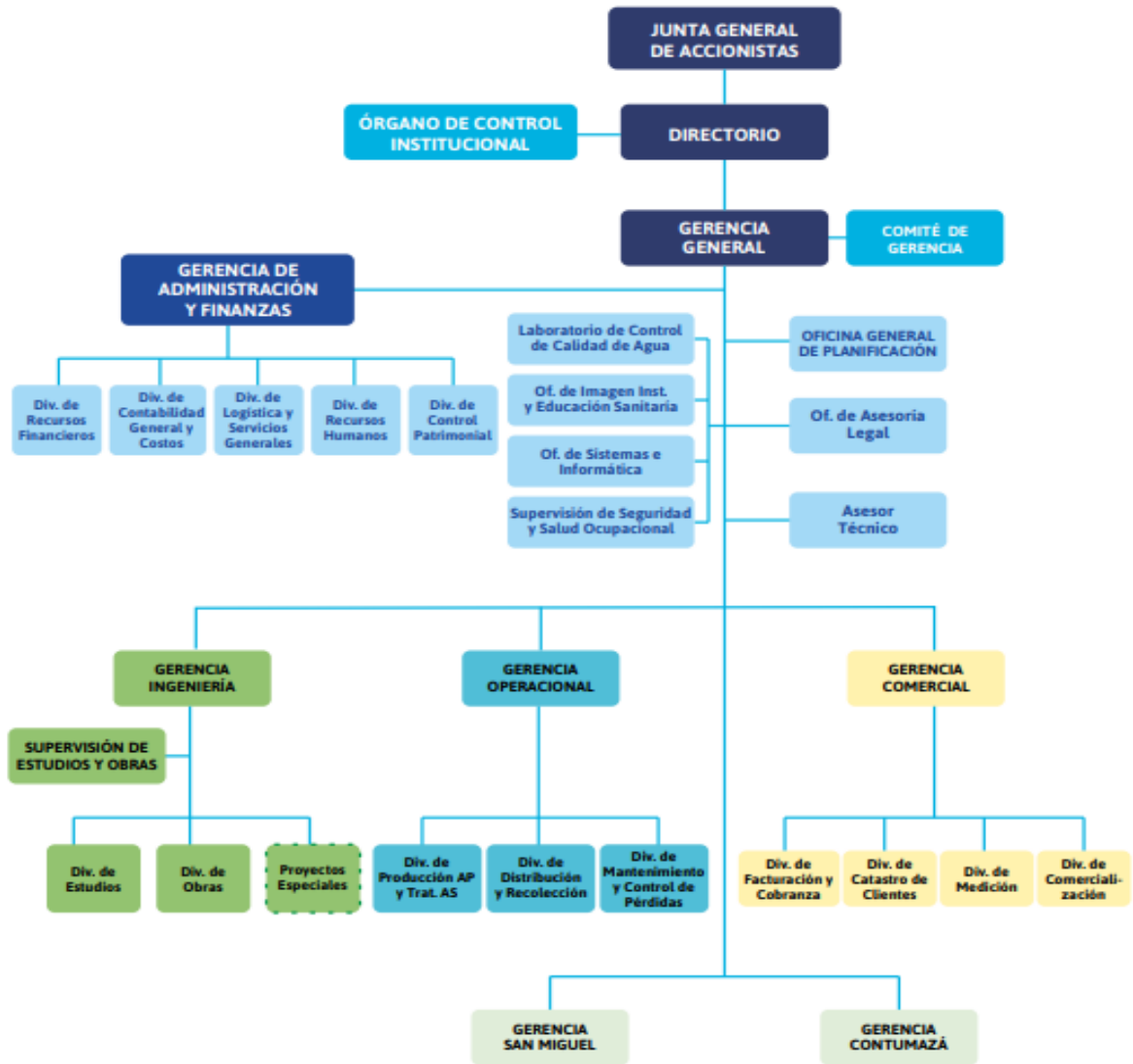


Elaboración: Fuente propia

Nota: En la figura 1 se puede observar de manera gráfica los integrantes de accionarios de la empresa SEDACAJ, siempre el más alto con un 93% la Municipalidad Provincial de Cajamarca

Organigrama Estructural

FIGURA 2: Organigrama Institucional .EPS SEDACAJ S.A



Fuente: Anuario 2020 EPS SEDACAJ

Misión propuesta: Ofrecer el servicio de agua potable y alcantarillado sanitario a la población, brindando calidad de servicio, un trato amable y soluciones oportunas para satisfacción de los usuarios, así como garantizar las buenas prácticas dentro de la empresa, valorando al talento humano y haciendo una correcta moderna y transparente gestión de los recursos a disposición para así contribuir con el desarrollo económico, social y ambiental del país.

Visión propuesta: Ser reconocida como una empresa líder en la prestación de servicios de agua potable y alcantarillado sanitario, contribuyendo al bienestar y la salud de la población, en armonía con el medio ambiente y satisfacción de los usuarios.

Principios y valores

-Calidad

Se busca calidad en el servicio ofrecido, con el fin de satisfacer la necesidad del servicio con las mejores condiciones para el consumo de la población. La empresa tiene una certificación en la norma ISO 9000, conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad.

-Compromiso

Son una empresa comprometida y leal a sus normas con el propósito de cumplir cada política establecida para un servicio exitoso y transparente.

-Responsabilidad Social

La empresa mantiene un compromiso ético y responsable con la sociedad y medio ambiente.

-Trabajo en equipo

En EPS, el trabajo en equipo es un valor necesario para dar continuidad a las actividades y procesos a fin de siempre obtener siempre los mejores resultados y un buen clima laboral.

-Vocación de servicio

El personal colaborador se encuentra involucrado con cultura organizacional de la empresa y mantiene una ética profesional para ofrecer un servicio donde se reflejen sus valores.

-Sostenibilidad

La sostenibilidad ambiental es un factor determinante para el logro de sus objetivos y la cultura organizacional compartida.

-Mejora Continua

La empresa realiza esfuerzos y apuesta por soluciones que logren mejorar sus procesos organizacionales.

Análisis situacional de la empresa

La gran mayoría de las Empresas Prestadoras de Servicios de Saneamiento en el Perú presentan muchos desafíos y limitaciones, siendo uno de los principales el no contar con los suficientes recursos para la ejecución y mejora de los proyectos en relación a la calidad del servicio brindado, por consiguiente, esto dificulta el cumplimiento de los estándares requeridos para obtener un mayor nivel de conectividad e imagen frente a los usuarios. Dentro de este contexto, la Empresa Prestadora de Servicios EPS SEDACAJ SA. que viene brindando los servicios públicos de agua potable y alcantarillado en las localidades de Cajamarca, Contumazá y San Miguel desde el año 1990, se enmarca en la misma problemática

la cual, trae consigo una cadena de limitaciones y variantes que no favorecen a que se logre la visión estratégica de la EPS en su totalidad.

Dado el grado de importancia de la continuidad de sus actividades operativas para el logro de sus objetivos es indispensable llevar a cabo una correcta gestión y comunicación en el área comercial de la empresa a fin de resolver los actuales inconvenientes y situaciones de inconformidad que esta enfrenta a la empresa para con sus clientes, respecto a la atención.

Análisis FODA

Es indispensable determinar las oportunidades de mejora y detectar las situaciones tanto externas como internas que pongan en riesgo la continuidad de los procesos involucrados en el área comercial, es por ello que se hizo uso de la herramienta Matriz FODA.

TABLA 3

MATRIZ FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
F1. Infraestructura correctamente equipada.	D1. Nivel de morosidad nivel medio-alto a causa de la pandemia COVID-19.
F2. Recursos financieros propios.	D2. Demoras en el tiempo de atención de usuarios.
F3. Personal con experiencia y años de servicio.	D3. Dificultad y problemas técnicos con el Sistema actual SICI.
F4. Centros propios de emergencia.	D4. Falta de capacitaciones al personal del área comercial.
F5. Licencias de sistemas informáticos y aplicativos para el control operacional.	D5. No se realiza una adecuada gestión y organización de expedientes y documentación.

F6. Estudios previos de cuencas.	D6. Inadecuada Gestión en facturación y Cobranza.
	D7. Falta de cultura poblacional sobre el cuidado del recurso hídrico.
O P O R T U N I D A D E S - O	A M E N A Z A S - A
O1. Ampliación de la zona urbana de la ciudad de Cajamarca a través del crecimiento poblacional.	A1. Contaminación de fuentes de agua en la cuenca por aspectos domésticos y económicos.
O2. Mercado nacional creciente.	A2. Cambios y nuevos decretos a causa de la pandemia COVID-19.
O3. Acceso a nuevas tecnologías para mejorar los servicios de agua potable y PTAR.	A3. Privatización de las empresas de saneamiento.
O4. Inversiones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.	A4. Economía regional dependiente del sector externo.
O5. Disponibilidad del recurso hídrico superficial y subterráneo.	

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la tabla 3, se puede observar la matriz FODA, que consta de: Fortalezas (F1, F2, F3, F4, F5, F6); Debilidades (D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7), Oportunidades (O1, O2, O3, O4, O5), Amenazas (A1, A2, A3, A4) identificados en los procesos del área comercial de la EPS SEDACAJ.SA.

A fin de evaluar los factores internos tanto fortalezas como debilidades, se empleó la Matriz EFI.

TABLA 4
MATRIZ EFI DE EPS.SEDACAJ S.A

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
FORTALEZAS			
F1. Infraestructura correctamente equipada	10%	3	0.3

F2. Recursos financieros propios	10%	3	0.3
F3. Personal con experiencia y año de servicio	10%	2	0.2
F4. Centros propios de emergencia	10%	3	0.3
F5. Licencias de sistemas informáticos y aplicativos para el control operacional.	10%	2	0.2
F6. Estudios previos de cuencas	8%	3	0.24
TOTAL, FORTALEZAS			1.54
DEBILIDADES			
D1. Nivel de morosidad medio-alto a causa de la pandemia COVID -19	10%	3	0.3
D2. Demoras en el tiempo de atención al cliente	9%	3	0.27
D3. Dificultad y problemas técnicos con el Sistema Actual SICI.	10%	2	0.2
D4. Falta de capacitaciones al personal del área comercial	8%	3	0.24
D5. No se realiza una adecuada gestión y organización de expedientes y documentación	8%	2	0.16
D6. Inadecuada Gestión en facturación y cobranza	9%	2	0.18
D7. Falta de cultura poblacional sobre el cuidado del recurso hídrico.	9%	1	0.09
TOTAL, DEBILIDADES			1.44
TOTAL, MATRIZ EFI			2.98

Nota: En la tabla 4 se visualiza que la puntuación total obtenida en la matriz EFI da como resultado una puntuación de 2.98, lo cual, según la escala valorativa, esto quiere decir, que es una empresa única en su sector, la cual aprovecha todas las fortalezas y responde adecuadamente a sus debilidades planteadas.

Así también, se evaluó mediante la matriz EFE la situación externa: oportunidades y amenazas.

TABLA 5
MATRIZ EFE DE LA EPS SEDACAJ S.A.

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
O1. Ampliación de la zona urbana de la ciudad de Cajamarca a través del crecimiento poblacional.	10%	3	0.3
O2. Mercado nacional creciente	8%	3	0.24
O3. Acceso a nuevas tecnologías para mejorar los servicios de agua potable y PTAR.	10%	3	0.3
O4. Inversiones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.	8%	2	0.16
O5. Disponibilidad del recurso hídrico superficial y subterráneo.	9%	2	0.18
TOTAL, OPORTUNIDADES			1.18
AMENAZAS			
A1. Contaminación de fuentes de agua en la cuenca por aspectos domésticos y económicos.	10%	3	0.3
A2. Cambios y nuevos decretos a causa de la pandemia COVID-19.	8%	2	0.16
A3. Privatización de las empresas de saneamiento.	7%	2	0.14
A4. Economía regional dependiente del sector externo.	7%	2	0.14
TOTAL, AMENAZAS			0.74
TOTAL, MATRIZ EFE			1.92

Nota: En la tabla 5, se visualiza la matriz EFE, la cual tiene una puntuación de 1,92, asimismo, se visualiza que el puntaje de las oportunidades es un equivalente a 1,18, posicionándose por encima del

resultado de las amenazas de un 0.74, esto quiere decir que el entorno externo es favorable para la empresa, debido a que tienen una alta capacidad de respuesta frente a las necesidades de la demanda.

TABLA 6
MATRIZ IE

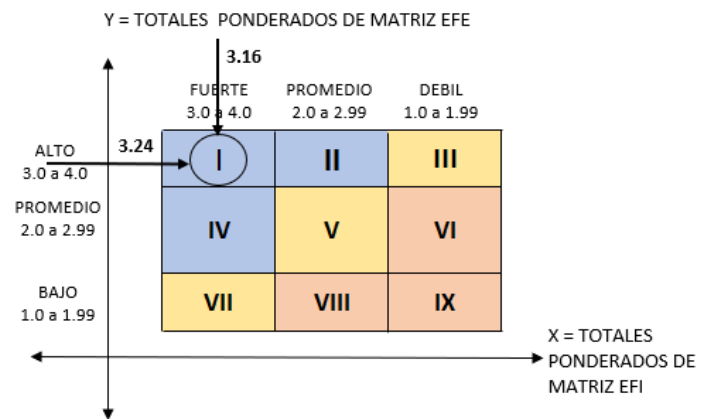
Matriz Interna y Externa (IE)

RESULTADOS MATRIZ EFE

OPORTUNIDADES	1.18
AMENAZAS	0.74
TOTAL	1.92

RESULTADOS MATRIZ EFI

FORTALEZAS	1.54
DEBILIDADES	1.44
TOTAL	2.98



Fuente: elaboración propia.

Nota: La Tabla 6, Matriz Interna Externa (IE) ayudó a representar y evaluar la empresa en estudio, tomando en cuenta sus Factores Internos (Fortalezas y Debilidades) y sus Factores Externos (Oportunidades y Amenazas), saliendo como resultado estrategias intensivas, tales como: penetración de mercados, desarrollo de mercado y desarrollo de productos y/o servicios; integración directa, hacia atrás y horizontal)

Análisis General Interno de la empresa

El análisis interno presentado a continuación fue obtenido gracias a la información documental de la misma EPS, en conjunto con los resultados obtenidos tras la realización de entrevistas dirigidas al gerente general y gerente

comercial de la presente. De esta manera el análisis de los resultados obtenidos se realizó bajo un enfoque cualitativo descriptivo. Se tuvo como objetivos identificar las fortalezas y debilidades de la gestión interna de la EPS.

Administración y gerencia (A)

La EPS SEDACAJ S.A. está formada por tres grandes bloques que conforman la llamada Alta Dirección, los cuales son: Junta General de Accionistas, El Directorio y la Gerencia General. Son estos tres bloques quienes definen las cualidades de la Empresa en cada gestión.

La gerencia de administración y finanzas de SEDACAJ S.A es el órgano encargado de administrar los recursos: humanos, financieros, bienes, abastecimiento de los materiales y de los servicios generales y no personales que requiera la Empresa, en concordancia con la política y normatividad que corresponda. Por otro lado, la estructura organizacional con la que cuenta la EPS SEDACAJ S.A es vertical. De acuerdo a la Gerencia General, la estructura orgánica debería establecerse por mallas en base a la gerencia estratégica, ya que de ese modo las actividades y tareas de gestión de la empresa estarían adecuadamente definidas.

Marketing y ventas & Investigación de mercado (M)

Los servicios que brinda el Sistema de Agua y Saneamiento no llegan a toda la ciudad de Cajamarca y las provincias de San Miguel y Contumazá, a pesar de que el acceso al agua potable es un derecho establecido en la Constitución.

El servicio de alcantarillado tiene una cobertura para Cajamarca de 86,52% y el servicio de agua potable 86.09%.

Cabe mencionar que, estos servicios al responder una necesidad humana no requieren de promoción para que haya demanda; sin embargo, es importante educar a la población, sobre el uso adecuado de este recurso. Frente a ello la empresa siempre realiza campañas mediante la promoción y publicación de videos educativos e informativos.

Operaciones & logística e infraestructura (O)

En cuanto a las operaciones de la EPS SEDACAJ S. A., como consecuencia de cambios imprevistos en las condiciones externas, se encuentran algunos riesgos sobre la actividad operacional que puede afectar en el sistema de agua potable y alcantarillado de la EPS. Por otro lado, las tareas del área de logística se rigen bajo la Ley de Contratación del Estado; la cual es una guía para todos los procedimientos de adquisición tanto de las compras menores como por concurso público.

Las actividades que conforman la cadena logística de SEDACAJ S.A inician con un requerimiento, posteriormente, se realiza la solicitud de pedido, se provee un estudio de mercado y se realiza la selección del proveedor. En cuanto a la selección de proveedores los criterios dependen del tipo de solicitud o material requerido. En tal sentido, se compran los productos bajo la modalidad de cotizaciones, facilidades de pago, por afinidad o por categoría de producto. Del mismo modo el área usuaria, es decir el área que requiere el bien o servicio, hace el requerimiento como tal y; además es la encargada de evaluar la selección del proveedor en base a criterios específicos. Al realizar la solicitud del pedido, deben colocar todas las especificaciones para que el personal de logística realice la compra bajo los parámetros solicitados: precio/calidad, capacidad técnica, garantías, situación financiera, experiencia en el mercado y tiempos de entrega.

Las compras por procedimiento de selección se realizan vía correo electrónico en donde se solicitan las cotizaciones. Por otro lado, la gestión de obras SEDACAJ S.A no se ha visto interrumpida por falta de materiales requeridos hasta el momento. Ni tampoco han existido daños, pérdidas y robos de los materiales bajo la supervisión del jefe de logística. La entidad de SEDACAJ S.A en materia de infraestructura mantiene sus oficinas administrativas y de operaciones en las instalaciones de la planta Santa Polonia. En cuanto, a la parte comercial cuenta con una local apertura durante el 2020 ubicado en Jr. Cruz de Piedra, además cuenta con un centro para realizar pagos en el C.C El Quinde de la ciudad de Cajamarca. Sin embargo, con el fin de ofrecer un mejor servicio y comodidad a los usuarios que acuden a realizar sus gestiones, la empresa actualmente se encuentra trabajando en el proyecto para la nueva apertura del local de atención al cliente.

Finanzas & contabilidad (F)

Respecto al sistema contable, la empresa desde el año 2012 cuenta con un nuevo sistema administrativo financiero (AVALON), antes se contaba con el Sistema Integrado de Contabilidad y Finanzas (SICOFI). El software actual Avalon se encarga de integrar la información de las divisiones que conforman al área de Administración y Finanzas: Recursos Financieros, Contabilidad General y Costos, Logística y Servicios Generales, Recursos Humanos y Control Patrimonial. Vale mencionar que, el software presenta limitaciones para la gestión de algunas tareas, no permite la transferencia de información de ingresos a la oficina de Planificación del personal de la EPS, únicamente esta tarea puede ser realizada por el propietario del software generando una alta dependencia de este tercero. La división de recursos

financieros se encarga de garantizar la disponibilidad económica para cumplir con el pago de sueldos en primer lugar y similares.

Por consecuencia, no han existido casos referidos a problemas en el pago de sueldos, para mantenimiento, capacitaciones u otros hasta el momento. No obstante, cuando ocurren demoras en el pago a los colaboradores operativos que trabajan en obras, la Gerencial General se encarga de tomar las medidas correctivas de inmediato. La EPS es capaz de generar diversas obras y proyectos; debido a que cuenta con recursos propios e ingresos que permiten la continuación de estos en las ciudades a las que provee el servicio de agua potable.

El Sistema de Gestión Financiero se encuentra dividido en dos áreas: la Gerencia Comercial y la Gerencia de Administración y Finanzas, las cuales manejan las cuentas por cobrar y el manejo de la liquidez de la Empresa respectivamente; faltando desarrollar acciones de planeamiento financiero operativo. La EPS SEDACAJ S.A tiene obligaciones significativas con Scotiabank; banco en donde mantiene el dinero recaudado (activo efectivo).

Recursos humanos & cultura (H)

El número de personal de la EPS SEDACAJ S.A en los últimos 3 años ha presentado un leve incremento, manteniendo casi estable el total de trabajadores, siendo actualmente un total de 190 trabajadores; dentro de los cuales se hayan: funcionarios, trabajadores estables (operativos y obreros), trabajadores contratados (empleados y obreros) .

Actualmente, existen 177 trabajadores, de los cuales 14 es personal contratado. Asimismo, 156 son colaboradores permanentes en estado estables; de los cuales 60 están en un cargo de oficina y 90 son operativos. Por lo general, este equipo

de operarios con técnicos no cuenta con un título profesional, sin embargo, realizan una prueba de habilidades y son capacitados y evaluados por el respectivo encargado. El número de trabajadores por cada 1000 conexiones es de 3.9, siendo un total de 177 trabajadores sobre las 45282 conexiones de agua potable y alcantarillado al mes de mayo del 2020.

Es importante mencionar que la EPS posee un Plan de Fortalecimiento de Capacidades que involucra las acciones de capacitación y programas de mejoramiento administrativo, comercial y operacional. Las personas que forman parte del equipo de ejecución e implementación de los proyectos deben ser personas capacitadas, comprometidas, con objetivos alineados a los del Plan Nacional de Saneamiento 2017-2021 del MVCS (Decreto Supremo No 018-2017). (Aguilar, 2018)

Sistemas de información y comunicaciones (I)

La oficina de Sistemas e Informática es la encargada de brindar el soporte técnico a los sistemas de información existentes en las diferentes áreas de la EPS. Existe una dependencia de la EPS en cuanto a los sistemas, puesto que pertenecen a terceros, por lo que al ocurrir un problema serio se debe contactar al consultor del software o aplicativo en cuestión. En el caso de ambos sistemas: administrativo financiero (AVALON) y el de Información Comercial Informático (SICI) los programadores residen en la ciudad de Lima. Actualmente, se trabaja más eficientemente el SICI, ya que el consultor de este sistema es el encargado de brindar soporte técnico en el área comercial de la EPS SEDACAJ S.A. Respecto a los sistemas aplicativos con consultores externos, al existir un problema o requerimiento, se les brindaba la base de datos para que los mismos consultores solucionen las

deficiencias pertinentes al sistema para ser remitidos en un plazo de un día desde la ciudad de origen del consultor de los sistemas.

Tecnología & investigación y desarrollo (T).

La EPS no cuenta con un área específica que genere optimización de procesos o área de Investigación y Desarrollo. Por lo que, el área de informática y soporte debe realizar las gestiones al respecto. Además de ello, no existe personal más personal que el jefe de Informática y Sistemas para las tareas de desarrollo, seguridad y soporte. En tal sentido, la mala disposición de los puestos y áreas en la estructura organizacional se ve reflejada nuevamente. Asimismo, en la empresa, desde el año 2012, se viene utilizando el software SICI “Sistema Comercial Integrado. No obstante, en el transcurso los últimos años se ha desarrollado aplicativos y mejoras para adecuarlo a los cambios normativos y de gestión de la información.

Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

A continuación, se describe las fuerzas competitivas de la EPS SEDACAJ S.A para lo cual se analizan cinco fuerzas bajo el modelo de las cinco fuerzas de Porter: la amenaza de entrada de competidores potenciales, la amenaza de entrada de productos sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes y la rivalidad entre los competidores actuales.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Una de las barreras de entrada para el sector donde se encuentra SEDACAJ S.A es la especialización, dado que se necesita contar de un gran nivel tecnológico y de infraestructura, así como también contar con una serie de parámetros para entrar en el sector de servicios como lo es el de saneamiento. En este sentido, el nivel de

barreras es medio pues se necesita de diferentes permisos, licitaciones, infraestructura y alta tecnología para ingresar al rubro.

Dada a la naturaleza del servicio, la amenaza de un competidor nacional ingresar en el rubro es baja porque se requiere un alto nivel de inversión inicial en equipamiento y tecnología es, evitando que el nuevo productor entre con precios muy bajos para captar una cuota de mercado. En cuanto a posibles nuevos competidores extranjeros, no se denotan como una amenaza, ya que los costos del tipo de cambio, traslados, seguros y aduanas son elevados en relación a los costos de productos nacionales.

Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación de proveedores es medio-alto, ya que únicamente ciertas empresas están autorizadas para proveer de materiales, servicios, insumos y recursos necesarios, dada la importancia del rubro del negocio. Por otro lado, todo proveedor de una EPS debe verificar los “Requisitos para ingreso y control a las operaciones”. Estos engloban los QHSSE- Generales, laborales, QHSSE- Alto riesgo y específicos. Asimismo, que se den antes, durante y después del servicio.

Entre los servicios que la EPS SEDACAJ SA. contrata se hallan fabricación y reparación de elementos mecánicos, mantenimiento de equipos portátiles sistema contraincendios extintores, mantenimiento de Sistemas Multiboyas y tuberías, alquiler y operación de equipos entre otros.

Poder de negociación de compradores

El poder de negociación de compradores, en este caso los clientes y/o usuarios de acuerdo al servicio de agua potable y alcantarillado en Cajamarca es baja, ya que únicamente lo ofrece la presente empresa, sin embargo, esta, debe cumplir todos los

parámetros necesarios y brindar un servicio que satisfaga las necesidades de este servicio básico, de acuerdo a los reglamentos establecidos. A nivel de todas las localidades. se ha estimado que los usuarios que no tienen medidor (consumo asignado) desperdician el 20% del agua. Por otro lado, existen compradores o clientes con mayor poder de negociación que otros, respecto a otros servicios como: instalaciones/repificaciones.

Rivalidad entre competidores

El bien fundamental para el negocio es el agua. Dicho bien es ofrecido por escasos proveedores, y pozos de agua de particulares. Actualmente EPS Marañón S.R.L., está constituida por tres Localidades: Jaén, San Ignacio y Bellavista, y cuenta con aprox. 19,000 conexiones.

La rivalidad de los competidores en este sector es muy baja, dado que la presente empresa es la única asignada legalmente para brindar el servicio en la zona geográfica descrita.

Análisis de Recursos Tecnológicos

-El software

El software se constituye como una herramienta fundamental, siendo manejado como un sistema de información.

a. Aplicativos Informáticos

La EPS cuenta con dos principales sistemas de información: El AVALON y el SICI, cada uno cuenta con diferentes módulos de acuerdo al área al que brindan soporte; así como con dos aplicativos informáticos externos: el SICAP, un software

de propiedad de la SUNASS en donde se debe indicar todos los indicadores de gestión.

-El Sistema Administrativo Financiero (AVALON)

Este es un sistema de carácter administrativo únicamente para la Gerencia de Administración y Finanzas que funciona desde el año 2010 en la institución. Este software se encuentra integrado con la gerencia comercial. Además, está integrado con el módulo de Recursos Humanos permitiendo la elaboración de las planillas, Compensación por tiempos de Servicio (CTS); con el módulo de Patrimonio para el registro de todos los activos de la EPS y; con el módulo de Logística.

El Sistema de Información Comercial Informático (SICI) es de carácter comercial. Desde el año 2000 se actualizó al SICI PD.

-El SICAP

Se trata de un Sistema de Captura de Datos para que las EPS ingresen, entre otra información periódica, las variables de gestión. Es un software establecido por la SUNASS desde el año 2004. Este regulador tiene definidos los plazos de envío de las variables tanto comerciales, financieras como técnicos operacionales, utilizadas para el cálculo de los indicadores, siendo obligatorio el envío de información. Además, aquellos archivos generados con estas variables son colocados en el ambiente FTP –File Transfer Protocolo de cada EPS, desde donde son procesados en el Sistema de Información de EPS, para; posteriormente, ser exportadas a formatos en MS Office Excel a fin de ser utilizadas en el cálculo de indicadores.

-SIAP

Es un sistema para registrar compras y pagos proveedores. La implementación de este software viene de la directiva del Gobierno Central. Desde el año 2018, se dispuso que las empresas prestadoras de servicio deberían implementar el software. Las áreas encargadas de manejarlo en la EPS SEDACAJ S.A son logística, finanzas y contabilidad en conjunto con la Oficina General de Planificación.

b. Licencias de sistemas informáticos y aplicativos.

Dado a la naturaleza de la EPS, la cual es fiscalizada constantemente por la contraloría, se requiere que cuente con las licencias de sistemas informáticos y aplicativos; así como la licencia del Paquete Office (Ofimática) que incluyen otros lenguajes de programación. No obstante, no se cuenta con licencia para el uso del programa AutoCAD, la cual es muy costosa y requiere de una renovación anualmente. Además de ello, el personal utiliza un tipo de Software de documentación y diseño para infraestructura civil, por lo que requiere del AutoCAD Civil 3D, este tiene un costo de S/. 8900.00 soles aproximadamente.

-Paquete Office

Este paquete incluye programas informáticos desarrollado por Microsoft entre los que se encuentran: Word (procesador de textos), Excel (hojas de cálculo), Power Point (para realizar presentaciones), Outlook (gestión de correos electrónicos) y Acces (para crear bases de datos).

-AutoCAD Civil 3D

Este programa es una herramienta de diseño y cálculo muy útil en el desarrollo de diseño urbanístico, carreteras, movimiento de tierras, cálculo topográfico, replanteo de información. Además de ello, incluye funciones específicas

como el nivelado de plataformas para instalaciones. En tal sentido al personal de ingeniería en la EPS permite realizar el trazado de planos de planta perfil y secciones; la elaboración del diseño de tuberías con curvas de nivel, observar presiones entre otras funciones útiles para las obras y proyectos de la EPS.

c. Sistema de Internet

El sistema de Internet solía basarse en una sola línea telefónica hasta el año 2018, actualmente, se ha migrado a una fibra óptica, ya que antes no se contaba con esta en la zona donde está ubicada la planta de SEDACAJ. La EPS SEDACAJ cuenta con fibra óptica en tres líneas diferentes por la línea de internet de Movistar, único proveedor de esta. Con la migración de la fibra óptica se mejora la velocidad del internet, que se encontraba en 5 mega bytes c/s incurriendo en problemas con el sistema de red. Adicionalmente, se busca la optimización de la comunicación, una integración más completa y fluida de los procesos administrativos, comerciales y operativos de manera que la transmisión de información y datos. Además, que esto permitirá realizar los controles de la nueva planta “El Milagro”, elaborado bajo los controles lógicos de programables conocidos, principalmente, por sus siglas en inglés PLCs (Programmable Logic Controllers). De manera que, estos controles puedan ser observados y monitoreados desde un dispositivo móvil.

e. Conexión del Sistema Informático

El sistema de trabajo informático de la empresa se encuentra conectado a una Red LAN con topología estrella, como un sistema de transmisión de datos que permite compartir recursos e información por medio de PC, teniendo un sistema de comunicaciones capaz de facilitar el intercambio de Base de datos, voz sobre IP, Internet y multimedia enlazado con las Oficinas de la Gerencia Comercial con una

Red Inalámbrica a la sub Red LAN B, con ERP de Gestión Comercial SICI, de Gestión Administrativo AVALON, Base de Datos, Servidores y Data Center.(SEDACAJ PMO, 2016) .

Dentro de la planta de la EPS SEDACAJ S.A., el sistema de trabajo informático se encuentra conectado a una Red LAN, que es una red de área local; no obstante, para la comunicación con el local CC. El Quinde – Atención al Cliente y local JR. Cruz de Piedra N°150, es una red inalámbrica o radio enlace a modo de cableado.

FASE 2: Análisis del proceso actual de atención al cliente

El proceso de atención al cliente es uno de los cuatro procesos del área de División Comercial de la EPS SEDACAJ S.A. La finalidad de este proceso es poder atender asertivamente y de manera oportuna las consultas, solicitudes de reclamos generales y solicitudes de servicio que realice el cliente y/o usuario. Este proceso se lleva a cabo en las instalaciones de Jr. Cruz de Piedra N°150 para todo tipo de solicitud requerida, y en el C.C. El Quinde - Segundo Piso específicamente para pago de Recibos y Venta de Conexiones. En cuanto al manejo de objeciones y reclamos, el personal en el área de atención al cliente está debidamente capacitado para atender a los clientes y optan por una comunicación asertiva y horizontal consiguiendo llegar a un acuerdo o solución para el usuario dentro de sus posibilidades.

A. Reclamos generales

Los reclamos hechos por los usuarios se tienen registrados en el sistema; por lo que existe una base de datos actualizada del número de reclamos realizados manejado por la división de comercialización, cuya información se le hace saber a SUNASS (siendo reclamos fundados y/o apelaciones aceptadas). De acuerdo al

reglamento los reclamos fundados son aquellos que cumplen con las características para ser declarados como tales; de decir en situaciones donde ha habido error en la lectura de los medidores y la petición del usuario es aceptada. En primera instancia la empresa tiene la capacidad y obligación de resolverlos; como en el caso de un consumo atípico, cambio de medidores, etc.

Por otro lado, la cantidad de reclamos que van a apelación son mínimos y ocurre en situaciones en las cuales no se ha logrado un consenso entre la EPS y el usuario; generalmente los reclamos que van a apelación llegan fundados resultando en documentos conocidos “Silencio Administrativo” siendo positivo cuando es a favor del usuario; este es un recurso utilizado cuando esta parte no desea llegar a una mediación. En tanto, existe un dirimente, el cual es SUNASS. Haciendo referencia a las causas de reclamos, más de un 60% son por consumos elevados (descuidos, el medidor marcó mal, problemas con las redes, ya que hay más dotación de agua; por lo cual las redes quedan llenas). Además, dentro del reclamo comercial hay errores ya sea por parte del operativo que hace la lectura de medidores, por error de nombres. En este caso, al final de la medición se hace un muestreo y se observan las últimas alteraciones en consumo que sufrieron los usuarios. Entre los motivos por los cuales los usuarios realizan reclamos están: en primer lugar, por problemas con la medición de lectura, instalación, etc. Seguidos de, errores en valores aplicados en la factura por consumo. Otra razón es que las facturas no llegan ya sea a tiempo o al domicilio correcto. También, otra causa presentada con menor frecuencia se refiere a cortes de servicio por mora sin aviso; el cual se aplica cuando la tardanza es de tres meses en adelante.

B. Solicitudes de servicio

-Servicios Colaterales

Las solicitudes de servicio más frecuentes engloban los siguientes conceptos a reaperturas de conexiones de agua, factibilidad de agua y/o desagüe; por medidor malogrado, instalación de medidores, prueba de los mismos, por inspección del servicio de catastro y por cambio de categoría. Dentro de los servicios colaterales se encuentran: la instalación, reubicación, ampliación de conexiones domiciliarias; reubicación de la caja del medidor y/o caja de registro, cierre de conexiones domiciliarias, reapertura de estas, factibilidad del servicio, revisión y aprobación de proyectos y supervisión de obras.

Algunos de los precios que se manejan para gestionar actividades colaterales están desactualizados por más de cinco años, en el caso de las conexiones domiciliarias ha incrementado en un 3% en base al Impuesto de Promoción Municipal (IPM); más este monto no cubre ni implica un cambio significativo en los ingresos de la EPS.

Algunas de las acciones a efectuar respecto al incumplimiento de las cuotas del pago del servicio es el corte del servicio. Para ejemplificar: cuando el usuario lleva más de tres meses sin cancelar las cuotas pendientes, se inicia el proceso para levantar la conexión del servicio; para lo cual el usuario debe cancelar su deuda y el monto por reconexión del servicio. La principal razón por la que se realiza la reconexión del servicio básico es por el pago de deuda pendientes.

-Solicitudes de apoyo

Entre las solicitudes de apoyo se realizan los fraccionamientos, a través el cual el cliente y/o usuario titular del servicio puede solicitar el pago de hasta en 12 cuotas de su recibo. Respecto a ello, la cartera morosa está constituida principalmente

por los usuarios que entran en morosidad, haciendo referencia a los usuarios que tienen deuda por un plazo mínimo de un año, mediante “un convenio a pago” donde se les otorga la facilidad de pagar su deuda en plazos de tiempo.

C. Consultas

Las consultas que se realizan, son mínimas, gracias a que la empresa actualiza su sitio web y red social de Facebook. Algunas posibles consultas tratan acerca de: Horarios de atención por días festivos, modalidades de reclamo, precios y/o montos por servicios contratados. Las consultas pueden ser atendidas de manera presencial, vía teléfono de la institución o a través del sitio web, sin embargo, se recomienda no acudir a la empresa en caso sean consultas de grado menor, con el fin de evitar la aglomeración de personas en las instalaciones.

Evaluación tecnológica

-El software utilizado (SICI) no es eficiente para una adecuada gestión de las tareas en la división de Facturación y Cobranzas. Por ejemplo, el software actual no ordena secuencialmente los recibos por ruta de los nuevos usuarios de forma automática, lo cual significa que el personal encargado tendría que ingresar la información de cada usuario manualmente demandando mucho tiempo en solo esa tarea, lo cual dificulta también el intercambio de información en la data, al momento de obtener reportes para atención del cliente y/o usuario.

-El software tiende a presentar inconsistencias en la facturación provocando posibles reclamaciones por parte de los usuarios.

-Casi siempre, el cálculo de los importes resulta inestable y toma mucho tiempo para que todos los recibos en determinada fecha se procesen.

-El software actual, algunas veces permite detectar con facilidad posibles incongruencias

-No se imprimen de forma permanente los recibos ordenados por rutas de reparto o simplemente no se realiza eso.

Soporte de Sistema en la gestión comercial

En la gestión comercial, existe un Sistema de Gestión Comercial Integrado (SICI). Este software es una aplicación informática que apoya a los procesos de las divisiones en la Gestión Comercial de la EPS SEDACAJ S.A. En este sentido, la EPS es la encargada de la operatividad del software.

El software actual necesita ser actualizado y; además debe estar dentro de un proceso constante de mejora; el software presenta ciertas carencias imposibilitando una gestión óptima de todas las divisiones que integran al área comercial.

En cuanto a los sistemas de información con los que cuenta el área comercial, existen diferentes aplicativos informáticos de soporte para determinadas funciones; tales como la obtener la crítica de lecturas, reporte de cortes.

Deficiencias:

-Lentitud del Sistema SICI

-Inconsistencias y pérdida de información en el sistema, ya que, al ingresar información de nuevos usuarios, se pierde parte de esta, teniendo que reingresarse nuevamente; lo cual representa un grave problema al atrasar la gestión tanto de la división de catastro como la de comercialización.

-El software no satisface todas las necesidades y soporte eficiente para algunas tareas que retrasan

-La gestión de ambas divisiones: catastro y comercialización

-Equipo y herramientas insuficientes o mal estado.

-La información del SICI al no ser compatible con el internet, no puede ser visualizada y descargada desde ese medio; por lo que se debería hacer una migración de una plataforma moderna bajo el mismo modelo con el fin de que sea visualizada por los usuarios desde esta red.

De acuerdo a los hallazgos mostrados en el capítulo III del análisis situacional de la empresa EPS SEDACAJ S.A., se consideró importante conocer el grado de satisfacción de los usuarios a fin de validar la necesidad de implementar mejoras en el proceso.

Diagrama del proceso actual de atención al cliente

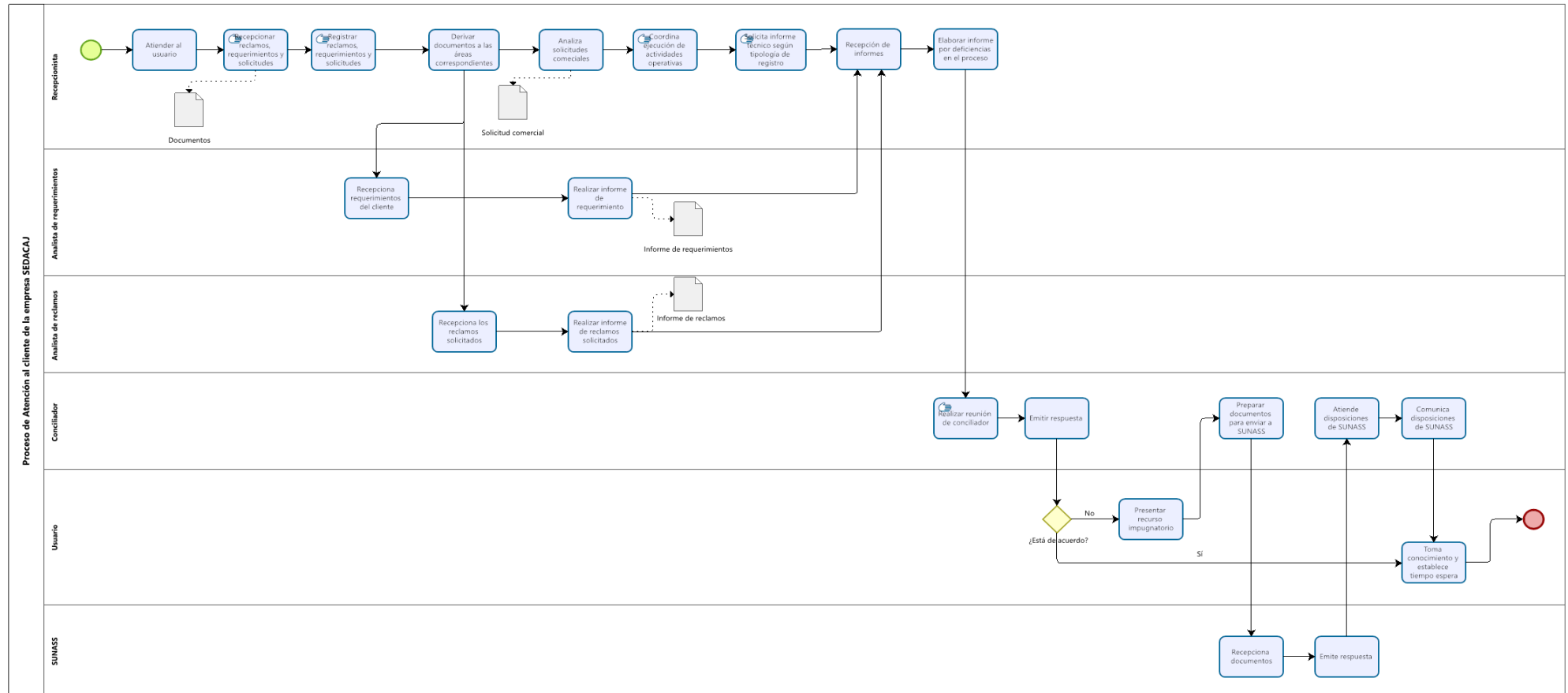


FIGURA 3: Modelo AS-IS del proceso actual de atención al cliente en la empresa EPS.SEDACAJ SA.

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso

El proceso actual de atención del cliente de la empresa EPS. SEDACAJ SA, empieza cuando el recepcionista atiende al usuario, después de ello recepciona los documentos de reclamos, requerimientos o solicitudes y acto seguido se registra en el sistema y después se deriva los documentos a las áreas correspondientes; ya sea al analista de requerimientos o al analista de reclamos. Después, el recepcionista analiza solicitudes comerciales y coordina la ejecución de actividades operativas. Inmediatamente después, solicita informe a cada área de establecida. Después, se elabora el informe por deficiencias en el proceso y se realiza la reunión con el conciliador y se emite una respuesta al cliente. En caso el cliente acepte, se toma conocimiento se establece el tiempo en espera y el proceso termina. En caso el cliente no haya aceptado se presenta un recurso impugnatorio y el conciliador prepara los documentos para ser enviado a la SUNASS (La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento), después se envía dicho documentos a la SUNASS, y este emite una respuesta mediante un informe electrónico, acto seguido el conciliador atiende las disposiciones de la SUNASS e inmediatamente se le comunicas dichas disposiciones al cliente y este toma conocimiento del caso y se establece un tiempo de espera de respuesta y es ahí donde el proceso termina.

Del análisis realizado del proceso actual de atención al cliente se observan ciertos puntos con oportunidad de mejora, por tal motivo, se consideró oportuno realizar la evaluación de satisfacción de clientes frente al servicio recibido a fin de validar la hipótesis. Se encuestaron 100 encuestas

Análisis de resultados de las encuestas realizadas a clientes de la empresa EPS. SEDACAJ S.A.

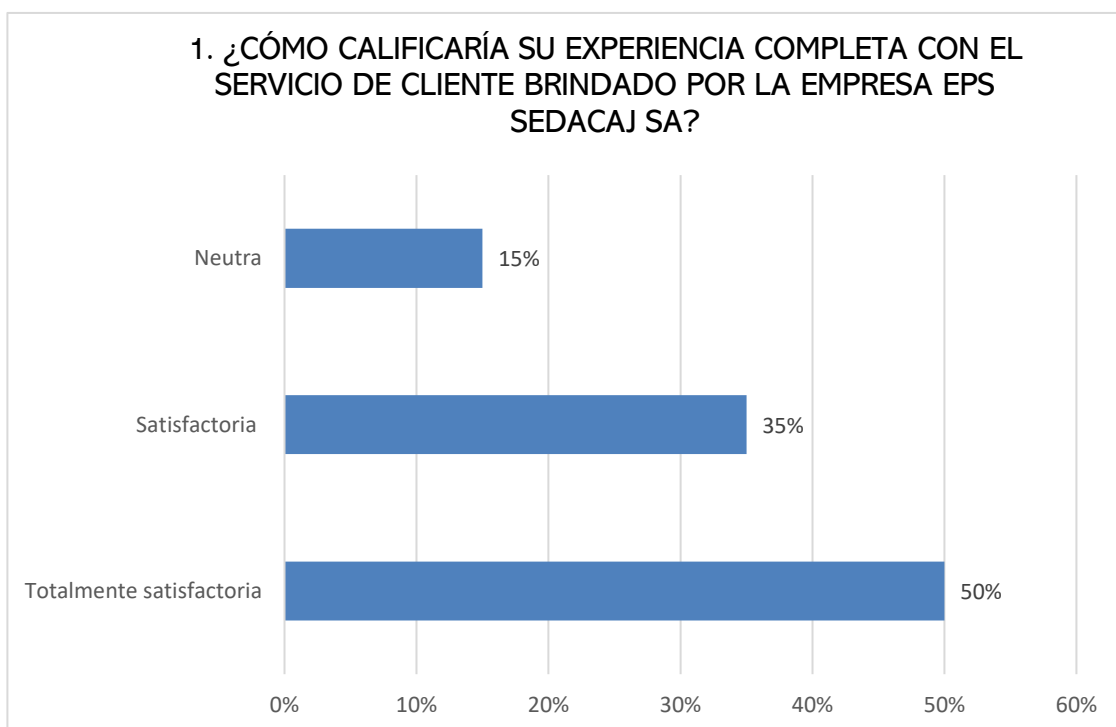


FIGURA 4: Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 1 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS.SEDACAJ S.A.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la figura 4, respecto a los resultados de la pregunta 1 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS.SEDACAJ S.A., se observa como resultado que el 34% de los encuestados calificaría su experiencia con el servicio brindado como totalmente satisfactoria, el 36% como satisfactoria y finalmente el 30% califa como neutra.

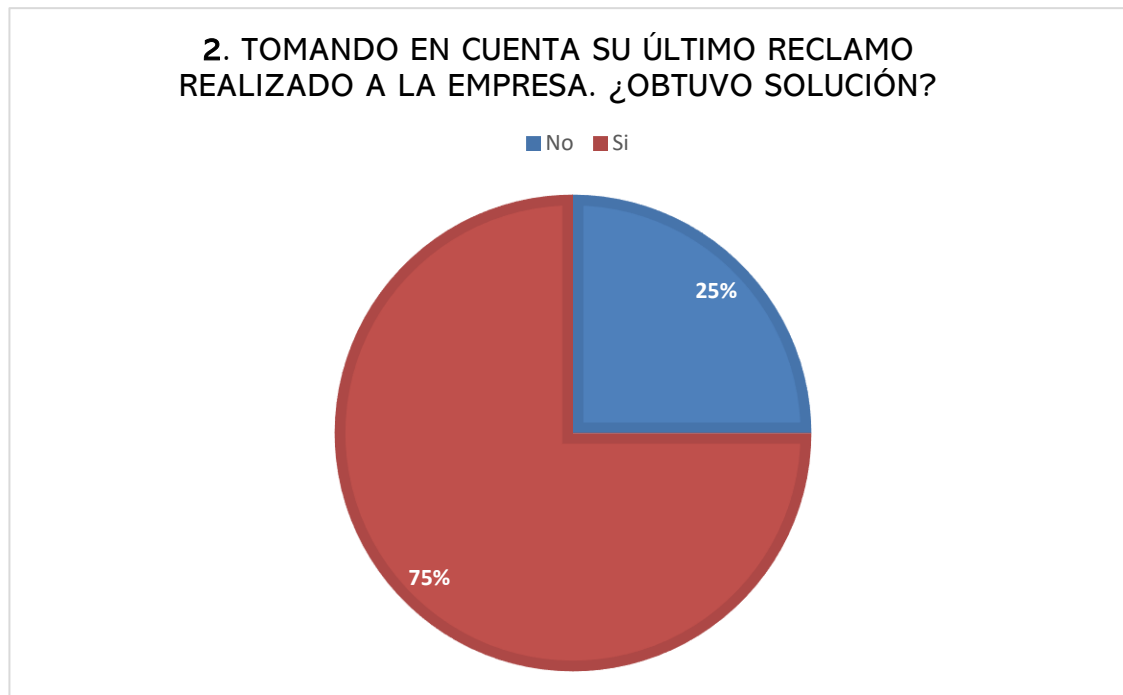


FIGURA 5: Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 2 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ SA.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la figura 5, respecto a los resultados de la pregunta 2 realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A., se puede apreciar en los resultados, que el 75% de los encuestados si obtuvo solución a su último reclamo realizado, mientras que el 25% del total nos mostró una respuesta negativa ante su reclamo realizado.

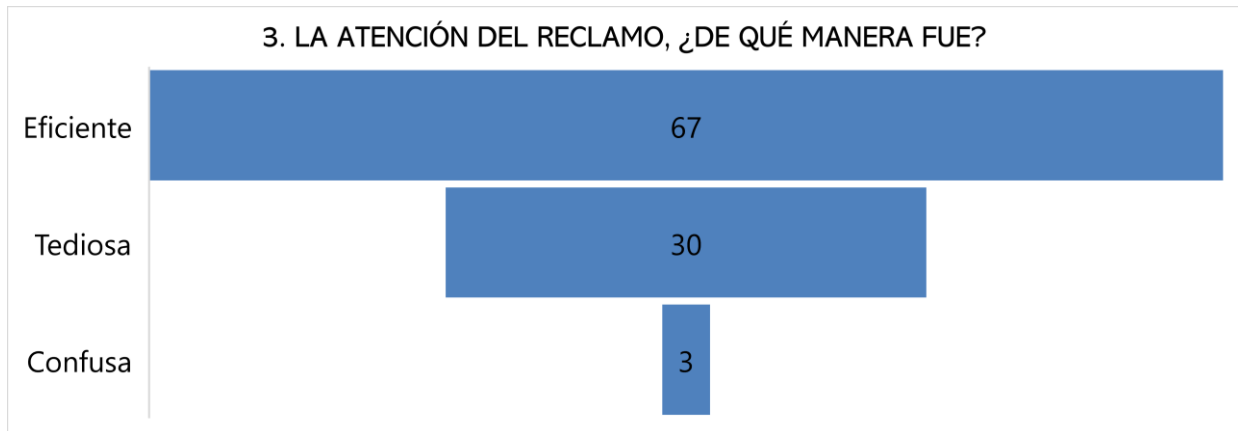


FIGURA 6: Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 3 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la figura 6, respecto a la pregunta 3 de la encuesta realizada los clientes de la EPS SEDACAJ S.A. se puede observar en los resultados que el 67% de los encuestados afirma que la atención de su reclamo fue eficiente, por otro lado, un 30% afirma que fue tediosa y, por último, un 3% afirma que su atención del reclamo fue confusa.

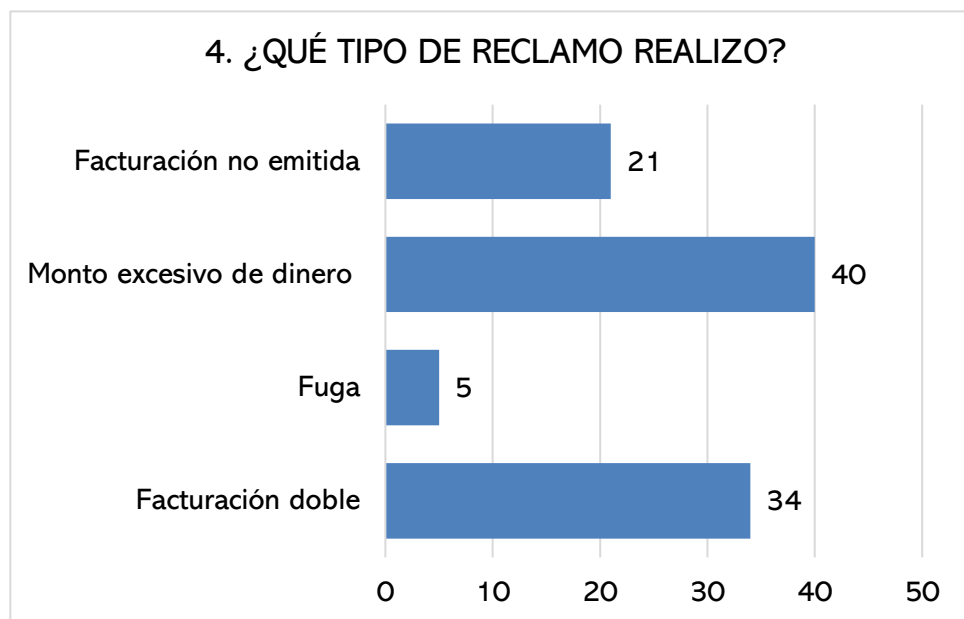


FIGURA 7: Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 4 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la figura 7, respecto a la pregunta 4 realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A., se puede observar en los resultados que un 40% del total de encuestados realizó un reclamo debido al monto excesivo de su recibo, el 34% realizó un reclamo debido a que se le facturo doble, un 21% fue debido a que su facturación no fue emitida y por último el 5% debido a una fuga de agua.

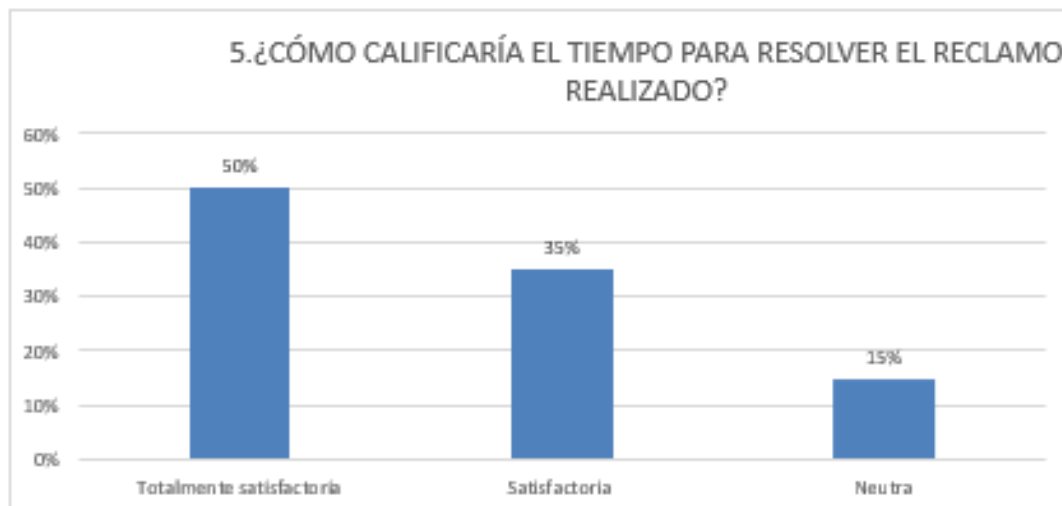


FIGURA 8: Gráfico Resumen de los resultados de la pregunta 5 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A.

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la figura 8, respecto a la pregunta 5 de la encuesta realizada a los clientes de la EPS SEDACAJ S.A., se observa en los resultados que el 50% de los encuestados afirma que calificaría el tiempo de resolver el reclamo como totalmente satisfactorio, un 35% como satisfactorio y un 25% como neutra.

Resumen resultado de encuestas realizadas

En la siguiente tabla se muestran los resultados de cada una de las cinco preguntas realizadas a los usuarios, a partir de los resultados se determinó la inconformidad de los clientes frente al servicio actual que reciben por parte de la EPS.

TABLA 7
Resultado de encuestas realizadas

PREGUNTA 1			
Totalmente satisfactoria	Satisfactoria	Neutra	Insatisfactoria
50%	35%	15%	0%
PREGUNTA 2			
SI		NO	
75%		25%	
PREGUNTA 3			
Eficiente	Tediosa	Confusa	
67%	30%	3%	
PREGUNTA 4			
Facturación no emitida	Monto excesivo de dinero	Fuga	Facturación doble
40%	34%	21%	5%
PREGUNTA 5			
Totalmente satisfactoria	Satisfactoria	Neutra	Insatisfactoria
50%	35%	25%	0%

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la primera pregunta, se puede obtener los siguientes resultados: el 50% calificaría su experiencia con el servicio brindado como totalmente satisfactoria, el 35% como satisfactoria y finalmente el 15% califica como neutra. En la segunda pregunta, el 75% si obtuvo solución a su último reclamo realizado, mientras que el 25% del

total nos mostró una respuesta negativa ante su reclamo realizado. En la tercera pregunta, el 67% afirma que la atención de su reclamo fue eficiente, por otro lado, un 30% afirma que fue tediosa y, por último, un 3% afirma que su atención del reclamo fue confusa. En la cuarta pregunta, un 40% del total realizo un reclamo debido al monto excesivo de su recibo, el 34% realizo un reclamo debido a que se le facturo doble, un 21% fue gracias a que su facturación no fue emitida y por último el 5% debido a una fuga de agua. Y finalmente, como quinta pregunta, el 50% de los encuestados afirma que calificaría el tiempo de resolver el reclamo como totalmente satisfactorio, un 35% como satisfactorio y un 25% como neutra.

FASE4: Determinación de Estrategias Tecnológicas

Tras el análisis realizado en la Fase 3 del presente capítulo se dió inicio al diseño de estrategias con soporte tecnológico. Para ello se utilizó la Matriz de Selección Estratégica, (Ver Tabla 9), la cual contiene los criterios considerados a fin de poder seleccionar aquellas estrategias enlistadas en la Matriz de estrategias A. (Ver tabla 8).

TABLA 8

Matriz de Estrategias A

NRO	ESTRATEGIAS
E1	Instalación de aplicativos informáticos que enlacen a las 4 divisiones en conjunto con los locales de atención habilitados a manera de obtener un sistema integrado.
E2	Realización de encuestas mediante web o físico a cada cliente, después de cada atención y culminación de cada reclamo.
E3	Implementar mejoras a nivel sistema en el proceso digital de atención al cliente.
E4	Modificaciones visuales y actualizaciones digitales en el sitio web actual de la empresa.
E5	Reclutar personal nuevo para el proceso de atención al cliente, estableciendo requisitos de habilidades y funcionalidades.
E6	Crear formularios de mejora en la web, al momento de cada cliente ingrese a la página web para gestionar sus reclamos o visualizar el proceso del mismo.
E7	Implementar herramientas tecnológicas como: a) Sistema de tickets para atención usuario. b) Formularios digitales para seguimiento y valoración de solicitudes
E8	Implementar personal para el seguimiento post-reclamo de cada cliente en cada caso establecido.

Fuente: Elaboración Propia

TABLA 9

Selección de Criterios para Estrategias

Criterios	Puntaje	E1		E2		E3		E4		E5		E6		E7		E8	
		Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total
Uso del software	6	5	30	4	24	5	30	5	30	3	18	4	24	5	30	2	12
Tiempo de respuesta	4	5	20	5	20	4	16	4	16	2	8	2	8	4	16	3	12
Costes para la empresa	5	4	20	1	5	4	20	2	10	2	10	2	10	5	25	4	20
Beneficios para el cliente	3	5	15	2	6	3	9	4	12	3	9	3	9	4	12	3	9
Impacto social	1	3	3	2	2	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4
Riesgos tecnológicos	2	3	6	1	2	3	6	4	8	1	2	1	2	4	8	2	4
TOTAL		94		59		84		80		49		55		94		61	

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 9, se puede observar la matriz de selección de criterios, en donde se consideraron los siguientes criterios: Uso del software con una valoración de “6”, Costes para la empresa con una valoración de “5”, tiempo de respuesta con una valoración de “4”, beneficios para el cliente con una valoración de “3”, riesgos tecnológicos con una valoración de “2” e impacto social con una valoración de “1”.

A partir de la evaluación realizada en la Matriz de selección de Criterios Estratégicos, se Seleccionaron las cuatro estrategias clave a considerar para implementarse dentro del proceso actual de Atención al Cliente de la EPS. Ver Tabla 10.

TABLA 10

Matriz de Estrategias B

NRO	ESTRATEGIAS	PUNTAJE
-----	-------------	---------

E1	Instalación de aplicativos informáticos que enlacen a las 4 divisiones en conjunto con los locales de atención habilitados a manera de obtener un sistema integrado.	94
E3	Implementar mejoras a nivel sistema en el proceso digital de atención al cliente.	84
E4	Modificaciones visuales y actualizaciones digitales en el sitio web actual de la empresa.	80
E7	Implementar herramientas tecnológicas como: a) Sistema de tickets para atención usuario. b) Formularios digitales para seguimiento y valoración de solicitudes	94

Fuente: Elaboración Propia

Detalle de Estrategias Tecnológicas Seleccionadas:

E1: Instalación de aplicativos informáticos que enlacen a las 4 divisiones en conjunto con los locales de atención habilitados a manera de obtener un sistema integrado.

Se busca optar un ERP integral a fin de poder enlazar las divisiones del área comercial, facilitando así el acceso de información de cada división para obtener reportes exactos y evitar errores informáticos que relenticen las gestiones y solicitudes por parte de los colaboradores y los usuarios. Para la selección del ERP más idóneo es necesario considerar el apoyo e involucramiento del experto en TI de la empresa a modo de evitar la pérdida de datos actuales o errores que alteren la data actual de clientes, servicios u otras gestiones del proceso.

E4: Propuesta para el sitio web actualizado

-Temática en colores

Los colores principales del sitio web tienen a ser un punto de atracción para el cliente, asimismo permite observar con detenimiento y claridad cada módulo con la información requerida, por tal motivo es indispensable realizar ciertas

modificaciones en el portal web respecto a módulos, organización y colores alternativos dentro de una paleta con tonos celestes y blanco.

-Sonido

Incorporar sonido en la página Web puede suponer una función para facilitar a los usuarios la búsqueda de función requerida al momento de dirigirse al portal. En tal sentido y teniendo como símbolo a Gotita de Sedacaj, el mensaje a incluir sería el siguiente:” E.P.S SEDACAJ te damos la bienvenida a continuación visualiza y selecciona en la cabeza de nuestro portal web la información que necesites”.

-Componentes

Entre los componentes del sitio web de la empresa, tenemos: Imágenes, texto y contenido multimedia. El tipo y tamaño de texto debe generar un contraste con la finalidad de dar una vista legible y nítida al lector usuario del sitio web. Las secciones internas deben estar entrelazadas de manera que el usuario pueda navegar de una página a otra utilizando hipervínculos, es decir se pueda facilitar la interactividad entre el usuario y el portal.

-Banner

Las imágenes fijas o animadas presentes en el portal web deben estar relacionadas a la temática de la empresa, a fin de poder promocionar :días festivos o significativo en relación a la compañía y/o informar actualizaciones, cambio u otro dentro de la E.P.S a la población.

Los marcos deben cargar páginas web a los que el usuario pueda redirigirse fácilmente, sea para gestionar pagos, reclamos u otro servicio de la empresa. De esta forma es posible dividir una página Web en diferentes partes o ventanas, cada una con sus propios bordes y barras de desplazamiento, cargando dentro de cada una de ellas

una página web externa independiente.

-Enlaces facilitadores de difusión y comunicación

Implementar botones de enlace en el sitio web que permitan direccionar al usuario a las redes sociales de la empresa, esto con la finalidad de agilizar el proceso de dirección al sitio oficial de Facebook de la empresa. Así también por otro lado y teniendo en cuenta el uso de los avances tecnológicos en especial de dispositivos móviles, es fundamental actualizar el sitio web creando enlaces directos con la línea de atención mediante wasap móvil, Messenger de la empresa y un chat personalizado en el cual el usuario pueda entablar sus consultas a la persona encargada del departamento de Atención al cliente.

Mediante el botón “Gestiona tu reclamo “, el usuario podrá dirigirse hacia una nueva ventana contendría un formulario en línea, para que el cliente pueda ingresar los respectivos datos solicitado



FIGURA 9: Prototipo de nuevo Sitio Web para la EPS SEDACAJ S.A.

Fuente: Elaboración Propia

E7: Implementar herramientas tecnológicas en:

a) Sistema de tickets para atención usuario.

Instalar un Sistema de Tickets automático enlazado con las ventanillas de atención cliente a fin de poder facilitar y ahorrar tiempo a los usuarios al momento de realizar sus reclamos en oficina. En cuanto a la elección del Sistema se consideró optar por (Sistema OsTicket) dado que cumple con las funcionalidades requeridas.

b) Formularios digitales para seguimiento y valoración de solicitudes

Formulario digital

El sitio web debe permitir acceder directamente a un formulario digital. Los campos de este formulario deben cumplir con cierta capacidad de caracteres disponibles a llenar, esto con la finalidad de validar la información ingresada al sistema. Cada categoría solicitada desglosa opciones sistematizadas, para facilitar al usuario datos como: Tipo de solicitud, datos generales de cliente registrado, entre otras.

Datos del cliente

- Nombres y Apellidos
- DNI / Pasaporte
- Teléfono
- Correo
- Dirección: Urb/calle/referencia
- Región / Departamento /Distrito
- Datos de solicitud
- Tipo de solicitud
- Detalle de reclamo (Anexar y adjuntar doc. de acuerdo a la solicitud de reclamo)

E3: Mejoras a nivel Sistema del proceso actual de atención al cliente:

A continuación, se observa la propuesta del Proceso TO-BE con las mejoras implementadas.

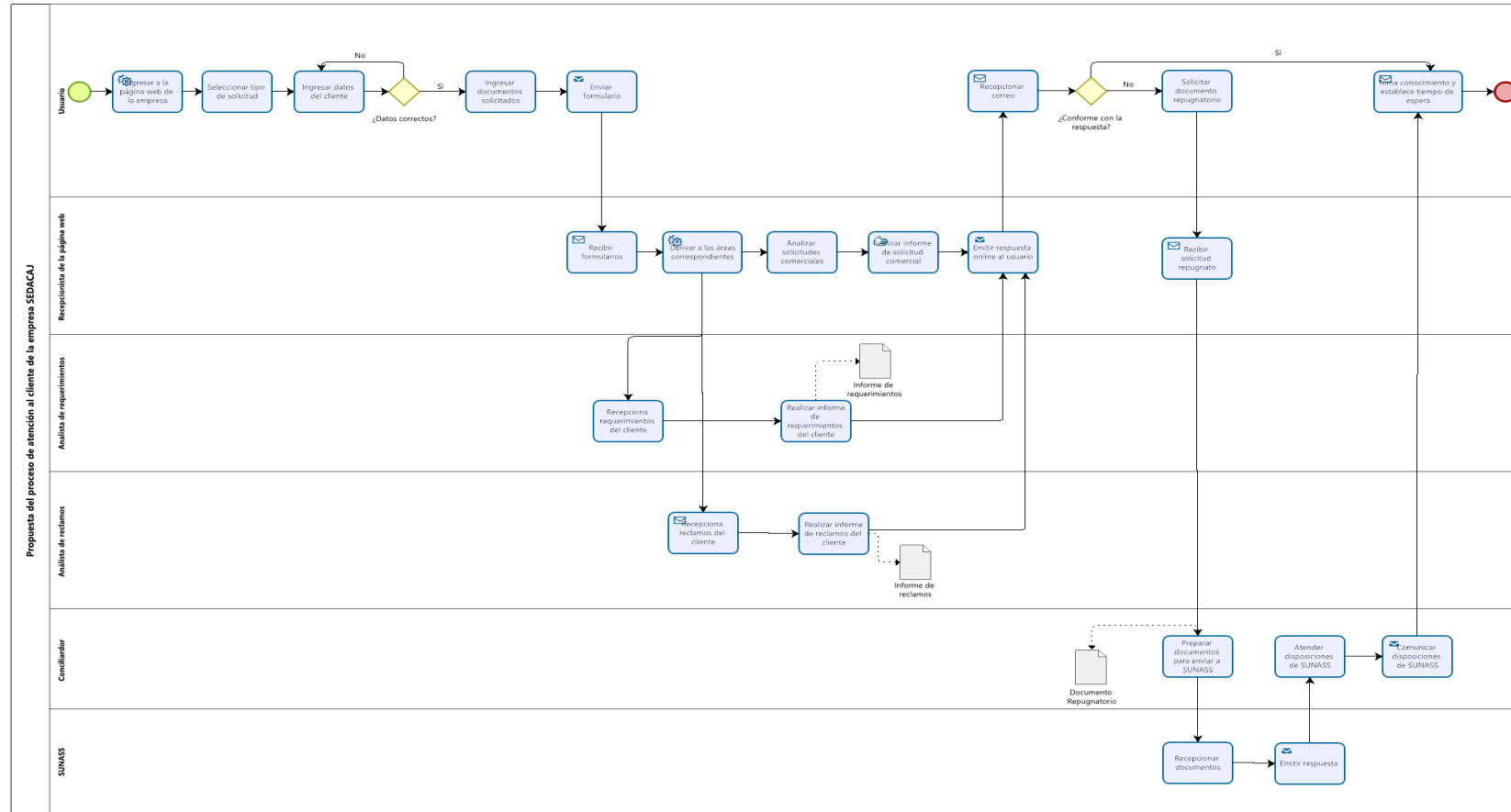


FIGURA 10: Modelo TO-BE del proceso de atención al cliente de la empresa EPS.SEDACAJ S.A.

Fuente. Elaboración Propia

Descripción del proceso modelo TO BE

El proceso de atención al cliente propuesto, inicia cuando el usuario ingresa a la página web de la empresa, y selecciona el tipo de solicitud que desea realizar, inmediatamente después ingresa sus datos para validarlos, si no son correctos deberá ingresar nuevamente datos correctos, pero en caso sea correcto se adjunta los documentos solicitados dependiendo el tipo de solicitud y envía el formulario. A continuación, el recepcionista de la página web recibe el formulario y dependiendo la tipología de la solicitud deriva dichos formularios a las áreas correspondientes, como, por ejemplo: analista de requerimiento y analista de reclamos.

Después, el recepcionista analiza las solicitudes comerciales y realizar informe de la solicitud comercial y solicita informe a las otras áreas. Luego, se emite una respuesta al usuario mediante su correo electrónico y si el usuario está conforme con la respuesta se establece un tiempo de espera y el proceso termina. Pero, en caso el cliente no acepte la respuesta solicita un documento repugnatorio, la recepcionista recibe dicha solicitud y la deriva al conciliador, este prepara los documentos para la SUNASS ((La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento), después se envía dicho documentos a la SUNASS, y este emite una respuesta mediante un informe electrónico, acto seguido el conciliador atiende las disposiciones de la SUNASS e inmediatamente se le comunicas dichas disposiciones al cliente y este toma conocimiento del caso y se establece un tiempo de espera de respuesta y es ahí donde el proceso termina.

FASE4: Análisis de Viabilidad Económica

Análisis Financiero

Para el análisis financiero, primero se definió el flujo financiero junto con la inversión inicial observada en Proyección de Costos. (Ver ANEXO N°6, pág. 103), a fin de estimar el beneficio total, también se tomaron en cuenta los indicadores del VAN y el TIR, asimismo, se consideró una tasa de descuento de 10% anual.

TABLA 11: Análisis Financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Flujo de ingresos		S/ 798,543.00	S/ 798,543.00	S/ 798,543.00	S/ 798,543.00
Flujo de egresos		-S/ 710,588.00	-S/ 710,588.00	-S/ 710,588.00	-S/ 710,588.00
Flujo neto	-S/ 170,208.00	S/ 87,955.00	S/ 87,955.00	S/ 87,955.00	S/ 87,955.00
Inversión inicial	S/ 170,208.00				
Tasa de descuento	10%	10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 6, se define que el Valor Actual Neto (VAN) es S/2,531,273.86 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 37%. Estos dos indicadores tienen un valor mayor a 0, lo cual indica que el proyecto resulta ser viable.

TABLA 12: *Indicadores del Van y Tir*

Indicadores	Flujo financiero
	S/
VAN	2,531,273.86
TIR	37%

Fuente: Elaboración propia

FASE 5: Análisis del Impacto Social

Dado que los servicios que ofrece la empresa EPS SEDACAJ S.A.: Servicio de agua potable y servicio de alcantarillado, son recursos indispensable y un derecho de todo ciudadano, el poder mejorar el proceso de atención al cliente, repercutirá positivamente en la satisfacción de la población residente en la provincia de Cajamarca, en la medida que cada estrategia tecnológica seleccionada aporta grandes beneficios para que el usuario reciba una atención de calidad, disminuyendo así el tiempo de demora en la solución de solicitudes de reclamos, solicitudes de servicios y consultas, a su vez minimizando el porcentaje de error en los trámites que los clientes realiza. Asimismo, evitando que, por factores internos de la empresa, el cliente tenga que recurrir a medidas drásticas que afecta su conformidad con la empresa y buscando que el usuario siempre tenga disponibilidad del recurso para la continuidad de sus actividades cotidianas y/o laborales.

FASE 6: Análisis del Impacto Social

La presente investigación pretende contrastar el impacto de las tecnologías con el medio ambiente, todo dependerá del porcentaje de la población que tiene acceso a la tecnología propuesta, tales como el generador de tickets, herramienta tecnológica de seguimiento de

la fuga de agua y el uso de la página web para las interacciones del usuario con la empresa, el uso de la tecnología a nivel de consumo y la calidad medioambiental de la tecnología utilizada. Asimismo, busca estimular al usuario y trabajadores de la empresa a crear un ambiente atractivo para la propuesta en proyectos relacionados con tecnologías amigables para el medio ambiente; aumentar la conciencia sobre las opciones de tecnología amigable, buscar oportunidades de inversión que involucren estas tecnologías, que combinan el desarrollo de las naciones con las agendas ambientales, considerando que la dotación de recursos naturales disponibles en el planeta se mantenga.

Algunas recomendaciones para reducir el impacto ambiental orientado en TIC son:

- Utilizar proveedores Cloud sostenibles
- Migra cargas de trabajo adecuadas a la nube.
- Recoger, procesar y almacenar menos datos

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIÓN

El resultado obtenido para el presente estudio de investigación respecto al diseño de estrategias tecnológicas para atención al cliente en la empresa EPS.SEDACAJ SA. demuestra y valida la hipótesis establecida a inicios de la investigación, sin embargo, se limita el uso o implementación de esta propuesta para otras empresas, dado el carácter de la empresa, su población y la confidencialidad de la información contenida en esta investigación. Asimismo, dado que el presente trabajo se realizó dentro de la coyuntura actual sanitaria de la COVID-19, existieron limitaciones para realizar las reuniones presenciales tanto con los gerentes como para con los clientes. Finalmente, es vital precisar que las limitaciones mencionadas anteriormente no generaron inconvenientes para el desarrollo de la presente investigación al ser un estudio no experimental-descriptivo.

Como primer objetivo se realizó el análisis situacional de la empresa. Actualmente, la empresa EPS SEDACAJ S.A. tiene una estructura organizacional bien definida que involucra factores fundamentales para precisar una jerarquía del poder y las funciones asignadas a sus colaboradores, del mismo modo su misión y visión como organización están orientados al cumplimiento de sus objetivos, partiendo desde una perspectiva que se orienta a la satisfacción del cliente , buenas prácticas y soluciones oportunas a través del ofrecimiento de la calidad y el cumplimiento de valores institucionales como el : servicio , compromiso y responsabilidad social.

Habiendo aplicado como instrumento de recolección de datos la guía de entrevista a los encargados de la alta dirección: al Gerente General y Gerente del Área de División Comercial. En el presente caso se pudo recopilar la información precisa

para complementar junto con otras investigaciones de la misma índole y de esta forma poder realizar un diagnóstico completo de la situación actual de la empresa, donde de acuerdo a la matriz EFI, se obtuvo una puntuación de 3.91, lo cual hace referencia que la empresa es internamente fuerte, por ser una empresa única en toda la ciudad y carecer de competidores directos externos. Sin embargo, se corroboró la existencia de deficiencias, destacando como principales debilidades encontradas: un nivel de morosidad medio-alto, un inadecuado flujo de información entre las áreas asociadas a la de División Comercial. Adicional a ello, se halló una incorrecta gestión del libro de registro de accionistas y demoras en atención al cliente. Cabe mencionar que, se hace énfasis en estas debilidades, dado al grado de relación con el presente estudio, ya que se encuentra asociado a nuestras dos variables “Atención al cliente “y “Tecnologías de la información y comunicación”. En referencia a ello, Del Campo Misahuamán, C (2019), en su estudio de investigación que dió como resultado la elaboración e implementación de un plan de comunicación para la presente empresa EPS. SEDACAJ S.A. Además, la empresa a través de su análisis interno y externo identificó debilidades similares a las encontradas en la presente investigación. De ello, se entiende que pese a los esfuerzos realizados con anterioridad para mejorar ciertos factores de la misma; aún es necesario la implementación de alternativas de solución que profundicen en los problemas desde raíz a fin de lograr mejoras reales que puedan ser medibles. A partir de ello, se identifica que estrategias de bases tecnológicas se requieren para ser usadas. Como referencia, el trabajo realizado por Gimeno & Vicente (2010) relacionado a las TIC’S, explican como repercuten estas, favorablemente, en el sector bancario como estrategias empresariales. Este sector guarda relación al sector de estudio, dado que ambos manejan una alta demanda de usuarios. Del mismo modo, se hizo uso de

herramientas de análisis como: Análisis de las cinco fuerzas de Porter, análisis FODA y otras matrices comparativas. Esto, con el fin de establecer una relación entre las variables “TIC’S “y la relación con la empresa y sus beneficios para ella misma y sus usuarios.

Continuando con los objetivos de estudio , de acuerdo al análisis de las respuestas obtenidas gracias a la colaboración de los 100 usuarios de la empresa EPS SEDACAJ S.A encuestados mediante el uso de la cédula cuestionario con carácter anónimo, se observó en los resultados de la figura 1 que el 34% de los clientes calificaba su experiencia como “totalmente satisfactoria”, un 36% como” satisfactoria “ y un 30 % calificó su experiencia como “neutra” ,por lo cual se deduce que existe cierto grado de insatisfacción frente al servicio ofrecido por la EPS. Asimismo, en la figura 2, se puede apreciar respecto a los resultados de la segunda pregunta, la necesidad de aplicar mejoras en la solución de quejas y reclamos , ya que un 75% de los encuestados confirmó que obtuvo una solución , sin embargo un 25% mostró su negativa, estos valores demuestran como la cuarta parte de encuestados no han recibido soluciones oportunas, si tomamos en cuenta la gran totalidad de usuarios que superan los 40,000, implicaría que existe un alto% de clientes que no son atendidos adecuadamente. Del mismo modo, en la figura 5, respecto a los resultados de la última pregunta se observa que el 50% de los encuestados calificaría el tiempo de resolver el reclamo como “totalmente satisfactorio”, un 35% como “satisfactorio” y un 25% como “neutra”, de este resultado se buscó identificar posibles causas, deduciendo que estas podrían ser : la falta de capacitación del personal para atención al cliente, la alta demanda de usuarios, y la falta del uso adecuado de recursos tecnológicos para acelerar y optimizar el proceso de atención. Tomando en cuenta las posibles causas de la

satisfacción no total de usuarios, se observa que los problemas son fáciles de percibir, sin embargo, el no tomar acciones para su mejora impide el nivel total de satisfacción de clientes, haciendo contraste con lo mencionado, Hermoza L (2015) en su investigación respecto a la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente, también identificó que el servicio ofrecido por parte de la empresa no cumplía con las expectativas del cliente debido a factores como :el desorden en las colas, la falta de una boletería, la falta de seguridad al usuario y demoras en sistema ,demostrando una necesidad de mejorar la calidad de los procesos. Lo resultados mencionados anteriormente para la presente investigación demuestran que se pudo identificar el nivel de satisfacción de clientes, respecto a la atención que reciben por parte de los colaboradores del área comercial y por consiguiente justificar la necesidad de implementar estrategias tecnológicas que logren subsanar estos problemas actuales y asegurar la calidad del servicio. En relación a estos resultados, Cervantes (2019) en su investigación respecto al impactos de las TIC´S en la satisfacción del cliente interno y externo, también hizo uso de encuestas aplicadas a una muestra de 125 clientes, de lo cual determinó cómo el uso de la tecnología repercutía positivamente en el nivel de satisfacción de usuarios, ya que su uso permitía una atención más eficaz a sus necesidades y garantizaba una mejor calidad de servicio. Respecto a calidad del servicio como ente para satisfacción del usuario, Martínez L (2018) en su investigación relacionada a: “calidad del servicio” y “satisfacción del usuario”, concluyó que existe una relación significativa entre ambas variables, tomando en cuenta que el coeficiente de correlación obtenido fue $r=0,624$ con un nivel de significancia de 0,000 menor a la región crítica 0,05, lo cual validó a la calidad de servicio como generador de valor para la satisfacción del cliente, esto quiere decir que la manera en cómo se ofrece el servicio

a los usuarios repercutirá en la relación del cliente con la empresa y es indispensable hacer esfuerzos por mejorar el nivel de servicio .

De la misma manera Liza & Siancas (2016) en su estudio ,respecto a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria y habiendo hecho uso del Modelo Servqual, concluyó que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, en 0.143 para el caso de percepción de los clientes y 0.071 para el caso de expectativas , validando la existencia de relación entre ambas variables .Estos autores hacen hincapié en la base a la calidad de servicio y la relación con la satisfacción del usuario. Análogamente, Comerca (2016)en su investigación, respecto a la calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios, determinó a la calidad en el servicio como requisito indispensable y un ente diferenciador entre la competencia para toda empresa de servicio, así también identificó que los factores como : la actitud y desempeño de los colaboradores , el tiempo de espera para el proceso de atención , la infraestructura y seguridad , son los atributos más valorados por el usuario. Si nos enfocamos en el factor “ tiempo de espera” podemos deducir como la intervención de recursos tecnológicos utilizados adecuadamente puede reducir la brecha entre :el tiempo de espera de atención actual y el tiempo de espera deseado por el usuario .Por consiguiente, intervendría de forma positiva la variable “Tecnologías de la información y comunicación” , ya que su uso e implementación en esta dimensión crean ventajas tanto para el empleador como para el usuario , brindándole al personal recursos para mejorar la eficiencia de su desempeño y esto se ve reflejado en la percepción del usuario al obtener respuestas favorables ante sus solicitudes Chávez B & Trinidad (2017) y Alama F (2018) en relación al efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad demuestran como las TIC’S

evidentemente si logran impactar de manera favorable a los procesos de una empresa , ello gracias a los beneficios que se obtienen en la comunicación organizacional , el valor agregado orientado a la satisfacción del usuarios y el impulso de la competitividad empresarial .

Como cuarto objetivo se evaluó la viabilidad de la propuesta través de la metodología costo/beneficio, obteniendo como un resultado en la proyección de costos de S/. 170,208.00, asimismo se conoce que la empresa en estudio tiene ingresos por encima del monto lo que hace viable el proyecto. Al igual que Rubio R (2017), en su investigación respecto al impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC´S) en la productividad, analizó el costo-beneficio en pequeñas empresas, las cuales eran objeto de estudio de dicho proyecto, con el propósito de analizar el impacto de la influencia de la falta de aplicación de las TIC en la administración. Los resultados que se encontraron fueron los siguientes: limitaciones presupuestales con el 47%, lo cual puede ser causado por factores internos o externos de la empresa o los altos costos de los equipos y el software; el 24% manifestó la falta de entrenamiento del personal; y el 18% respondió que no encontraban dificultades.

Y como último objetivo fue determinar el impacto ambiental y social de la propuesta, debido a que, la empresa ofrece servicios de primera necesidad a una población numerosa dentro del país, de esta manera predecir e interpretar el impacto ambiental y social, asimismo prevenir las consecuencias negativas que determinadas acciones, planes, programas y proyectos pueden tener en la salud humana, el bienestar de las comunidades y el equilibrio ecológico, esto concuerda con la investigación realizada por Lino & Quimi (2019), la cual tuvo como objetivo analizar la magnitud de la influencia de la falta de aplicación de las TIC en la administración de las pequeñas

empresas, de igual forma analizo el sistema propuesto, el cual se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

Como implicancia práctica, la presente investigación demuestra que las estrategias tecnológicas propuestas para el área comercial, genera expectativas altas para los gerentes, debido a que se visualiza deficiencias dentro de los procesos del área en estudio. Además, el estudio ayuda a los directivos de la empresa a gestionar eficientemente el área comercial, para generar mejores resultados positivos, reducción de quejas, posicionamiento dentro de las redes sociales, entre otros.

Como implicancia teórica, el presente estudio expone material de beneficio para futuras investigaciones sobre la propuesta de estrategias tecnológicas para el proceso de atención al cliente de una empresa pública, siendo un antecedente de consulta y apoyo para estudiantes y egresados de la carrera de ingeniería empresarial.

Como implicancia metodológica, la presente investigación es de carácter novedoso e innovador, siendo un sustento práctico para las empresas públicas con el propósito de mejorar el área comercial y generar satisfacción a sus usuarios, obteniendo una mejor visualización de sus características del entorno, procesos y usuarios.

CONCLUSIONES

□ Se propuso estrategias tecnológicas para la gestión comercial de EPS SEDCAJAD para la mejora del proceso de atención al cliente, para lo que se identificaron las tareas establecidas dentro del procesos y los requerimientos de los clientes por medio de entrevistas con el gerente general, jefe comercial y clientes, donde se estableció que se

busca implementar tecnología con enfoque en la satisfacción de los clientes en referencia a la calidad del servicio. Las estrategias tecnológicas planteadas integra dichas necesidades por medio de la implementación de hardware dentro de los procesos comerciales existentes.

□ Se diagnosticó la situación actual de la organización, tanto del entorno interno como del externo, donde se identificó que EPS SEDACAJAD se encuentra en una situación alta de posición dentro del rubro, siendo la única empresa de la ciudad que brinda los servicios de agua potable en la ciudad. El estudio de los factores internos obtuvo un puntaje final de 3,91, lo cual hace referencia que la empresa es internamente fuerte, por ser una empresa única en toda la ciudad y, por ende, carece de competidores directos externos. Por otro lado, los factores externos obtuvieron un total de 3,43, lo cual hace referencia que el entorno es favorable y la empresa está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria (Ver Tabla 2 y 3).

□ Se analizaron los procesos comerciales de la empresa por medio de la diagramación de los flujogramas del proceso de “Atención al cliente” tanto de la modalidad presencial como de la online. Para su medición cualitativa se realizó la observación de dichos procesos de manera presencial, mientras que de manera cuantitativa el cuestionario a los 100 clientes para reconocer el estado inicial de los procesos comercial.

CAPÍTULO V:REFERENCIAS

- Alama. (2018). RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS PROVINCIA Y DISTRITO DE LIMA – AÑO 2017 . Obtenido de Repositorio de Universidad Peruana de las Américas: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/295/RELACI%C3%93N%20ENTRE%20LA%20CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20LA%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE%20EN%20LA%20UNIVERSIDAD%20PERUANA%20DE%20LAS%20AM%C3%89RICAS%20PROVINCIA%20Y%20DISTRITO%20DE%20LIMA>
- Belloso Chacín. “Marco Metodológico” de la Universidad Privada Urbe. Obtenido de: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095501/cap03.pdf>
- Castillo, C. (2016). “Calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la oficina regional de Osinergmin La Libertad 2015”. Obtenido de Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo: <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3216>
- Chávez, B & Trinidad, Y.(2017). “Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao”. Obtenido de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2682>

Comerca, J. (2016). “Calidad de atención en el servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios en la oficina regional de Osinergmin La Libertad 2015”.

Obtenido de: <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3216>

Cruz Lucero. (2019). “ Intervención del Trabajo Social en el fortalecimiento de las habilidades sociales en los niños y niñas de la Institución Educativa Javier de Gorivar en el período Marzo-Agosto 2017. Obtenido de:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18833/1/T-UCE-0013-CSH-106.pdf>

Del Campo Misahuamán, C (2019). “Elaboración e implementación del plan de comunicación para la oficina de imagen institucional de la empresa prestadora de servicios de saneamiento de Cajamarca – Sociedad Anónima EPS SEDACAJ S.A”. Obtenido de:

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23029>

Díaz Bazo; Flores Flores; Suarez Díaz (2016). “Guía de investigación en educación”.

Obtenido de:

https://cdn02.pucp.education/investigacion/2016/06/21165057/GUIA-DE-INVESTIGACION-EN-EDUCACION_21_11_16.pdf

Douglas Da Silva. (2020). “¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas actuales”. Recuperado de:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

Espinoza. (2016). Análisis situacional del uso de las tics en las mypes del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016. Obtenido de Repositorio

Institucional Digital de la Univerisdad Nacional Jorge Basadre Grohamann:
<http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3074>

Flores Ramírez; Arriaga Bueno, Silos Vaquera, Pérez Requejo. (2018). “Percepción del proceso de envejecimiento en adultos mayores en México” . Obtenido de:
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/184/184764011/html/#:~:text=C%E2%80%A6>

Gallardo Echenique. (2017). “Metodologías de la investigación”. Obtenido de:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

Gimeno. (2010). “La influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito”, . Obtenido de Repositorio de Contingut Lliure: <https://roderic.uv.es/handle/10550/23462>

García Sánchez; Pacheco Sanz; Díez González; García Martín. (2010). “La metodología observacional como desarrollo de competencias en el aprendizaje” - International Journal of Developmental and Educational Psychology, vol. 3, núm. 1, 2010, pp. 211-217”. Obtenido de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832326022.pdf>

García-Álvarez, M. T. (2013). El rol de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento: un desafío. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 322-333. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992011.pdf>

González ;García ; Caro & Romero. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. Obtenido de Repositorio Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/646/64631418004.pdf>

Gonzales Isunza. (2010). “Estrategias de negocios apoyadas en tecnológicas de información. Obtenido de: <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/570249?locale-attribute=es>

Hermoza. (2015). "ESTUDIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA GECIDSA DE SULLANA 2015". Obtenido de DOC PLAYER Universidad Nacional de Piura: <https://docplayer.es/55145261-Universidad-nacional-de-piura.html>

Hernandez, H. M. (2014). Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano. Obtenido de Repositorio Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000100004

KPMG. (2013). El impacto de las herramientas tecnológicas en la gestión de personas. Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/empleo-management/impacto-herramientas-tecnologicas-gestion-personas-2058164?href=nwsltr>

Labarca, N. (2007). “Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial”. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>

Lino, L; Quimi, L. (2019). “Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y su influencia en la administración de las pequeñas empresas del Ecuador 2017-2018”. Obtenido de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42756/1/%e2%80%9cLAS%20TECNOLOG%c3%8dAS%20DE%20INFORMACI%c3%93N%20Y%20COMUNICACI%c3%93N%20%28TIC%29%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20ADMINISTRACI%c3%93N%20DE%20LAS%20PEQUE%c3%91AS%20EMPRESAS%20DEL%20EC~1.pdf>

Liza,C; Sianca,C. (2016). “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo,2016”. Obtenido de:
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10969>

Margalina, V. M. (2017). Impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC´S) en la productividad de las empresas del sector calzado de Tungurahua. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato:
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26154>

Martínez,L. (2018). Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de La Tinguiña, Ica 2018. Obtenido de Repositorio de Universidad Cesar Vallejo:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29416/martinez_sl.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medrano Quiroz. (2020). “Atención al cliente”. Obtenido de:
<https://es.slideshare.net/BetzabeMedrano/atencion-al-cliente-238831310>

Morote, C. (2018). COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACION DEL ESPÁRRAGO FRESCO O REFRIGERADO PERUANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2013 -2017. Obtenido de Repositorio de Universidad

Cesar

Vallejo:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32198/Cristobal_MFE.pdf.txt;jsessionid=84326466E46E4DEC823277A85584BA7C?sequence=4

Montoya, C; Boyero, M. (2012). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. Revista científica: “Visión del futuro”. 17(1), 130-151.

Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935480005.pdf>

Odreman. R. (2014). “Gestión tecnológica: Estrategias de innovación y transferencia de tecnología de la industria”. Obtenido de:

<http://ve.scielo.org/pdf/uct/v18n73/art04.pdf>

Ortiz, L. (2020). Gestión de cliente. "La importancia del servicio al cliente para tu negocio". Obtenido de: <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>

Osorio, G. (2015). “DISEÑO DE PLAN DE SERVICIO AL CLIENTE PARA LA EMPRESA CASA DE ESPECIALISTAS DE LA COORPORACIÓN IPS SALUDCOOP EN EL MUNICIPIO DE PEREIRA. Obtenido de:

<https://core.ac.uk/download/pdf/71399113.pdf>

Pérez, D & Dressler, M. (2006). Tecnologías de la información para la gestión del.

Intangible Capital. Obtenido de:

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/2945/Tecnologias%20de%20la%20informacion.pdf>

Ramírez, L. S. (2019). Tesis “LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y SU INFLUENCIA EN LA

ADMINISTRACIÓN DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL ECUADOR 2017-2018”. Obtenido de Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42756>

Ramos Piñero. (2014). “Investigación retrospectiva para dar respuesta al origen de una enfermedad ocupacional músculo – esquelética” Obtenido de: <https://www.coursehero.com/file/56634160/Dialnet-InvestigacionRetrospectivaParaDarRespuestaAlOrigen-5300521pdf/>

Rubio, R. (2017). “Impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC’S) en la productividad de las empresas del sector calzado de Tungurahua”. Obtenido de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26154/1/T4078i.pdf>

Saavedra García, M & Tapia Sánchez, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/823/82326270007.pdf>

Santana, A. (2015). Prioridades de gestión de tecnologías de información en organizaciones peruanas. Revista Venezolana de Gerencia. Obtenido de Repositorio Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/290/29046685003.pdf>

Siancas, L. (2015). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016. Obtenido de Repositorio de Universidad Privada del Norte: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soria>

no%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20-
%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&is
Allowed=y

Torres, L. (2019). “ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE
COMUNICACIÓN PARA LA OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL
DE LA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE SANEAMIENTO
DE CAJAMARCA – SOCIEDAD ANÓNIMA EPS SEDACAJ S.A.”.
Obtenido de Repositorio de Universidad Privada del Norte:
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23029/Del%20Camp
o%20Misahuam%c3%a1n%20Corina%20Rosal%c3%ada.pdf?sequence=3
&isAllowed=yhttps://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23029
/Del%20Campo%20Misahuam%c3%a1n%20Corina%20Rosal%c3%ada.p](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23029/Del%20Camp%20Misahuam%c3%a1n%20Corina%20Rosal%c3%ada.pdf?sequence=3&isAllowed=yhttps://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23029/Del%20Campo%20Misahuam%c3%a1n%20Corina%20Rosal%c3%ada.p)

CAPÍTULO V: ANEXOS

ANEXO N°1

Tabla 13

Matriz de Consistencia

TÍTULO: ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Qué estrategias tecnológicas mejoran en proceso actual de atención al cliente, respecto al área comercial de la Empresa EPS SEDACAJ, 2021?	La definición de estrategias tecnológicas puede mejorar el proceso de atención al cliente de la Empresa EPS SEDACAJ de la ciudad de Cajamarca, 2021.	<p>General:</p> <p>Definir estrategias tecnológicas para la empresa Prestadora de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de la ciudad de Cajamarca</p> <hr/> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar el diagnóstico situacional de la organización. - Analizar el modelo actual organizacional. - Examinar el proceso actual de atención al cliente. - Evaluar la viabilidad de la propuesta a través de la metodología costo/beneficio. - Determinar el impacto ambiental de la propuesta de acuerdo a indicadores de desarrollo sostenibles. - Determinar el impacto social de la propuesta. 	<p>Variable dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de atención al cliente. <p>Estrategias tecnológicas</p>	<p>Tipo de investigación: No experimental</p> <p>Diseño: Descriptiva</p> <p>A continuación, el diagrama:</p> <p>M – O</p> <p>Donde: M: Muestra con quienes vamos a realizar el estudio O: Información relevante o de interés que recogemos de la muestra</p> <p>Técnica: Encuesta y observación.</p> <p>Instrumento: Guía de cuestionario y guía de observación.</p>	<p>Población:</p> <p>Se encuentra constituidas por todos trabajadores activos del año 2021 de la empresa SEDACAJ, asimismo todos los procesos estratégicos, operativos y de soporte de la empresa en estudio y por último a todos los clientes residentes en la ciudad de Cajamarca, los cuales han recibido el servicio de agua potable y alcantarillado sanitario.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra está conformada por el proceso de atención al cliente de la empresa SEDACAJ, a su vez con los 10 trabajadores activos incluidos en el área comercial y a los 100 clientes registrados en el libro de quejas y reclamos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO N°2
Tabla 13

Matriz Operacional

TÍTULO: ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIO

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	FÓRMULA	UNIDAD DE MEDIDA	INSTRUMENTO
Estrategias Tecnológicas	Las Estrategias tecnológicas están orientadas a la ejecución de decisiones sobre planes y acciones relacionadas con las oportunidades de tecnologías que se prevén como sustitutas. A su vez busca aumentar la rentabilidad y fortalecer los conocimientos y los activos de interés estratégico y operativo. (Odremán,2014)	Alcance	Nivel de satisfacción	(Clientes satisfechos/Cientes totales) *100	%	Guía de entrevista
Proceso de atención	El proceso de atención al cliente, es un conjunto de actividades donde están involucradas, trabajadores, necesidades, expectativas y las necesidades de los clientes, asimismo se considera como un proceso vital para toda organización. (Osorio, 2015)	Satisfacción	Nivel de satisfacción	(Clientes satisfechos/Cientes totales) *100 (Quejas y reclamos resueltos/quejas y reclamos totales) *100	%	Guía de encuesta
		Captación Fidelización	Tasa de retención	(Tasa de retención / Tasa de deserción) *100	%	

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO N°3

Formato de entrevista dirigida al Gerente General

PRESENTACIÓN

Buenos días, como parte de nuestro proyecto de tesis en la facultad de Ingeniería de la carrera de Ingeniería empresarial de la Universidad Privada del Norte, sede Trujillo-Perú, nos encontramos realizando una investigación acerca “ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA EPS SEDACAJ S.A. DE CAJAMARCA “. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, y solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco de antemano su gentil colaboración.

INICIO: DATOS DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

Empresa: EPS SEDACAJ S.A. DE CAJAMARCA

Persona entrevistada: Ingeniero Marco Tulio Narro Centurión

Función/Cargo: Gerente General

ETAPA 1: CONTEXTO EMPRESARIAL

Nos podría hablar acerca de:

1. ¿Cuál es su opinión con respecto al sector de la empresa?
2. ¿Desde qué año viene desempeñando el puesto de gerente?
3. ¿Cuáles son las actividades y/o procesos que realiza la empresa?
4. ¿Podría contarme un poco más acerca de la situación actual de la empresa?
5. ¿Considera que la empresa durante estos últimos 5 años ha tenido mejoras?

ETAPA 2: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6. Al iniciar sus funciones, ¿Logró visualizar problemas/situaciones, que le impidieran desarrollar de manera eficiente su trabajo?
7. En caso la respuesta sea positiva, ¿Qué problemas detectó? y ¿De qué manera logró erradicar dichos problemas?
8. Mencione algunos proyectos realizados o en proceso.
9. ¿Usted cree que la empresa cuenta con un modelo estratégico basados en TIC's(Tecnologías de la Información y Comunicación) ya establecido? Explicar.
10. A raíz de la pandemia, ¿Cuáles han sido sus principales problemas? y ¿De qué manera se han logrado resolver?
11. ¿Considera que hoy en día el uso TIC's, como estrategias en áreas de la empresa son imprescindibles? ¿Por qué?

ANEXO N° 4

Formato de Entrevista dirigida al Gerente del área Comercial

PRESENTACIÓN

Buenos días, como parte de nuestro proyecto de tesis en la facultad de Ingeniería de la carrera de Ingeniería empresarial de la Universidad Privada del Norte, sede Trujillo-Perú, nos encontramos realizando una investigación acerca “ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA EPS SEDACAJ S.A. DE CAJAMARCA “. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, y solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco de antemano su gentil colaboración.

INICIO: DATOS DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

Empresa: EPS SEDACAJ S.A. DE CAJAMARCA

Persona entrevistada: Dr. Óscar Pando Quevedo

Función/Cargo: Gerente del área Comercial

ETAPA 1: CONTEXTO EMPRESARIAL

Nos podría hablar acerca de:

1. ¿Cuál es su opinión con respecto al sector de la empresa?
2. ¿Desde qué año viene desempeñando el puesto de gerente del área comercial?
3. ¿Cuáles son las actividades y/o procesos que realiza la empresa?
4. ¿Podría contarme un poco más acerca de la situación actual del área comercial?
5. ¿Considera que el área comercial ha tenido algún tipo de mejoras, durante esto últimos 5 años? Si la respuesta es sí, explicar.

ETAPA 2: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6. Al iniciar sus funciones en esta área, ¿logró visualizar problemas/situaciones, que le impidieran desarrollar de manera eficiente su trabajo?
7. En caso la respuesta sea positiva, ¿Qué problemas detectó en el área? y ¿De qué manera logró erradicar dichos problemas?
8. Mencione algunos proyectos realizados o en proceso, respecto al proceso de atención al cliente.
9. ¿Usted cree que la empresa cuenta con un modelo estratégico basados en TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación) ya establecido? Explicar.
10. A raíz de la pandemia, ¿Cuáles han sido sus principales problemas? y ¿De qué manera se han logrado resolver?
11. ¿Respecto al proceso de atención al cliente, considera usted, que se lleva una adecuada secuencia de actividades, para su desempeño eficaz?
12. ¿Considera que se deben aplicar mejoras, para brindar un mejor servicio respecto a la atención del cliente?, mencione.

¿Considera que hoy en día el uso TIC's, como estrategias en áreas de la empresa son imprescindibles? ¿Por qué?

ANEXO N°5

Formato de encuesta dirigida a clientes de la EPS SEDACAJ S.A de la ciudad de Cajamarca

OBJETIVO: Obtener información para medir el grado de satisfacción de usuarios con respecto al servicio brindado por la empresa EPS. SEDACAJ S.A y mejorar el nivel de servicio.

Sus respuestas son totalmente confidenciales, agradecemos su participación. Marca con una X

ENCUESTADOR(ES):

- Tatiana Arribasplata Meléndez , estudiante del décimo ciclo de la carrera de ingeniería empresarial, Facultad de Ingeniería de la Universidad Privada del Norte , sede Trujillo-Perú.

-Karla Valeria Pereda García, estudiante del décimo ciclo de la carrera de ingeniería empresarial, Facultad de Ingeniería de la Universidad Privada del Norte , sede Trujillo-Perú.

ENTREVISTADOS: Clientes/usuarios de la empresa EPS. SEDACAJ S.A.

FECHA:

DISTRITO:

EDAD:

1. ¿Cómo calificaría su experiencia completa con el servicio de cliente brindado por la empresa EPS SEDACAJ SA?

- Totalmente insatisfactoria
- Insatisfactoria
- Neutra
- Satisfactoria
- Totalmente satisfactoria

2. Tomando en cuenta su último reclamo realizado a la empresa. ¿Obtuvo solución?

- Sí
- No

3. La atención del reclamo, ¿De qué manera fue?

- Eficiente
- Tediosa
- Confusa

4. ¿Qué tipo de reclamo realizo?

- Monto excesivo del recibo
- Facturación doble
- Facturación no emitida
- Fuga

5. ¿Cómo calificaría el tiempo para resolver el reclamo realizado?

- Totalmente insatisfactoria
- Insatisfactoria
- Neutra
- Satisfactoria
- Totalmente satisfactoria

ANEXO N°6
Tabla 14

Tabla de Costos para implementación de Estrategias Tecnológicas

ESTRATEGIA	ACTIVOS DE INVERSION	Cantidad	Unidad	Precio Uni.	Precio total	Año 0	Año 1	Año 3	Año 4
E1	Salesforce Service Cloud	1	Mensual	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 30,000.00	S/ 30,000.00	S/ 30,000.00	S/ 30,000.00
	Licencias	1	Und.	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
	Servicio de consultoría y/o mantenimiento	2	Semestral	S/ 200.00	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00	S/ 400.00
E2	Sistema OsTicket	4	Und.	S/ 1,500.00	S/ 6,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00	S/ 72,000.00
	Impresora de Tickets EPSON Impresora Termina TM-T20III USB	1	Und.	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ -	S/ -	S/ -
	Rollos De Papel Térmico 57mm Impresora Tickets	2	Paquete	S/ 50.00	S/ 100.00	S/ 100.00	S/ -	S/ -	S/ -

	Servicio de consultoría y/o mantenimiento	2	Semestral	S/ 200.00	S/ 400.00	S/ 800.00	S/ 800.00	S/ 800.00	S/ 800.00
E3	Capacitaciones para empleados del área comercial	4	Trimestral	S/ 300.00	S/ 1,200.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
	Mantenimiento del software	2	Semestral	S/ 200.00	S/ 400.00	S/ 800.00	S/ 800.00	S/ 800.00	S/ 800.00
E4	Personal para el área de Marketing	2	Mensual	S/ 2,000.00	S/ 4,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00	S/ 48,000.00
	Laptop Lenovo IdeaPad C340 (14", AMD)	2	Und.	S/ 3,500.00	S/ 7,000.00	S/ 7,000.00	Considerado	Considerado	Considerado
	Cámara Réflex Canon EOS REBEL T100 EF-S 18-55MM F/3.5-5.6	2	Und.	S/ 2,233.00	S/ 4,466.00	S/ 4,466.00	Considerado	Considerado	Considerado
	Escritorio Denver 150x171x74 Wengue	2	Und.	S/ 688.00	S/ 1,376.00	S/ 1,376.00	Considerado	Considerado	Considerado
	Silla de escritorio giratoria Rotterdam	2	Und.	S/ 233.00	S/ 466.00	S/ 466.00	Considerado	Considerado	Considerado

TOTAL, DE INVERSIÓN	S/ 170,208.00
---------------------	---------------

ANEXO 7



FIGURA 11: Captura del Sitio Web Actual de la EPS SEDACAJ S.A.

Fuente: Sitio Web actual de la EPS SEDACAJ S.A.

ANEXO 8:Fotos tomadas en Instalaciones de la EPS SEDACAJ S.A 2021



FIGURA 12: Foto de *Bach. Tatiana Arribasplata* en Instalaciones de la EPS.



FIGURA 13:Foto de *Bach.Karla Pereda* en Instalaciones de la EPS.



FIGURA 13: *Foto Grupal* en visita a la EPS.



FIGURA 14: *Foto Carnet de visita* para Instalaciones de la EPS.

ANEXO 9


MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	“Estrategias tecnológicas para la atención del cliente en la empresa EPS SEDACAJ S.A de Cajamarca ,2021”			
Línea de Investigación:	Tecnologías emergentes-Sub Línea: Nuevas tecnologías y usos en comunicación. Análisis de experiencia de usuario.			
Apellidos y nombres del experto:	Vega Gavidia, Edward Alberto			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Estrategias Tecnológicas			
Mediante la matriz de la evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas, marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos a la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
N°	Criterios a evaluar	Registro de cumplimiento		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas de investigación se relaciona con cada uno de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Observaciones:				
 Firma del experto				

FIGURA 15: Validación de herramientas por juicio de expertos

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Odar Roberto Florián Castillo, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Ingeniería, Carrera profesional de Ingeniería Empresarial., ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo del proyecto de investigación del(os) estudiante(s):

- *Arribasplata Melendez, Tatiana Katerinne*
- *Pereda Garcia, Karla Valeria*

Por cuanto, **CONSIDERA** que el proyecto de investigación titulado: *Estrategias Tecnológicas para Atención al Cliente en una Empresa del Sector Servicio* para aspirar al título profesional por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.

Ing. Mg. Odar Roberto Florián Castillo

Asesor