

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA



TESIS:

“Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**

AUTOR:

Bach. Rondón Grados, José Israel

ASESOR:

Mg. Hidalgo Palomino, Fernando Guillermo

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9155-445X>

DNI N° 06844769

**LIMA- PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo realizado a toda mi familia pues su apoyo ha sido muy importante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la “Universidad Peruana de Ciencias e Informática” por haberme permitido lograr mi título profesional, las enseñanzas proporcionadas por su plana docente han sido muy beneficiosas.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grado de Bachiller y Título Profesional de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, aprobado por Resolución N° 373-2019-UPCI-R; y en estricto cumplimiento del requisito establecido por el Artículo N° 45, de la ley N° 30220; donde se indica que “la obtención de grados y títulos se realizada de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca” presentamos ante ustedes la tesis titulada “**Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.**”, la misma que será sometida a vuestra consideración, evaluación y juicio profesional; a fin de que su aprobación me lleve a ostentar el título profesional de Ingeniero de Sistemas e Informática.

Bach. Rondón Grados, José Israel

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PRESENTACIÓN	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCION.....	1
1.1. Realidad problemática	2
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Hipótesis de la investigación	5
1.4. Objetivos de la investigación.....	5
1.5. Variables, dimensiones e indicadores.....	6
1.6. Justificación del estudio	7
1.7. Antecedentes nacionales e internacionales.....	8
1.8. Marco teórico.....	23
1.9. Definición de términos básicos.....	30
II. METODO.....	33
2.1 Tipo y diseño de la investigación.....	33
2.2 Población y muestra	34
2.3 Técnicas para la recolección de datos	35
2.4 Validez y confiabilidad de instrumentos.....	36
2.5. Procesamiento y análisis de datos	38
2.6. Aspectos éticos.....	38
III. RESULTADOS	39
3.1. Resultados descriptivos.....	39
3.2. Prueba de normalidad.....	58
3.3. Contrastación de las hipótesis	59
IV. DISCUSIÓN.....	64
CONCLUSIONES	66

RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	72
Anexo 01: Matriz de Consistencia	72
Anexo 02: Instrumento de recolección de datos	73
Anexo 03: Base datos	77
Anexo 04: Evidencias de Similitud Digital.....	81
Anexo 05: Autorización de Publicación en Repositorio	84
Anexo 06: Sistema de Gestión Web.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Captación mensual de clientes	39
Figura 2: facturación mensual	39
Figura 3. 1. ¿Según su opinión considera que el tiempo para el registro de un cliente es el adecuado?.....	40
Figura 4. 2. ¿El tiempo de registro de un cliente actualmente es oportuno?	41
Figura 5. 3. ¿Consideras que el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes?.....	42
Figura 6. 4. ¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web?.....	43
Figura 7. 5. ¿Considera que es eficiente la atención al cliente?	44
Figura 8. 6. ¿Considera que la mayoría de los clientes están satisfechos por la atención que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?.....	45
Figura 9. 7. ¿Considera que se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo?	46
Figura 10. 8. ¿La portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente?	47
Figura 11. ¿El aplicativo web permitirá mejorar la percepción del cliente de los servicios que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?.....	48
Figura 12. 10. ¿Considera optima la gestión administrativa al cliente actual?	49
Figura 13. 11. ¿Considera oportuna la atención inmediata a los clientes?	50
Figura 14. 12. ¿Durante la atención diaria al cliente cuenta la herramienta tecnológica adecuada?	51
Figura 15. 13. ¿La gestión administrativa coadyuva en la satisfacción del cliente?	52
Figura 16. 14. ¿Considera adecuado el sistema de trabajo para la gestión administrativa?	53
Figura 17. 15. ¿Los mecanismos actuales permiten una adecuada gestión administrativa?	54
Figura 18. 16. ¿Considera que la forma actual de trabajo permite monitorear adecuadamente a las clientes?	55
Figura 19. 17. ¿Considera que teniendo un sistema de gestión web, permitirá gestionar mejor los requerimientos de clientes?	56
Figura 20. 18. ¿En las últimas semanas ha identificado alguna mejora en el proceso de monitoreo y seguimiento de los clientes?	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	7
<i>Tabla 2. ISO 9126 - 2005</i>	24
Tabla 3. Juicio de expertos	36
Tabla 4. Resultado del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	37
Tabla 5. 1. ¿Según su opinión considera que el tiempo para el registro de un cliente es el adecuado?.....	40
Tabla 6. 2. ¿El tiempo de registro de un cliente actualmente es oportuno?	41
Tabla 7. 3. ¿Consideras que el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes?.....	42
Tabla 8. 4. ¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web?.....	43
Tabla 9. 5. ¿Considera que es eficiente la atención al cliente?	44
Tabla 10. 6. ¿Considera que la mayoría de los clientes están satisfechos por la atención que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?.....	45
Tabla 11. 7. ¿Considera que se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo?	46
Tabla 12. 8. ¿La portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente?	47
Tabla 13. 9. ¿El aplicativo web permitirá mejorar la percepción del cliente de los servicios que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?	48
Tabla 14. 10. ¿Considera optima la gestión administrativa al cliente actual?.....	49
Tabla 15. 11. ¿Considera oportuna la atención inmediata a los clientes?	50
Tabla 16. 12. ¿Durante la atención diaria al cliente cuenta la herramienta tecnológica adecuada?	51
Tabla 17. 13. ¿La gestión administrativa coadyuva en la satisfacción del cliente?	52
Tabla 18. 14. ¿Considera adecuado el sistema de trabajo para la gestión administrativa? .	53
Tabla 19. 15. ¿Los mecanismos actuales permiten una adecuada gestión administrativa?.	54
Tabla 20. 16. ¿Considera que la forma actual de trabajo permite monitorear adecuadamente a las clientes?	55
Tabla 21. 17. ¿Considera que teniendo un sistema de gestión web, permitirá gestionar mejor los requerimientos de clientes?	56
Tabla 22. 18. ¿En las últimas semanas ha identificado alguna mejora en el proceso de monitoreo y seguimiento de los clientes?	57

Tabla 23: Pruebas de normalidad	58
Tabla 24: Escala de correlación de Spearman	59
Tabla 25. <i>Contrastación de la Hipótesis General</i>	60
Tabla 26. <i>Contrastación de la hipótesis específica 1</i>	61
Tabla 27. <i>Contrastación de la hipótesis específica 2</i>	62
Tabla 28. <i>Contrastación de la hipótesis específica 3</i>	63

RESUMEN

En la presente investigación se ha buscado cuantificar el nivel de influencia de la “implementación de un sistema de gestión web” en la “satisfacción de los usuarios y clientes” de la empresa “CCAPA Tecnologías de Información SAC”. Esta investigación es del tipo aplicada, teniendo un diseño transversal con enfoque cuantitativo; habiéndose utilizado la encuesta para el levantamiento de la información y la técnica documental, recurriéndose a la información administrativa. Asimismo, de los 300 clientes que componen la población de estudio, se ha seleccionado probabilísticamente a 169 clientes. Se encontró una correlación de 0.289 entre las variables “Sistema de Gestión Web” versus “Satisfacción de los Clientes”; una correlación de 0.612 entre las variables “Sistema de Gestión Web” versus “Atención a los clientes”; y una correlación inversa de -0.176 entre las variables “Sistema de Gestión Web” versus “Gestión administrativa” de la empresa, lo cual nos indica que la gestión administrativa de la empresa no tiene influencia positiva el sistema web implementado; finalmente, se encontró una correlación de 0.367 entre las variables “Sistema de Gestión Web” versus “Percepción de los clientes” de la empresa. Estas correlaciones no son buenas, indicándonos que los clientes valorizan otras cualidades de la empresa, sino no estarían creciendo sus ventas. Se recomienda seguir automatizando los demás procesos de la empresa, pero teniendo cuidado en satisfacer no solo requerimientos, sino también expectativas.

Palabras clave: Sistema de gestión web, Satisfacción de clientes, Atención de clientes, Perspectiva de clientes.

ABSTRACT

In this research we have sought to quantify the level of influence of the "implementation of a web management system" in the "satisfaction of users and customers" of the company "CCAPA Tecnologías de Información SAC". This is applied research, having a transversal design with a quantitative approach; having used the survey for the collection of information and the documentary technique, resorting to administrative information. Likewise, of the 300 clients that make up the study population, 169 clients were probabilistically selected. A correlation of 0.289 was found between the variables "Web Management System" versus "Customer Satisfaction"; a correlation of 0.612 between the variables "Web Management System" versus "Customer Service"; and an inverse correlation of -0.176 between the variables "Web Management System" versus "Customer Service". 176 between the variables "Web Management System" versus "Administrative Management" of the company, which indicates that the administrative management of the company does not have a positive influence on the implemented web system; finally, a correlation of 0.367 was found between the variables "Web Management System" versus "Customer Perception" of the company. These correlations are not good, indicating that customers value other qualities of the company, otherwise sales would not be growing. It is recommended to continue automating the company's other processes, but taking care to satisfy not only requirements, but also expectations.

Keywords: Web management system, Customer satisfaction, Customer service, Customer perspective.

I. INTRODUCCION

La empresa “CCAPA Tecnologías de Información SAC“ ha ido creciendo en los últimos años, donde ha logrado cumplir con mucho esfuerzo la administración de las cobranzas, pero el problema ha sido el descontento de los clientes por las demoras al solicitar estados de cuenta, facturas, abonos, etc. Así como también el control de la morosidad no era lo suficientemente efectivo. Por ello buscamos implementar un sistema informático de gestión en entorno web para mejorar la satisfacción de nuestros clientes. La “implementación de un sistema de gestión web” busca tener el control de la empresa, mejorar la coordinación del equipo desarrollando un cronograma y un buen flujo de trabajo permitiendo que los entregables del equipo se lleven a cabo sin problemas, pudiendo de esta manera gestionar mejor la organización.

En el capítulo I se desarrolla la realidad problemática, el planteamiento de los problemas, hipótesis y objetivos del estudio. El capítulo II trata sobre la metodología utilizada para el desarrollo del estudio y en el capítulo III se presentan los resultados, conclusiones y recomendaciones del estudio.

1.1. Realidad problemática

En el Perú, en los últimos años hemos podido observar el crecimiento del uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs), esto debido a la facilidad de contar con la tecnología y las mejoras en las comunicaciones, así como del Internet.

En tal sentido el Gobierno también inicio el cambio en el sector tributario, con un cambio muy fuerte el cual fue “Cambiar a la Facturación Electrónica o emisión de Comprobantes Electrónicos”.

La empresa CCAPA Tecnología de información empezó a brindar el servicio de facturación electrónica a Mypes, con precios muy económicos con la estrategia de ganar en el volumen.

Este servicio adicional a los que ya brindaba como es una fábrica de software, desarrollo de software a medida y Outsourcing entre otros, ocasionó el crecimiento de la cantidad de clientes, esto trajo como consecuencia el descontrol en las cobranzas, pues es manejado actualmente con cuadros Excel,

Hay cobranzas, mensuales, anuales, promociones, refinanciamientos, implantaciones, pagos de certificados entre otros.

Si bien es cierto se logra cumplir con mucho esfuerzo la administración de las cobranzas, el problema es el descontento de los clientes por las demoras al solicitar estados de cuenta, facturas, abonos, etc. así como también el control de morosidad.

Con respecto al soporte técnico o mesa de Ayuda, la empresa tiene a disposición 3 líneas telefónicas y personal dedicado a dar este servicio, motivo por el cual se ha crecido por recomendaciones de forma constante, pero el descontento producido por el área de cobranza ha hecho incluso que algunos clientes se vayan y opten por algún otro competidor.

Con esto nos hemos podido dar cuenta, que el disponer de servicios informáticos, soporte técnico o mesa de ayuda no es suficiente para mantener satisfechos a los clientes, sino que es necesario tener procesos bien diseñados que apoyen el desempeño general de la empresa. Esto nos da a entender que, para ofrecer un servicio de calidad, debemos tener resueltos nuestros problemas internos con procesos bien diseñado, caso contrario no se puede brindar un buen servicio a nuestros clientes.

La investigación tiene como propósito la “implementación de un sistema de gestión web” que permita influir en la “satisfacción de los clientes” de la empresa “CCAPA Tecnologías de Información SAC” en el año 2021, con lo cual se busca que la empresa sea más competitiva y tenga ventaja sobre la competencia.

1.2. Planteamiento del problema

Delimitación del problema

Espacial

El estudio ha sido realizado en la empresa “CCAPA Tecnologías de Información SAC”, localizada en el Jirón Manuel Segura 122, Cercado de Lima

Temporal

Se ha tomada la data entre el 01/07/2020 al 01/02/2021

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?
- b) ¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?
- c) ¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?

1.3. Hipótesis de la investigación

1.3.1. Hipótesis general

Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web con la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

1.3.2. Hipótesis específicas

- a) Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.
- b) Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.
- c) Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

- b) Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.
- c) Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

1.5. Variables, dimensiones e indicadores

1.5.1. Variables independientes

- ✓ Sistema de gestión web

1.5.2. Variables dependientes

- ✓ Satisfacción de los clientes

1.5.3. Dimensiones

- Sistema web
- Funcionalidad del sistema
- Portabilidad del sistema
- Atención al cliente
- Gestión administrativa
- Percepción del cliente

1.5.4. Indicadores de las variables

- ✓ Disponibilidad del aplicativo
- ✓ Sistema amigable
- ✓ Nivel de portabilidad
- ✓ Nivel de servicio
- ✓ Índice de gestión administrativa

1.5.5. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Sistema de gestión web	Sistema web	Disponibilidad del aplicativo	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	Funcionalidad del sistema	Sistema amigable	
	Portabilidad del sistema	Nivel de portabilidad	
Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción de los clientes	Atención al cliente	Nivel de servicio	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
	Gestión administrativa	Índice de gestión administrativa	
	Percepción del cliente	# de reclamaciones	

Fuente: Elaboración propia.

1.6. Justificación del estudio

Justificación e importancia

La presente investigación se ha realizado con el propósito de medir la influencia que puede existir en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC con la implementación de un sistema informático en entorno web, para lo cual se aplicó una encuesta para medir la satisfacción de los clientes.

El mercado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el Perú ha ido mejorando a lo largo de los últimos años; este rubro se ha convertido en demanda que viene ser impulsada por el ámbito privado, donde se puede afirmar que en este sector hay oportunidades de negocio. Con la implementación de esta herramienta informática se espera lograr una ventaja competitiva que nos permita estar delante de la competencia.

1.7. Antecedentes nacionales e internacionales

1.7.1. Antecedentes internacionales

(López Díaz & Arias, 2018) en su trabajo de investigación “Propuesta para implementar un software de gestión de clientes, como estrategia CRM en la empresa Prisma S.A.S.”, mencionan que:

En el presente trabajo se busca entregar una propuesta de implementación de software de gestión de clientes a la empresa Prisma S.A.S, por medio de CRM Zoho. Abarcando de manera significativa la necesidad que tiene actualmente la empresa, que carece de una organización estructurada, de una planeación comercial efectiva, pues no cuenta con un contacto directo con sus clientes.

De igual manera se identifica la falta de sistemas de información que apoyen todos sus procesos. La falta de alianzas estratégicas en el entorno interno y externo, están causando que la empresa no pueda evolucionar ni tener un posicionamiento fuerte ante sus competidores, tampoco satisface las necesidades del mercado.

En la actualidad, Prisma SAS no cuenta con las herramientas necesarias para fidelizar sus clientes y obtener nuevos negocios. Allí radica la importancia de la implementación de un CRM de gestión de clientes, que ayude a subsanar de manera significativa estas necesidades y permita establecer un canal directo de comunicación con sus clientes, un factor fundamental para generar rentabilidad en la empresa.

Basados en la necesidad primordial de Primas SAS de fidelizar sus clientes a través de la prestación de un servicio al cliente más directo y personalizado, se decidió utilizar una investigación tipo descriptiva, realizando una entrevista al director creativo, 15 encuestas a los empleados y

12 a los clientes de Prisma, obteniendo resultados que sirvieron con base para el desarrollo de una propuesta eficaz para la empresa.

Buscando una comparación de mercados, se tienen en cuenta otras empresas que han manejado el proceso de CRM, observando las consecuencias positivas y negativas que conlleva una implementación de este tipo, con lo que se busca generar las mejores prácticas a la hora de estructurar la propuesta presentada en este trabajo. (pág. 16)

Por otro lado, en sus **conclusiones**, indican que:

El estudio demostró que a pesar de que Prisma SAS realiza actividades en pro de fidelizar sus clientes, la empresa no cuenta con una estrategia consolidada de CRM.

Con la información obtenida a través de los análisis realizados a las encuestas realizadas los empleados, se evidenció que Prisma SAS cuenta con un grupo de colaboradores enfocados y apasionados por aportar conocimiento y apoyo en la implementación del software de gestión de clientes, con el fin de fidelizar y así mismo lograr la máxima satisfacción de los todos clientes de la compañía.

El término CRM no es conocido ampliamente en la organización, no obstante, si se realizan algunas actividades relacionadas con el concepto.

Para la gestión de relaciones con los clientes, no se hace uso de tecnología. Esto disminuye la efectividad de las estrategias de fidelización de clientes.

Al ser CRM una estrategia de fidelización de clientes que involucra a toda la organización, no es suficiente contar con una herramienta tecnológica. Además de lo anterior, también se hace necesario tener en cuenta la dimensión

organizativa y la dimensión cultural en el personal de servicio que permita una eficaz implementación de CRM.

Una adecuada estrategia de CRM no solo le permitirá a la empresa Prisma SAS fidelizar sus clientes, sino que también le brindará la oportunidad de generar nuevos negocios.

En la investigación se concluye que la empresa Prisma no tiene relación con sus clientes de manera personalizada, por el contrario, se maneja el cliente como un todo. No hay una identificación de las necesidades concretas de cada cliente.

La propuesta de implementación del software de gestión de clientes, como estrategia de CRM es viable en la empresa Prisma SAS dado que es una herramienta de acceso libre en la nube.

La implementación del software de gestión de clientes va a permitir que pueda ser más eficiente la gestión de relaciones con los clientes en Prisma SAS.

El CRM le permitirá a Prisma cambiar la forma de hacer negocios, pero lo más importante es que la empresa podrá estudiar las necesidades de la compañía como las necesidades de los clientes.

La propuesta de implementación del software de gestión de clientes, más que una estrategia de CRM es una oportunidad de crecimiento, una ventaja para marcar diferencia ante la competencia.

La computación en la nube representa una oportunidad para que las MIPYME pueda incorporar herramientas de CRM con eficiencia y eficacia.

El rediseño de la cadena de valor contempla que la primera actividad es la identificación de necesidades y expectativas de los clientes. Esto va a facilitar una orientación de la empresa a la adquisición y retención de clientes.

En Prisma SAS, Se hallaron necesidades en cuanto a su uso e implementación, debido a la inexperiencia en el uso de tecnologías de información, por lo que la estrategia propuesta tuvo como directrices la sencillez y fácil manipulación técnica. El modelo se enfocó en los tres momentos cruciales del proceso de CRM: captación, retención y fidelización, mediante la selección de momentos de consumo y fechas especiales para establecer relaciones con los clientes.

Se pretendió demostrar, que lo importante para llegar a nuevos clientes y mantener una relación duradera con ellos, no es acceder a complejas soluciones informáticas, sino saber qué es lo que se necesita y qué se quiere lograr.

Por otro lado, en sus **Recomendaciones** manifiestan que:

Es fundamental dar continuidad al software de gestión de clientes, es decir, alimentarlo a diario de datos, actividades, información, etc. De esta manera incrementara de manera significativa la posibilidad de captar los nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

El personal de la empresa se debe encontrar totalmente capacitado para realizar las actividades del software de gestión de clientes, de esta manera no recaerá la responsabilidad en una sola persona, sino que se trabajará en equipo y tener resultados bastante satisfactorios.

La información que se compartirá a los clientes por este medio, debe ser concreta y de relevancia, de esta manera generar un lazo más fuerte entre la empresa y los clientes.

Se recomienda a la empresa Prisma SAS, establecer un indicador que le permita hacer un control periódico sobre la gestión de relaciones con el cliente y la fidelización que esta gestión le genera.

Una vez tanto la estrategia como la empresa tome solidez, se recomienda a la empresa mudar sus procesos de CRM a un software más robusto, inicialmente se puede tratar de la misma herramienta CRM ZOHO pero con una edición de bajo costo pero con más alternativas que la edición gratuita.

Para un correcto uso de la herramienta CRM ZOHO, es fundamental que la empresa establezca un formato consolidado donde se plasme toda la información relevante de todos aquellos clientes con los que se tenga algún vínculo comercial.

Es necesario que la empresa establezca un protocolo de capacitación en CRM a todo el personal nuevo que ingrese a la compañía con el fin de alinear la gestión de los colaboradores hacia el cliente. (págs. 162-165)

(Droguett Jorquera, 2012, como se citó en (Martínez Rondón, 2019) en su tesis titulada “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes”, indica que:

En un contexto donde la competencia dentro de la industria automotriz se hace cada vez más dura, las experiencias de servicio y, en consecuencia, las evaluaciones que los clientes hacen de las mismas, cobran gran relevancia.

Los clientes ya no sólo deciden comprar a una cierta marca por la calidad de sus vehículos, sino que también por la calidad de las relaciones que se pueden establecer con ella. A partir de esto surge la necesidad de identificar qué factores son los que tienen más peso en la evaluación que hacen los clientes acerca de las experiencias de servicio que tienen en esta industria.

A través de una revisión teórica de los temas relacionados, un análisis crítico del desempeño en satisfacción de clientes de esta industria en base a un estudio realizado a las 5 marcas líderes, y a la aplicación de herramientas estadísticas a una base de datos de respuestas a una encuesta de clientes reales de esta industria; se llega a una comprensión acabada de los procesos de servicios involucrados en el mundo automotor, a la identificación de las principales causas de insatisfacción en la industria y a mostrar cuáles son los factores que tienen más peso en la evaluación que hacen los clientes sobre de su experiencia de servicio. Este estudio se realiza tomando en cuenta que no existe un proceso de servicio único, sino que son dos procesos de servicio con características propias (ventas y servicio al vehículo), pero sin olvidar que los clientes ven a las marcas como un todo y que, por lo tanto, debe existir coherencia en el desempeño de ambos servicios.

Dentro de las principales conclusiones de este estudio está el hallazgo de que las causas de insatisfacción entre las marcas líderes del mercado son similares, la identificación del rol clave que juega el desempeño del vendedor en la evaluación del cliente de su experiencia en el proceso de ventas y la importancia que tiene la calidad de los trabajos realizados al vehículo en el proceso de servicio al vehículo. Además se muestra cómo el asesor de

servicio tiene un rol importante al ser él el responsable de hacer que el cliente sea capaz de ver y comprender la calidad del servicio recibido.

(Marín García & Gil Saura, 2016), elaboraron el trabajo de investigación “Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente. Trabajo presentado a la Universidad de Valencia, Facultad de Economía. España”. nos dicen que:

En la literatura se encuentra la definición tradicional del concepto “innovación” como aspecto necesario para el desarrollo económico y competitivo de las empresas y/o industrias, considerando ésta como un determinante primordial para la creación de riqueza y crecimiento de las economías. Con este trabajo se pretende llevar a cabo una aproximación al concepto “innovación en el comercio minorista”, identificando su naturaleza y alcance, y definiendo vínculos con variables de larga tradición en la investigación en marketing como los beneficios y costes de la relación, la satisfacción percibida de los consumidores y la lealtad hacia el establecimiento. propuso un modelo teórico que investigó a partir de un estudio empírico realizado sobre una muestra de 300 consumidores, clientes de dos establecimientos comerciales de venta de alimentación, clasificados en supermercados e hipermercados de la provincia de Valencia. Para el análisis de los datos obtenidos y con el propósito de estimar el modelo estructural, uso de la técnica de regresión por mínimos cuadrados parciales (PLS) y el software empleado fue Smart PLS (versión 3.0). A través del análisis de los resultados obtenidos constató la relación existente entre las TIC

y la innovación en el comercio minorista, y de ésta última con la cadena de efectos beneficios / sacrificios de la relación y satisfacción. Adicionalmente, a través de este estudio también se confirma la relación existente entre la satisfacción del consumidor y la lealtad hacia el establecimiento.

1.7.2. Antecedentes nacionales

(Berrios Guevara, 2014), en su tesis titulada “Implementación del sistema INTERSYS para mejorar el nivel de satisfacción en la gestión y control del proceso de aplicación de estudiantes extranjeros a la USAT – 2014”, nos dice que:

Para la presente investigación se desarrolló un sistema web al que fue llamado INTERSYS, utilizando la metodología ágil de desarrollo Scrum, con el fin de medir el nivel de satisfacción de los estudiantes extranjeros en el proceso de aplicación para realizar un intercambio en la USAT. La población estuvo conformada por los estudiantes extranjeros que realizaron estudios de pregrado en la USAT desde el 2013-I hasta el 2014- II. La investigación realizada es cuantitativa con un diseño preexperimental del tipo preprueba y posprueba con un solo grupo. Se aplicó un cuestionario inicial tanto a estudiantes de intercambio como al personal de la oficina de relaciones internacionales para determinar la percepción que tienen sobre el proceso actual de aplicación. Posteriormente se realizó el estímulo a la población de estudio mediante el uso de INTERSYS, para luego aplicar un cuestionario final que permitió medir el nivel de satisfacción utilizando el sistema desarrollado. Con el estudio se pudo determinar que el 100% de los estudiantes prefiere INTERSYS frente al procedimiento actual, así mismo mostraron su completa satisfacción frente a las características del sistema, entre las que destaca la integración del procedimiento de aplicación con la matrícula. El personal de relaciones internacionales concuerda en que INTERYS acelera los procesos de recibir los formatos de postulación, gestionar la aceptación y la matrícula de los estudiantes. (pág. 10)

CONCLUSIONES

Con la implementación de INTERSYS, se logró mejorar el nivel de percepción y satisfacción del 100% de los estudiantes extranjeros postulantes a la USAT, así como del personal de relaciones internacionales. Se valora la satisfacción de los estudiantes extranjeros en un 4.9, en escala de 0 a 5, con una desviación estándar de 0.29.

En definitiva, el uso de las TIC no solo es aplicable en actividades pedagógicas, con esta investigación se ha demostrado que permite agilizar procesos administrativos en el ámbito educativo, tales como la gestión y control de documentación, del tiempo e incluso optimizar los recursos financieros.

La internacionalización de la educación, específicamente la movilidad de estudiantes, está obligada a cambiar sus procesos manuales y utilización de recursos físicos mediante el uso de las TIC, que elimina fronteras territoriales y acerca las universidades de distintos países. Por último, el 100% de los encuestados coinciden que el uso de la tecnología (INTERSYS) ayuda a resolver problemas relacionados con los formatos de aplicación, seguimiento de las solicitudes, acuerdos de estudios incumplidos y matrícula de asignaturas. (pág. 83)

(Hernández Ramos, 2018), elaboró la tesis “Aplicación web para la mejora en la atención y seguimiento al cliente en la empresa Zeta Systems Solutions, menciona que:

“Zeta Systems Solutions” es una compañía conformada por un equipo de profesionales especializados en el área de ingeniería de sistemas e informática, dedicada a elaborar soluciones tecnológicas de negocio para cualquier tipo de organización. Este proceso dentro de su entorno, las áreas de gerencia y ventas no cuentan con una aplicación para gestionar y administrar los servicios realizados a sus clientes. Por consiguiente, el objetivo de esta tesis fue resolver el problema desarrollando una aplicación web de atención al cliente para registrar clientes y posibles clientes de diferentes segmentos, además de realizar seguimiento de las atenciones que se brindan a diario. Para el desarrollo de la solución tecnológica del presente trabajo se utilizó la metodología RUP. Los resultados que se obtuvieron durante las pruebas fueron favorables cumpliendo satisfactoriamente con los indicadores de calidad; por lo que se llega a la conclusión que la aplicación permite disminuir la acumulación de trabajos manuales que se hacen en los procesos de ventas y clientes al momento de registrarlos, realizando una mejora en la atención y agilizando el uso del manejo de la información para aumentar la cartera de clientes que existen hasta en la actualidad. (pág. 7)

Dentro de sus Conclusiones indica que:

Con los objetivos planteados en el presente trabajo y con los resultados obtenidos, se tiene las siguientes conclusiones.

La funcionalidad de la aplicación web influye satisfactoriamente en la mejora de la atención y seguimiento al cliente, el nivel de seguridad al momento de ingresar información a todos los módulos del sistema y también porque satisface los requerimientos funcionales de la entidad (jefe de ventas, documentador, analista programador, administrador y usuarios externos)

La eficiencia de la aplicación web influye satisfactoriamente en la mejora de la atención y seguimiento al cliente, ya que a través de la velocidad, un rápido tiempo de respuesta de la información y sobre todo la importancia que siempre esté disponible para los clientes de manera fácil.

La confiabilidad de la aplicación web influye satisfactoriamente en la mejora de la atención y seguimiento al cliente, al validar correctamente la información registrada y poseer un sistema sin errores.

La usabilidad de la aplicación web influye satisfactoriamente en la mejora de la atención y seguimiento al cliente, ya que la interfaz gráfica de los módulos de la aplicación fue más agradable, fácil y comprensible, además la utilización de múltiples herramientas tecnológicas para el desarrollo de las interfaces

Dentro de sus Recomendaciones indica que:

- Se recomienda seguir desarrollando la aplicación web hasta convertirla en un CRM (Customer Relationship Management o Gestión de las relaciones con clientes).
- Agregar un módulo de reclamos para que, si el cliente lo tiene, saque un ticket virtual y se le atienda y un módulo externo de solicitud de servicio para que cualquier persona que desee información de los servicios lo haga mediante la aplicación web.

- Se recomienda la optimización de la aplicación web Zeta Systems de atención al cliente para móvil y así seguir incrementando la cartera de clientes que realizan llamadas a la empresa para obtener información de los servicios y productos.
- La implementación de Business Intelligence (Inteligencia de negocios) debido a que este software maneja gran cantidad de información
- En caso de que, si se pueda implementar, estudiar como es el desarrollo de las mismas, la planificación y asuntos de otras índoles que se relacionen con los temas. (págs. 91-92)

(Rojas Medina, 2017), elaboró la tesis “Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios”, nos dice que:

El presente trabajo tiene por objetivo mejorar la gestión de atención al cliente a través de la implementación de un sistema CRM (Customer Relationship Management) para una empresa del sector servicios. El sistema CRM que se estudia en este proyecto ha sido desarrollado a medida, considerando la experiencia de los programadores, los usuarios y especialistas en marketing. La muestra estuvo constituida por todos los clientes activos de la empresa y personal involucrado en el proceso, en total 26. Se emplearon como instrumentos cuestionarios. Los resultados indican que la implementación de un sistema CRM mejora la gestión de atención al cliente en una empresa del

sector servicios, además permite realizar un seguimiento a las actividades del cliente y mejora los procesos administrativos. (pág. xiv)

Dentro de sus Conclusiones indica que:

En la investigación realizada por profesionales del área comercial e informática se llegó a la conclusión general, que la implementación de un sistema CRM mejora la gestión de atención al cliente en una empresa del sector servicios. Es decir, la empresa perteneciente al sector servicios presentó una mejora en la gestión de atención al cliente después de implementar un sistema CRM.

- Los resultados de la investigación confirman que la implementación de un sistema CRM permite realizar un seguimiento de todas las actividades en donde los clientes estén involucrados. El sistema Industrial CRM permite registrar toda la información de las actividades del cliente en una única base de datos, permitiendo hacer un seguimiento continuo y ordenado a los clientes, brindando un servicio más personalizado y enfocado en la satisfacción del cliente.
- Los resultados de la investigación confirman que la implementación de un sistema CRM permite mejorar los procesos administrativos involucrados en la gestión de atención al cliente. El sistema Industrial CRM estandariza procesos, reduce actividades manuales y genera reportes personalizados, mejorando notoriamente los procesos administrativos, cuyo impacto se refleja en servicio de atención al cliente.

Dentro de sus Recomendaciones indica que:

Al corroborar que la implementación de un sistema CRM mejora la gestión de atención al cliente, se da como primera recomendación que antes de ejecutar la implementación del sistema se informe al personal los beneficios y fines de la implementación, para tener mayor probabilidad de éxito.

- Se recomienda que el sistema CRM implementado permita registrar la mayor cantidad de actividades que tengan relación directa con los clientes, ya que el historial generado permitirá crear estrategias, reportes e indicadores que ayudarán a tomar decisiones para la satisfacción y mejora del servicio de atención al cliente.
- Se recomienda que el sistema CRM implementado se adecúe a los procesos que maneja la empresa, y reduzca las actividades repetitivas que realiza el personal involucrado, además es preferible elegir un sistema que permita actualizaciones a futuro, para poder asegurar el buen funcionamiento de los procesos. (págs. 79-80)

1.8. Marco teórico

1.8.1 Sistema Informático

(García Fallas, 2004) “sostiene que los sistemas informáticos como principios tecnológicos que hacen posible la obtención de cálculos y el seguimiento de indicaciones como si de un proceso metal se tratase.”

Asimismo, (Blanco Encinoza, 2012) manifiesta que: “Los sistemas informáticos se pueden definir como sistemas de almacenamiento y control de información usando herramientas computacionales”.

Por su parte (Chuquilin Vásquez, 2015) indica que “estas herramientas incluyen iconos como recursos lingüísticos para el uso del programa y su vinculación con las actividades que se lleven a cabo”.

1.8.2 Software

Pressman. (2010), manifiesta que: “la calidad del software es un objetivo de vital importancia para los desarrolladores. Añade, que la calidad del software se mide en cuanto sea un proceso eficaz que añade valor a quien lo produce y a quien lo utiliza”.

La ISO 9126. (2005). manifiesta que: “la calidad del software se divide en las siguientes características” ISO 9126. (2005).

Tabla 2. ISO 9126 - 2005

Funcionalidad:	satisface necesidades implícitas y explícitas.	
Fiabilidad:	mantiene su nivel de prestación durante un periodo establecido.	Fuente:
Usabilidad:	esfuerzo necesario para su uso por un conjunto de usuarios.	ISO
Eficiencia:	relación entre el nivel de desempeño y la cantidad de recursos necesarios.	9126-2005
Mantenibilidad:	facilidad de modificar o corregir errores.	1.8.3
Portabilidad:	capacidad para ser transferido de una plataforma a otra.	
Calidad de uso:	aceptación por parte del usuario final.	

Aplicación web

La Ingeniería de software nos dice que una aplicación web” son las aplicaciones que se pueden utilizar accediendo a un Servidor web a través de Internet o de una intranet mediante un navegador. Es una aplicación que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web”. (EcuRed, s.f.)

1.8.4 Gestión administrativa (WEB)

Se dice que la gestión administrativa consiste en:

Un sistema de gestión de contenido web (en inglés Web Content Management System , abreviadamente, WCMS) es un sistema de software que proporciona autorías de sitio web, colaboración y herramientas de administración diseñadas para permitir, a los usuarios con poco conocimiento de lenguajes de programación web o lenguajes de marcado, el

crear y gestionar contenidos web con relativa facilidad. Un WCMS robusto proporciona la base para la colaboración, ofreciendo a los usuarios la capacidad de gestionar los documentos y la salida para la edición de múltiples autores la participación. (EcuRed, s.f.)

1.8.5 Origen de satisfacción del cliente

(Matos Alvarado, 2017) indica que:

En los albores de la humanidad, el hombre ha indagado y averiguado diversas formas de como satisfacer sus necesidades en un contexto. En el inicio del siglo XX se realizaron estudios respecto a la actuación del consumidor. En los años 60 emergen las primeras investigaciones que tratan de la satisfacción del cliente, y la década del 70 hubo más investigaciones sobre el mismo tema. La década de los 80 se caracterizó por la globalización comercial, y en los 90 se elaboró varios indicadores de satisfacción y en la actualidad la satisfacción del cliente es el objetivo principal de las empresas y organizaciones.

1.8.6 Confianza del Servicio.

V. Zeithaml, Bitner, Pérez, Lozano, and Pontón (2002)

Expresaron que la confiabilidad es aquella capacidad en la cual el personal de la entidad desempeña el servicio que se promete de manera que genere seguridad y precisión. Esto quiere decir que la confiabilidad va a ser el medio que la institución va utilizar para cumplir lo que promete en relación a la

prestación del servicio, así como también significa la solución a los problemas o quejas de los usuarios.

Pérez (2006), expresó que la confiabilidad se encuentra caracterizado por ser cada vez más exigente, donde la evolución en relación a gestión organizacional requiere renovar constantemente la forma en que brinda sus servicios con la finalidad de dar una mayor satisfacción a los usuarios, por ello evaluar la confiabilidad de un servicio se puede distinguir como una estrategia que genere competencia la misma que va ayudar a que la entidad brinde un servicio con mayor efectividad, así como también va generar una posibilidad de que el servicio brindado logre satisfacer a los usuarios.

Ovando (2005), expresó que la confiabilidad es el brindar un servicio oportuno y bueno, asimismo quiere decir que se cumpla con lo que se promete. La confiabilidad en un servicio que se brinda es cuestión de organización, ya que no solo se logra con que el personal ponga entusiasmo, sino que también se debe tener procedimientos bien establecidos que permitan brindar un buen servicio a los usuarios.

1.8.7 Atención al usuario

” La atención es la forma de influir en los clientes para obtener su satisfacción, porque casi siempre se brindan los productos y muchas veces no es satisfactorio, y es elemental tomar en cuenta diversos aspectos como escuchar, observar y hablar”. Además, tener presente que “para prestar una buena atención es necesario comprender las necesidades y atributos del servicio que

se provee de la misma forma el tipo de usuarios al que está orientado el servicio”. (Rodríguez Suárez & Pérez Santana, 2006)

1.8.8 Calidad de atención

La calidad de atención viene a ser el servicio que se ofrece A cualquier usuario, razón por la cual se debe cumplir con las políticas que cada empresa, en el sector público o privado. De la misma forma, la calidad de atención a todos los sectores está en permanente evaluación para definir la forma en la que se atienden a los usuarios, Y de esta manera garantizar el “beneficio y la seguridad, ofreciendo confianza para satisfacer sus necesidades de cada cliente.

Al existir una hegemonía de la calidad no se debe descartar la presencia de otros conceptos, de presentaciones y prácticas”, es decir, “como una parte de un proceso cambiante de expresiones de la diversidad social” (Lerner & Szasz, 2008)

1.8.9 SERVQUAL

SERVQUAL es una escala que se desarrolló en el año 1985 por Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Esta escala tiene dos partes, a) mide las expectativas de los clientes en relación al servicio ofrecido en la empresa en un ámbito específico y además mide la percepción de los clientes respecto a los servicios de una empresa en particular”. (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007). El modelo provee una serie de dimensiones o diferentes criterios que yacen en la percepción de los clientes

y consumidores en relación con la calidad del servicio. Existen cinco dimensiones que no son percibidos directamente y es necesario valorar en cada uno de ellos en los diversos aspectos en función al grado de acuerdo y desacuerdo que presenten los clientes de acuerdo con las percepciones y expectativas.

Las dimensiones son:

1. Tangibles, hace referencia a las apariencias de los empleados, instalaciones, equipos, materiales, etc.
2. Fiabilidad, es la prestación del servicio de manera precisa.
3. Capacidad de respuesta, es lo que desea la empresa de brindar a los clientes de manera rápida.
4. Seguridad, está relacionado a transmitir confianza a los clientes, cortesía y conocimiento del servicio prestado.
5. Empatía, atención estrictamente individual, asumiendo un rol del cliente.

Las cinco dimensiones se subdividen en dos grupos: la dimensión de los resultados, orientada en la entrega del servicio y la dimensión del proceso está orientada de la manera como se provee el servicio principal, podemos decir es la capacidad de respuesta, certeza y empatía de los empleados en su interacción directa con los clientes y los componentes tangibles del servicio. La dimensión proceso brinda al proveedor de servicio una opción de sobrepasar las expectativas del cliente.

1.8.10 Satisfacción

“El término satisfacción es el resultado de la evaluación hecha por el cliente sobre el servicio recibido”, es decir, “los usuarios contrastan sus expectativas con

el servicio que se les ha brindado”. De esta manera” si el cliente resulta insatisfecho es porque el servicio que se le ha brindado no ha colmado sus expectativas”.

1.8.11 Satisfacción del cliente

Hoffman y Bateson (2002) afirman que los beneficios de la satisfacción del cliente también son percibidos por los proveedores de la organización, es decir, si los clientes satisfechos están dispuestos a adquirir más productos y servicios, por ende, la cadena de suministros es afectada positivamente al haber mayor demanda para la organización. En contraste, un nivel de satisfacción bajo multiplica por diez la mala publicidad, la cual muy difícilmente es revertida en corto plazo.

De acuerdo a lo analizado en los párrafos anteriores sobre las posturas de los distintos autores, la satisfacción del cliente es, principalmente, una valoración posterior. La cual se realiza en última instancia sobre un producto o servicio, que resulta de comparar las expectativas previas a la compra con el rendimiento percibido del producto o servicio.

En ese sentido, el nivel de satisfacción del cliente se base en un alto grado de contenido emocional que deviene, principalmente, de las percepciones que se tiene y no sobre un criterio objetivo predeterminado (características específicas) de lo que es o debería ser el servicio o producto. (Lopez Vasquez, Olivera Hospinal, & Tinoco Reyes, 2018)

1.9. Definición de términos básicos

1.9.1 Accesibilidad Web

Macia, C. (2018), manifiesta que: “La accesibilidad web tiene como objetivo lograr que las páginas web sean utilizables por el máximo número de personas, independientemente de sus conocimientos o capacidades personales e independientemente de las características técnicas del equipo utilizado para acceder a la Web”.

1.9.2 Fundamentos de la web

Matéu, (2004). “El protocolo HTTP y el lenguaje HTML”.

Uno permite una implementación simple y sencilla de un sistema de comunicaciones que nos permite enviar cualquier tipo de ficheros de una forma fácil, simplificando el funcionamiento del servidor y permitiendo que servidores poco potentes atiendan miles de peticiones y reduzcan los costes de despliegue. El otro nos proporciona un mecanismo de composición de páginas enlazadas simple y fácil, altamente eficiente y de uso muy simple.

1.9.3 Implantación

Otero García, (2007). “Se pasará el sistema construido a producción con el fin de que los usuarios de éste empiecen a utilizarlo”.

1.9.4 Interfaces de Usuario:

Fernández R, Angos U, Salvador O, (2016), indican que:

Un interfaz de usuario es un medio entre una persona usuaria de un sistema informática. La interfaz de usuario debe ser fácil de usar para que la interacción sea lo más instintiva e intuitiva posible.

1.9.5 Mantenimiento

Otero García, (2007) indica que “Se realizarán tanto las correcciones de los posibles errores que puedan surgir en el sistema implantado, como las mejoras evolutivas que se consideren oportunas”.

1.9.6 Servidor

Sommerville, (2005). “Programa que proporciona algún servicio a otros programas (clientes)”.

1.9.7 Servidor web

Matéu, (2004), indica que:

Un servidor web es un programa que atiende y responde a las diversas peticiones de los navegadores, proporcionándoles los recursos que solicitan mediante el protocolo HTTP o el protocolo HTTPS (la versión segura, cifrada y autenticada de HTTP). Un servidor web básico tiene un esquema de funcionamiento muy sencillo, ejecutando de forma infinita el bucle siguiente.

1. Espera peticiones en el puerto TCP asignado (el estándar para HTTP es el 80).
2. Recibe una petición.

3. Busca el recurso en la cadena de petición.
4. Envía el recurso por la misma conexión por donde ha recibido la petición.
5. Vuelve al punto 2.

II. METODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

La presente investigación es aplicada, dado la investigación “tiene fines prácticos en el sentido de solucionar problemas detectados en un área del conocimiento. Está ligada a la aparición de necesidades o problemas concretos y al deseo del investigador de ofrecer solución a estos”. (Hernandez Sampieri, 2014, pág. 128)

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, “porque es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural”. (Hernandez Sampieri, 2014, pág. 185).

Nivel de la investigación

El nivel de esta investigación es de carácter descriptivo correlacional, una investigación descriptiva “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.”

Investigación es descriptiva según lo refieren Hernández, et al. (2014) “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92) y Correlacional, porque “Tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular” (p. 93).

Enfoque de la investigación

El enfoque es cuantitativo, “Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (Hernández Etal, 2003; p.5)..

2.2 Población y muestra

2.2.1. Población

Ñaupas, (2014), explica a la población como “el conjunto de individuos, personas o instituciones que son motivo de la investigación”. Para la presente investigación, se ha considerado a 300 clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información S.A.C.

2.2.2. Muestra

Valderrama, (2013), define a la muestra como un “subconjunto representativo de un universo o población, es representativo porque refleja las características de la población al aplicársele adecuadamente la técnica del muestreo.”

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

Donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = (1 - p) = probabilidad de fracaso

e = 5% precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

n= 169 clientes.

A un nivel de Confianza del 95%, considerando una probabilidad de éxito de 0.50, y una precisión de 5%, y un tamaño de la población de 300, se calculan 169 entrevistas a realizar.

2.3 Técnicas para la recolección de datos

✓ Técnicas

Encuesta

Se aplicó la técnica de la encuesta a los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información S.A.C. de acuerdo con la muestra para determinar cómo influye la implementación de un sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Análisis documental.

Se consultaron tesis relacionadas al tema de investigación

✓ Instrumentos

Encuesta

Para recopilar la información de los clientes, se hizo uso de la encuesta a través de un conjunto de preguntas formuladas bien organizadas y valida por tres expertos.

2.4 Validez y confiabilidad de instrumentos

Validez del instrumento

Según los autores Summers, Williamson y Read (2004). “El juicio de expertos se define como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones”.

Para la validación del contenido se utilizó el juicio de tres expertos en el ámbito de desarrollo de sistemas informáticos y en asesoramiento de tesis.

Tabla 3. Juicio de expertos

N°	Experto	Resultado
1	Mg. José Ramos Gonzales Calderón	89%
2	Ing. Víctor Andrés Padilla Cáceres	89%
3	Mg. Alex Zarate Bocanegra	90%
	Promedio	90%

Fuente: elaboración propia

El promedio alcanzando del juicio de expertos es de 90%, lo cual indica que es aplicable el instrumento.

Criterio de confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de la Encuesta fue medida usando el coeficiente Alpha de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Donde

k = es el número de ítems

$(\sigma_i)^2$ = varianza de cada ítem

$(\sigma_x)^2$ = varianza del cuestionario total

Según lo mencionado por (Ñaupas, Mejia, Novoa, & Villagomez, 2014, pág 217) se dice que un instrumento es fiable cuando las mediciones no varían significativamente ni en tiempo ni en aplicación a diferentes personas. La confiabilidad es la prueba que genera confianza cuando, al aplicarse en condiciones iguales o similares los resultados son siempre los mismos.

Se usaron los siguientes criterios para evaluar el coeficiente alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable

Tabla 4. Resultado del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N° de elementos
.710	18

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el análisis de fiabilidad de alfa de Cronbach para la encuesta es de 0.710, lo cual nos indica que el diseño de la encuesta es “aceptable” para realizar el estudio.

2.5. Procesamiento y análisis de datos

Los resultados obtenidos fueron procesados y tabulados en hoja de cálculo (Excel) luego se realizó el análisis con el uso de la herramienta del software SPSS version25, en dicho análisis se buscó la correlación entre sistema de gestión web versus la satisfacción de los clientes de la empresa.

2.6. Aspectos éticos

En todo el proceso de nuestra investigación se ha cuidado en mantener el secreto de la confidencialidad de la información proporcionada por los clientes de la empresa, de esta manera no divulgamos sus datos, que fue el compromiso adquirido.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

3.1.1 Captación de clientes y su facturación

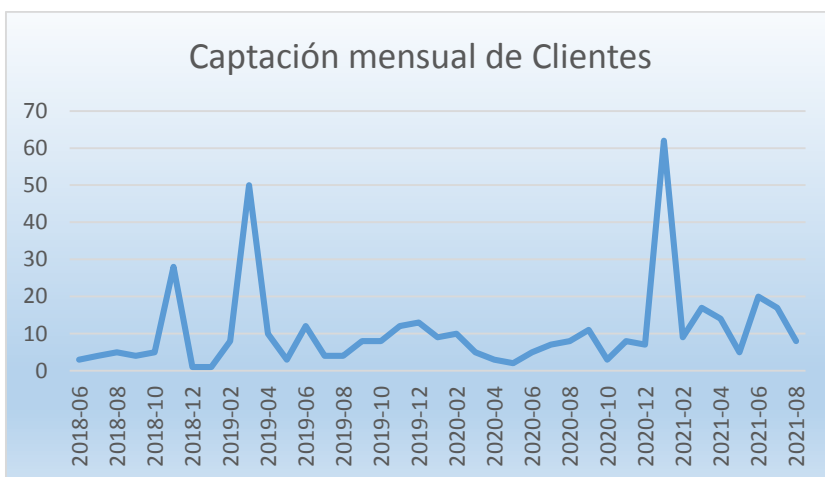


Figura 1: Captación mensual de clientes

Fuente: Data documental de la empresa. Elaboración propia

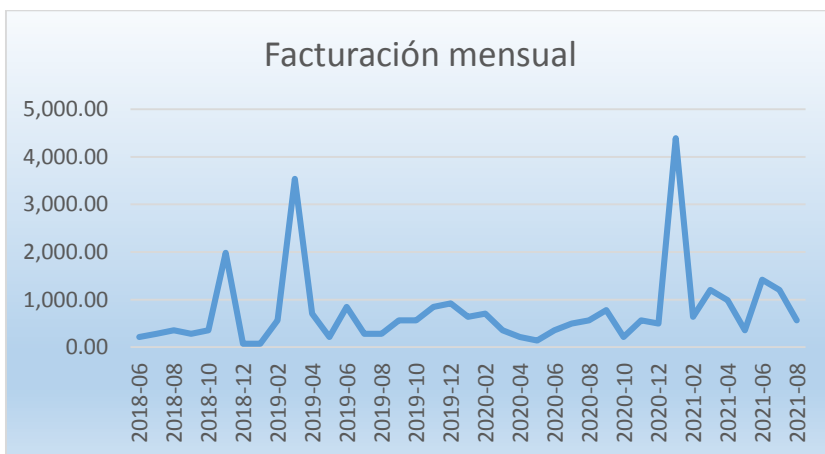


Figura 2: facturación mensual

Fuente: Data documental de la empresa. Elaboración propia

En las figuras 1 y 2 se puede apreciar el volumen de captación de clientes desde junio del año 2018 hasta agosto del año 2021.

3.1.2 Resultados descriptivos de la encuesta

Tabla 5. 1. ¿Según su opinión considera que el tiempo para el registro de un cliente es el adecuado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Nunca	68	40,2	40,2	40,2
	2 Casi nunca	51	30,2	30,2	70,4
	3 A veces	50	29,6	29,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

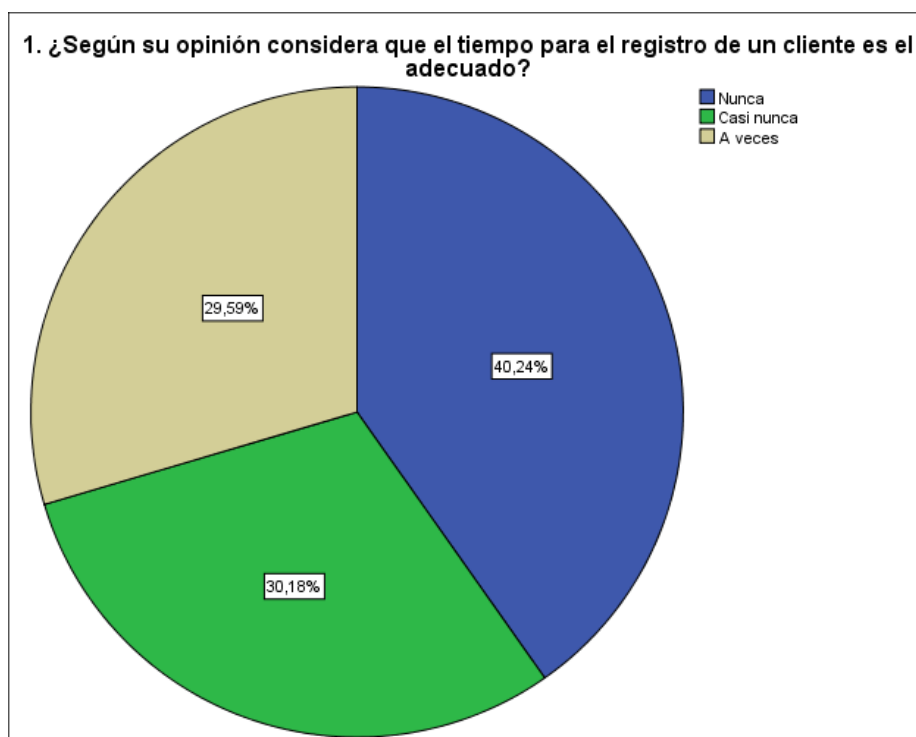


Figura 3. 1. ¿Según su opinión considera que el tiempo para el registro de un cliente es el adecuado?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 4 y figura 3, podemos observar que el 70.4% opina que el tiempo de registro de un cliente es inadecuado, e incluso el 30.18% restante opina que solo a veces es adecuado

Tabla 6. 2. ¿El tiempo de registro de un cliente actualmente es oportuno?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3 A veces	51	30,2	30,2	30,2
4 Casi siempre	118	69,8	69,8	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia



Figura 4. 2. ¿El tiempo de registro de un cliente actualmente es oportuno?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 5 y figura 4, podemos observar que el 30.2% opina que el tiempo de registro de un cliente es oportuno, mientras que el 69.8% restante opina que siempre es oportuno.

Tabla 7. 3. ¿Consideras que el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3 A veces	18	10,7	10,7	10,7
4 Casi siempre	151	89,3	89,3	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

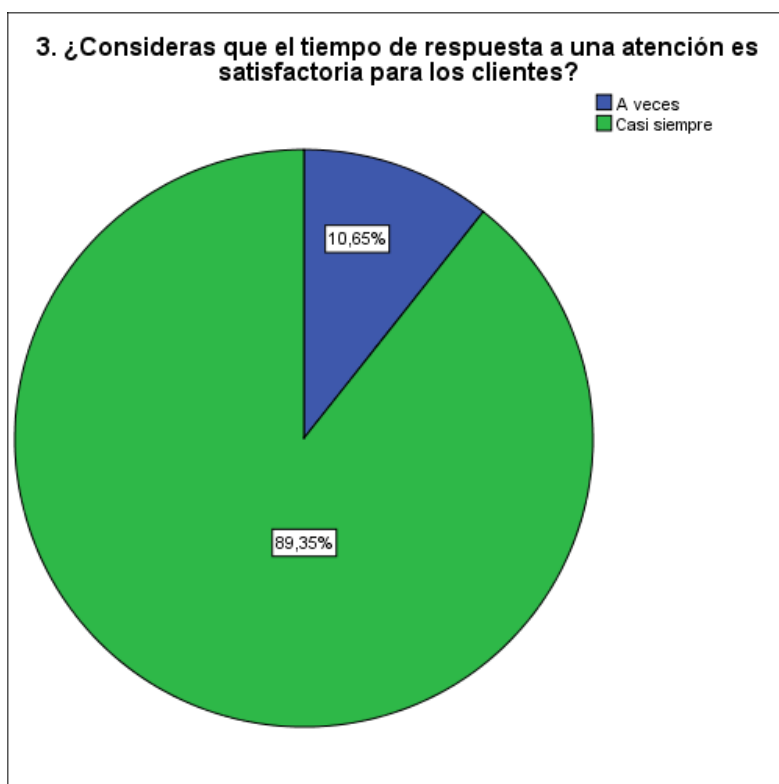


Figura 5. 3. ¿Consideras que el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 6 y figura 5, podemos observar que el 10.7% opina que a veces el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes, mientras que el 89.3% restante opina que siempre.

Tabla 8. 4. ¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3 A veces	51	30,2	30,2	30,2
4 Casi siempre	118	69,8	69,8	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia



Figura 6. 4. ¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 7 y figura 6, podemos observar que el 30.2% opina que a veces se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web, mientras que el 69.8% restante opina que siempre.

Tabla 9. 5. ¿Considera que es eficiente la atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2 Casi nunca	131	77,5	77,5	77,5
	3 A veces	38	22,5	22,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

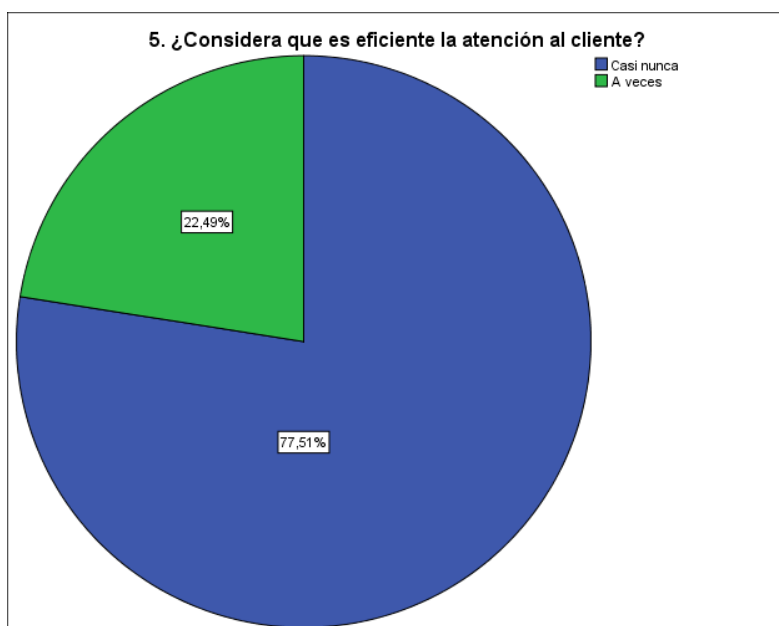


Figura 7. 5. ¿Considera que es eficiente la atención al cliente?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 8 y figura 7, podemos observar que el 77.5% opina que casi nunca es eficiente la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web, mientras que el 22.4% restante opina que a veces.

Tabla 10. 6. ¿Considera que la mayoría de los clientes están satisfechos por la atención que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 4 Casi siempre	169	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

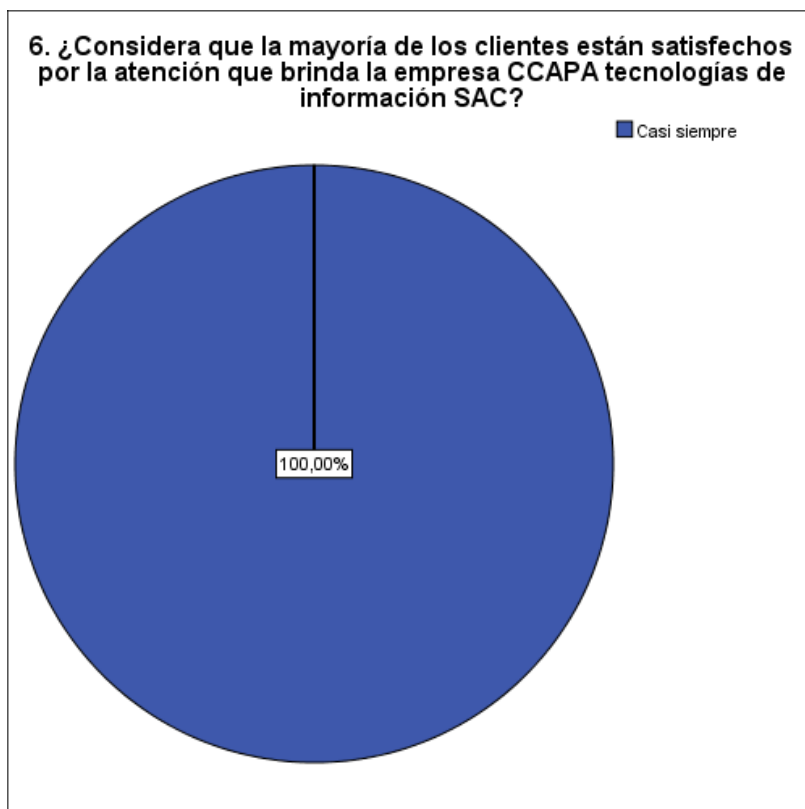


Figura 8. 6. ¿Considera que la mayoría de los clientes están satisfechos por la atención que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 9 y figura 8, podemos observar que el 100% opina que siempre la mayoría de clientes están satisfechos por la atención que brindada.

Tabla 11. 7. ¿Considera que se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3 A veces	17	10,1	10,1	10,1
4 Casi siempre	152	89,9	89,9	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

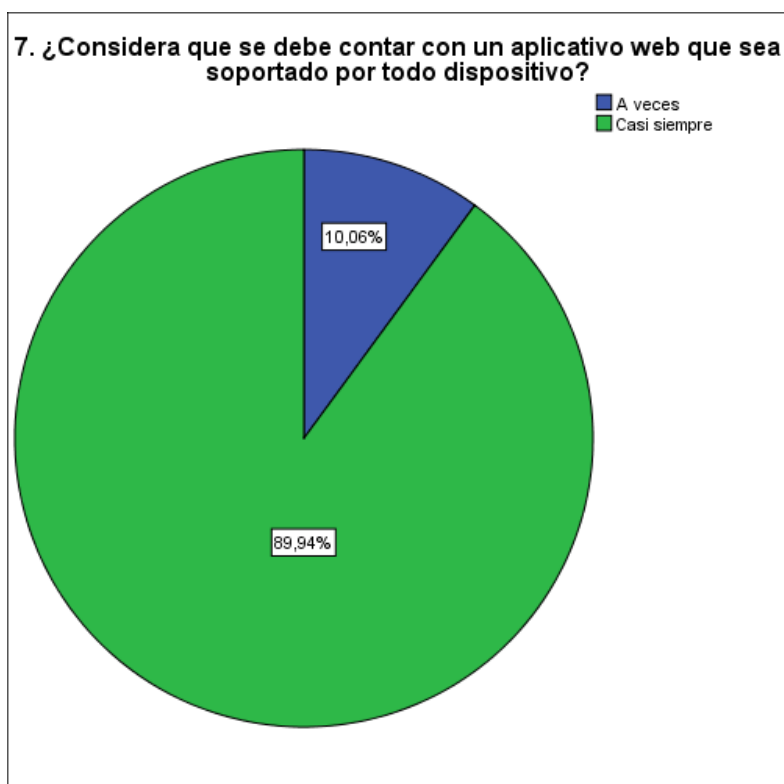


Figura 9. 7. ¿Considera que se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo?

Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 8 y figura 7, podemos observar que el 10.1% opina que a veces se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo, mientras que el 89.9% restante opina que siempre.

Tabla 12. 8. ¿La portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 4 Casi siempre	152	89,9	89,9	89,9
5 Siempre	17	10,1	10,1	100,0
Total	169	100,0	100,0	

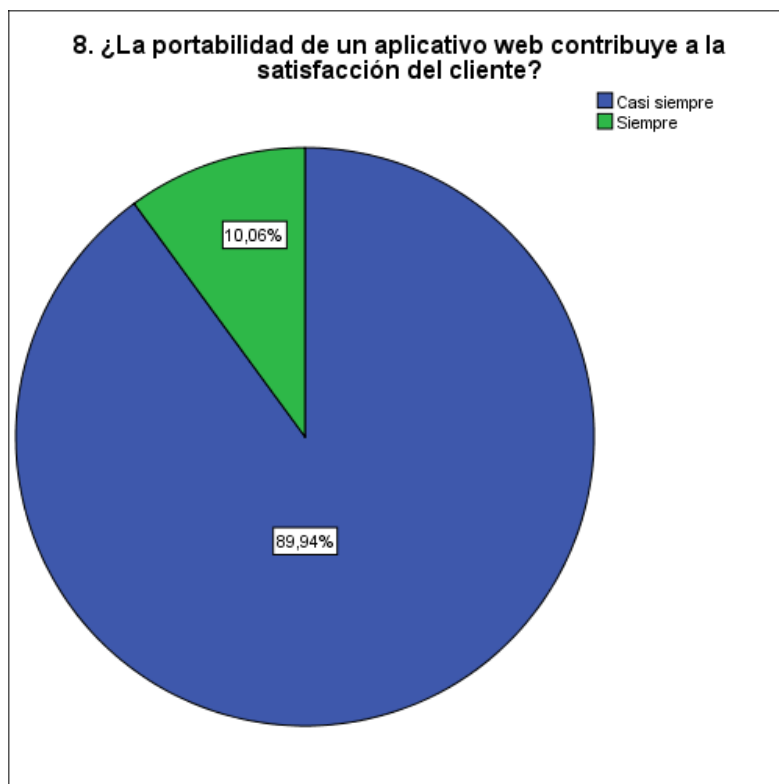


Figura 10. 8. ¿La portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente?
Fuente: elaboración propia

Interpretación

De la tabla 9 y figura 8, podemos observar que el 89.9% opina que siempre la portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente, mientras que el 10.1% restante opina que siempre.

Tabla 13. 9. ¿El aplicativo web permitirá mejorar la percepción del cliente de los servicios que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 4 Casi siempre	169	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

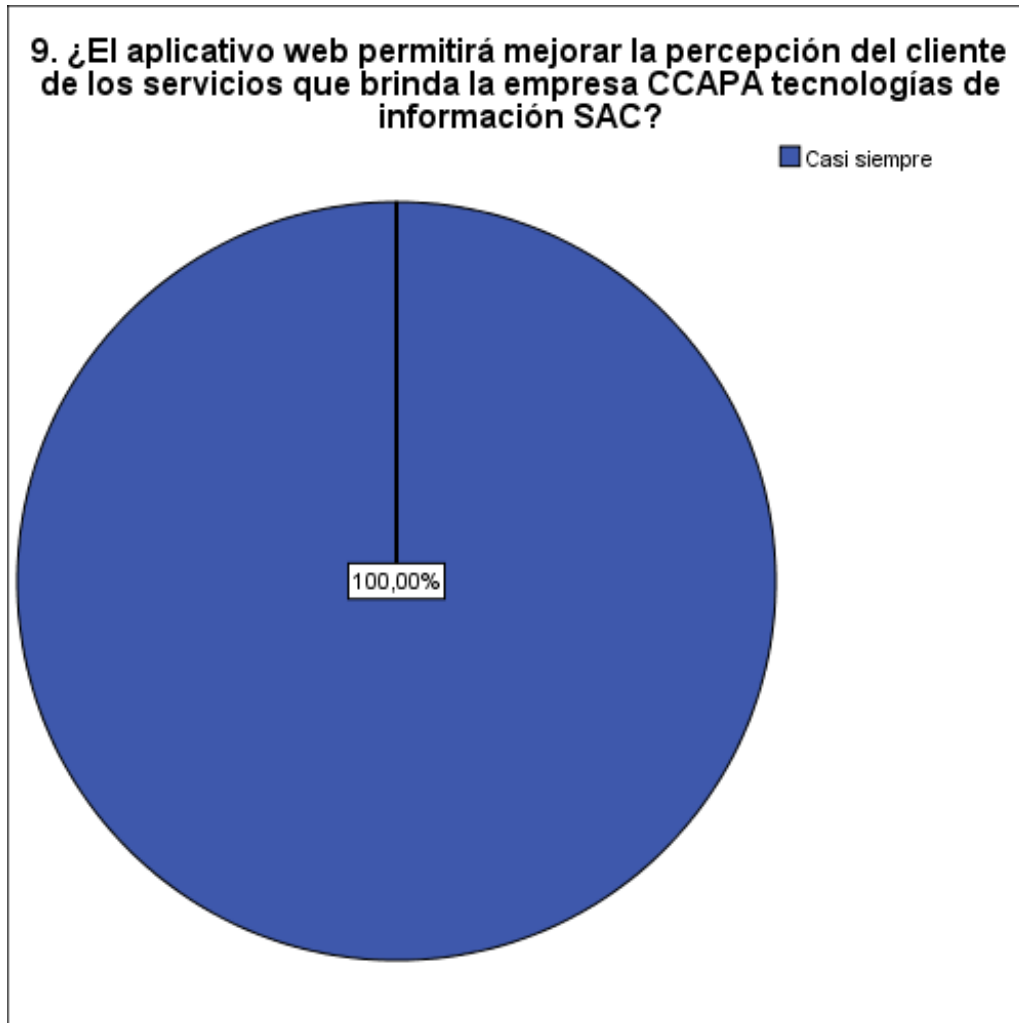


Figura 11. ¿El aplicativo web permitirá mejorar la percepción del cliente de los servicios que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. 10. ¿Considera optima la gestión administrativa al cliente actual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Nunca	35	20,7	20,7	20,7
	2 Casi nunca	100	59,2	59,2	79,9
	3 A veces	34	20,1	20,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

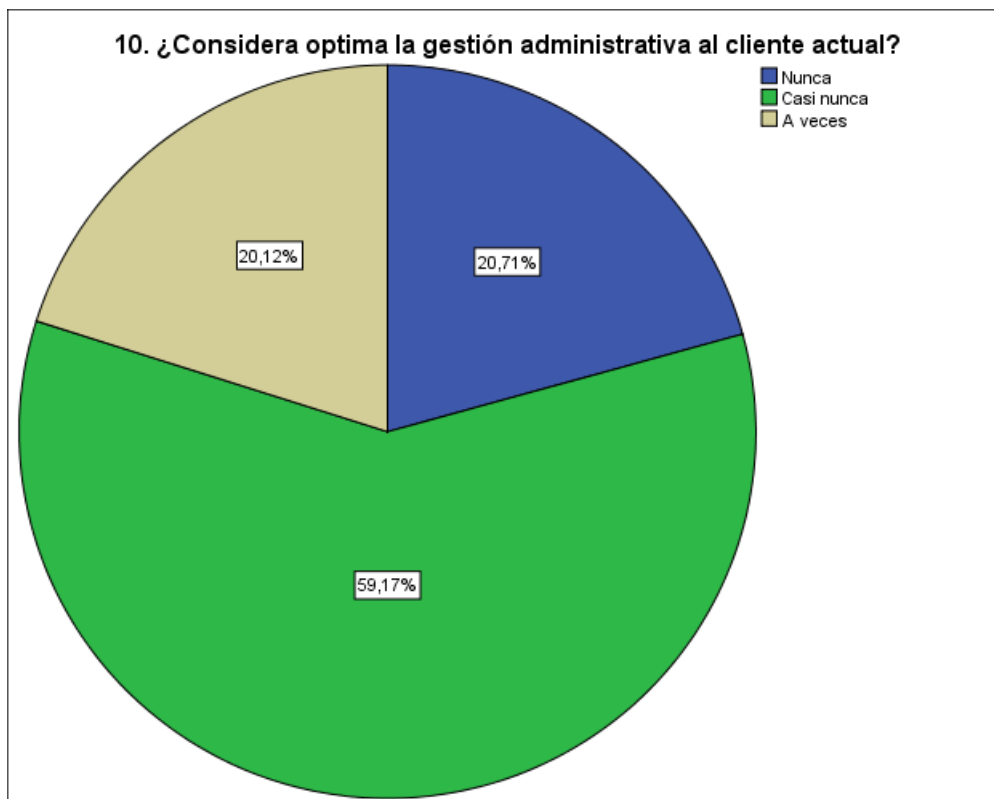


Figura 12. 10. ¿Considera optima la gestión administrativa al cliente actual?

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. 11. ¿Considera oportuna la atención inmediata a los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Nunca	35	20,7	20,7	20,7
	3 A veces	134	79,3	79,3	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

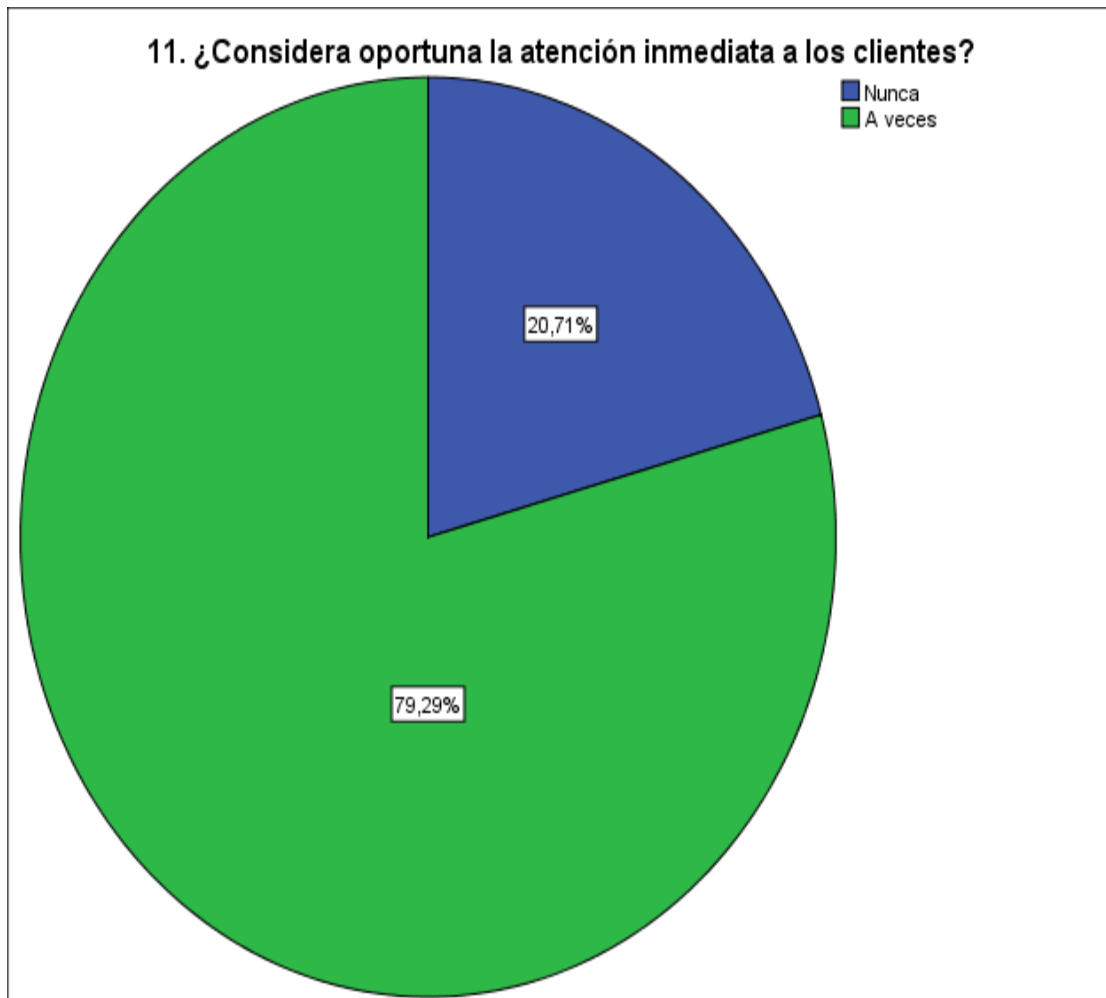


Figura 13. 11. ¿Considera oportuna la atención inmediata a los clientes?

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. 12. ¿Durante la atención diaria al cliente cuenta la herramienta tecnológica adecuada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Nunca	17	10,1	10,1	10,1
	2 Casi nunca	17	10,1	10,1	20,1
	3 A veces	135	79,9	79,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

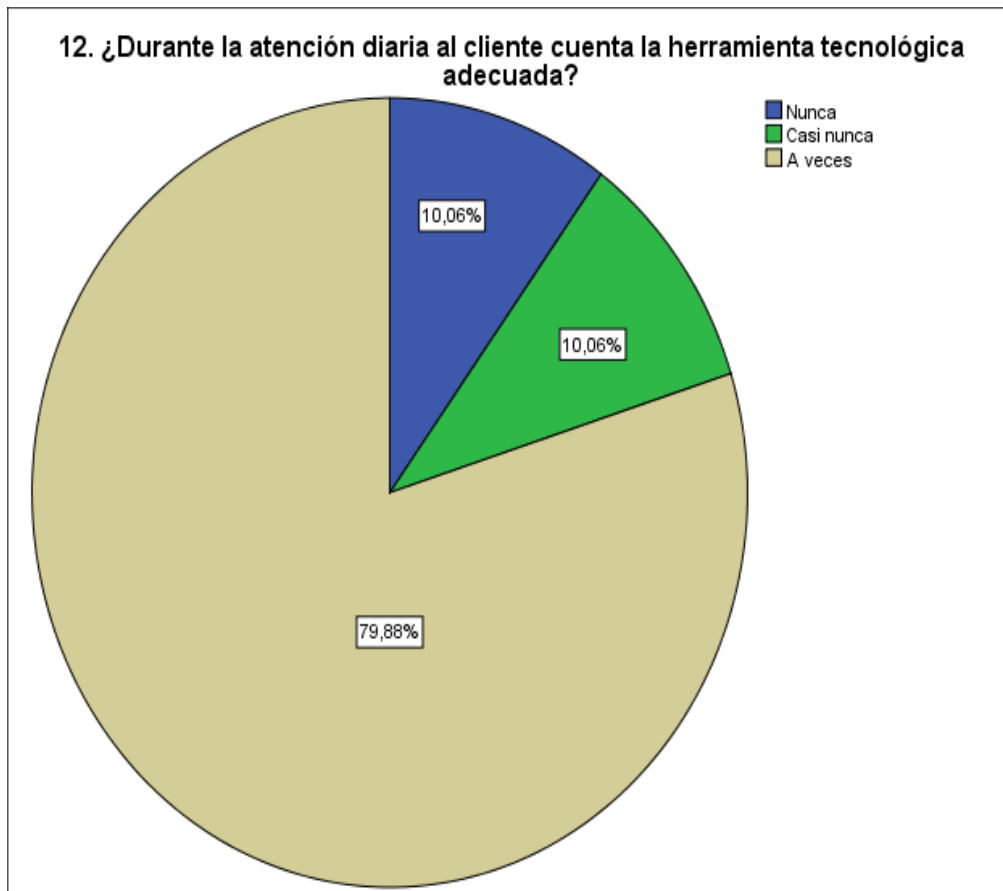


Figura 14. 12. ¿Durante la atención diaria al cliente cuenta la herramienta tecnológica adecuada?
Fuente: elaboración propia

Tabla 17. 13. ¿La gestión administrativa coadyuva en la satisfacción del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4 Casi siempre	135	79,9	79,9	79,9
	5 Siempre	34	20,1	20,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

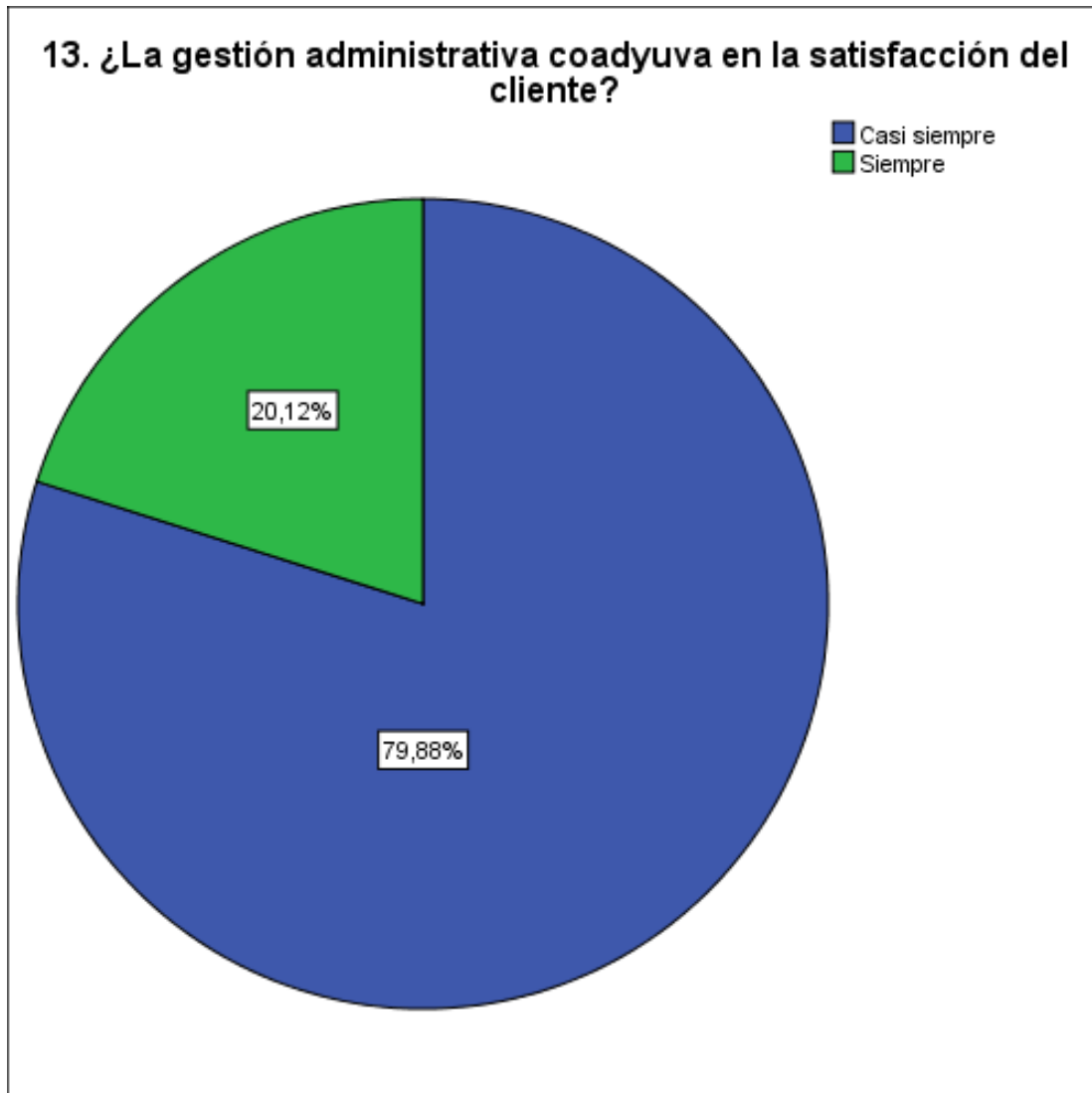


Figura 15. 13. ¿La gestión administrativa coadyuva en la satisfacción del cliente?

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. 14. ¿Considera adecuado el sistema de trabajo para la gestión administrativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4 Casi siempre	135	79,9	79,9	79,9
	5 Siempre	34	20,1	20,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

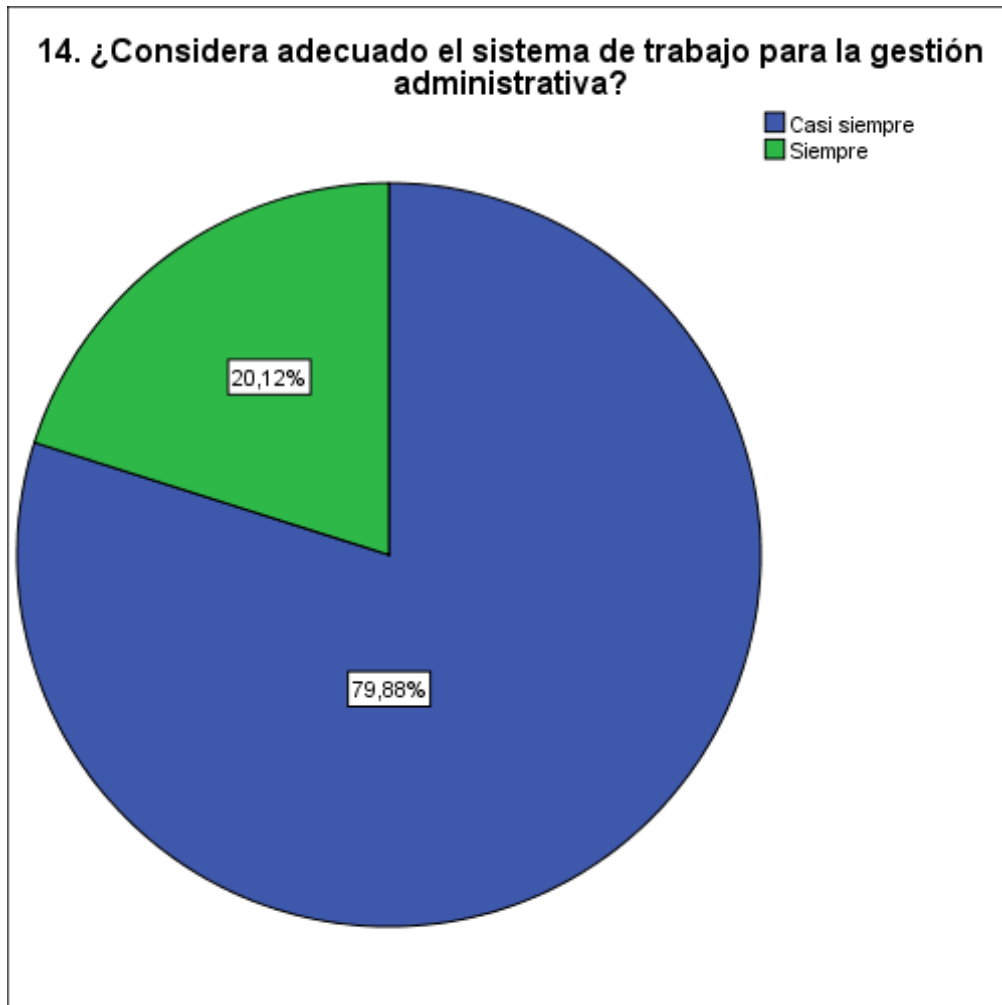


Figura 16. 14. ¿Considera adecuado el sistema de trabajo para la gestión administrativa?

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. 15. ¿Los mecanismos actuales permiten una adecuada gestión administrativa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 3 A veces	151	89,3	89,3	89,3
4 Casi siempre	18	10,7	10,7	100,0
Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

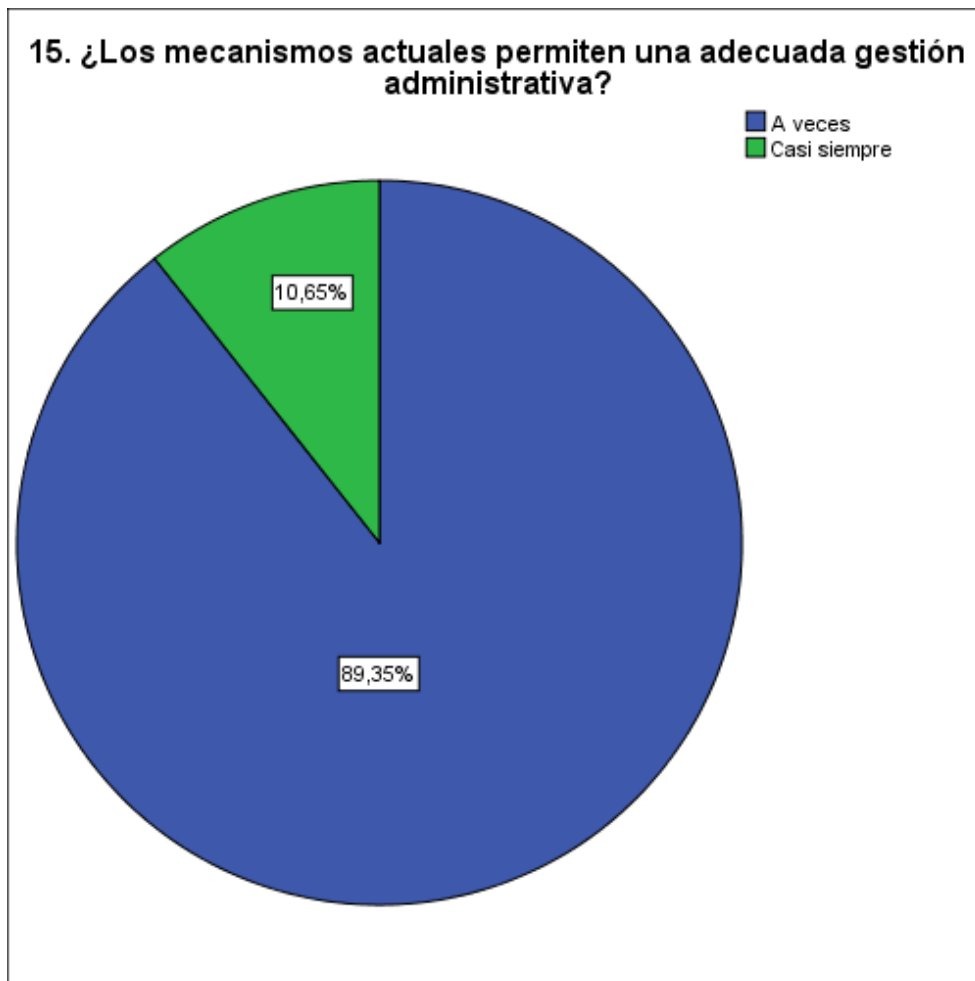


Figura 17. 15. ¿Los mecanismos actuales permiten una adecuada gestión administrativa?

Fuente: elaboración propia

Tabla 20. 16. ¿Considera que la forma actual de trabajo permite monitorear adecuadamente a las clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Nunca	17	10,1	10,1	10,1
	2 Casi nunca	118	69,8	69,8	79,9
	3 A veces	34	20,1	20,1	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

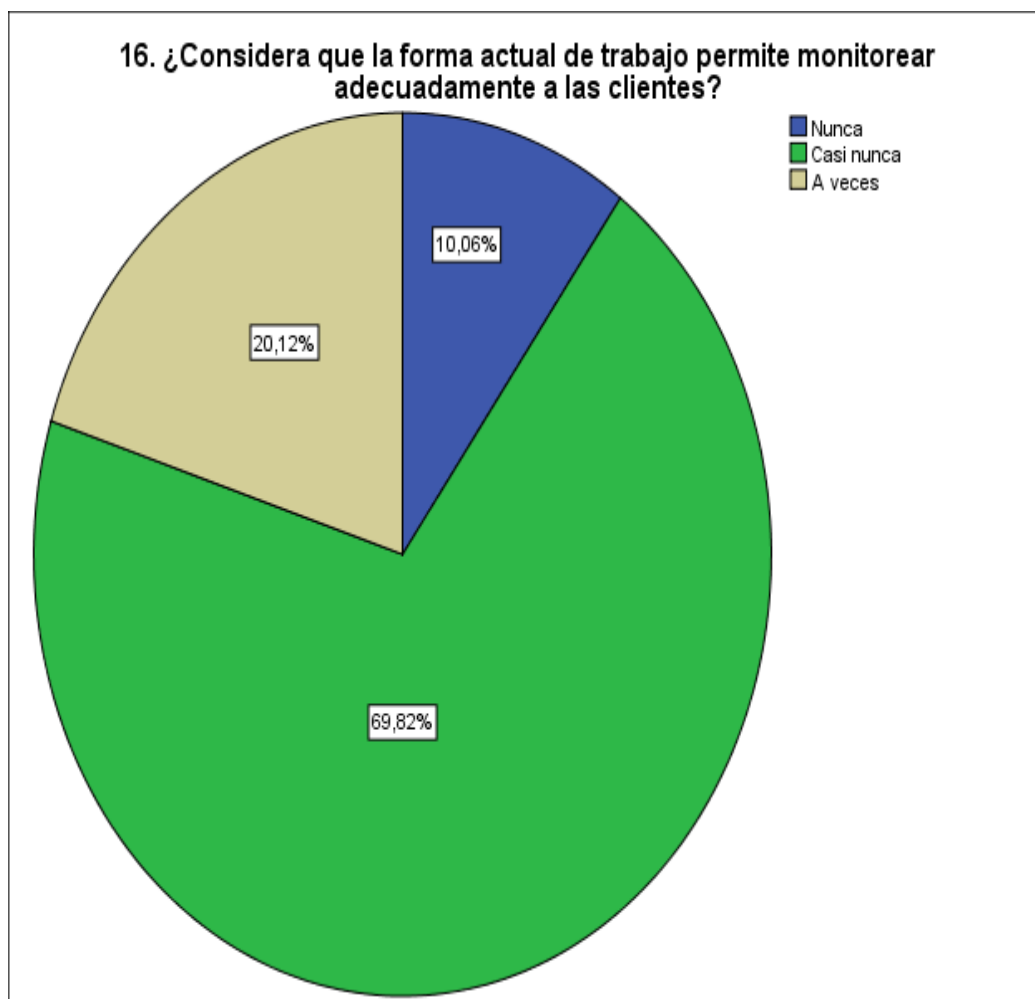


Figura 18. 16. ¿Considera que la forma actual de trabajo permite monitorear adecuadamente a las clientes?

Fuente: elaboración propia

Tabla 21. 17. ¿Considera que teniendo un sistema de gestión web, permitirá gestionar mejor los requerimientos de clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4 Casi siempre	129	76,3	76,3	76,3
	5 Siempre	40	23,7	23,7	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

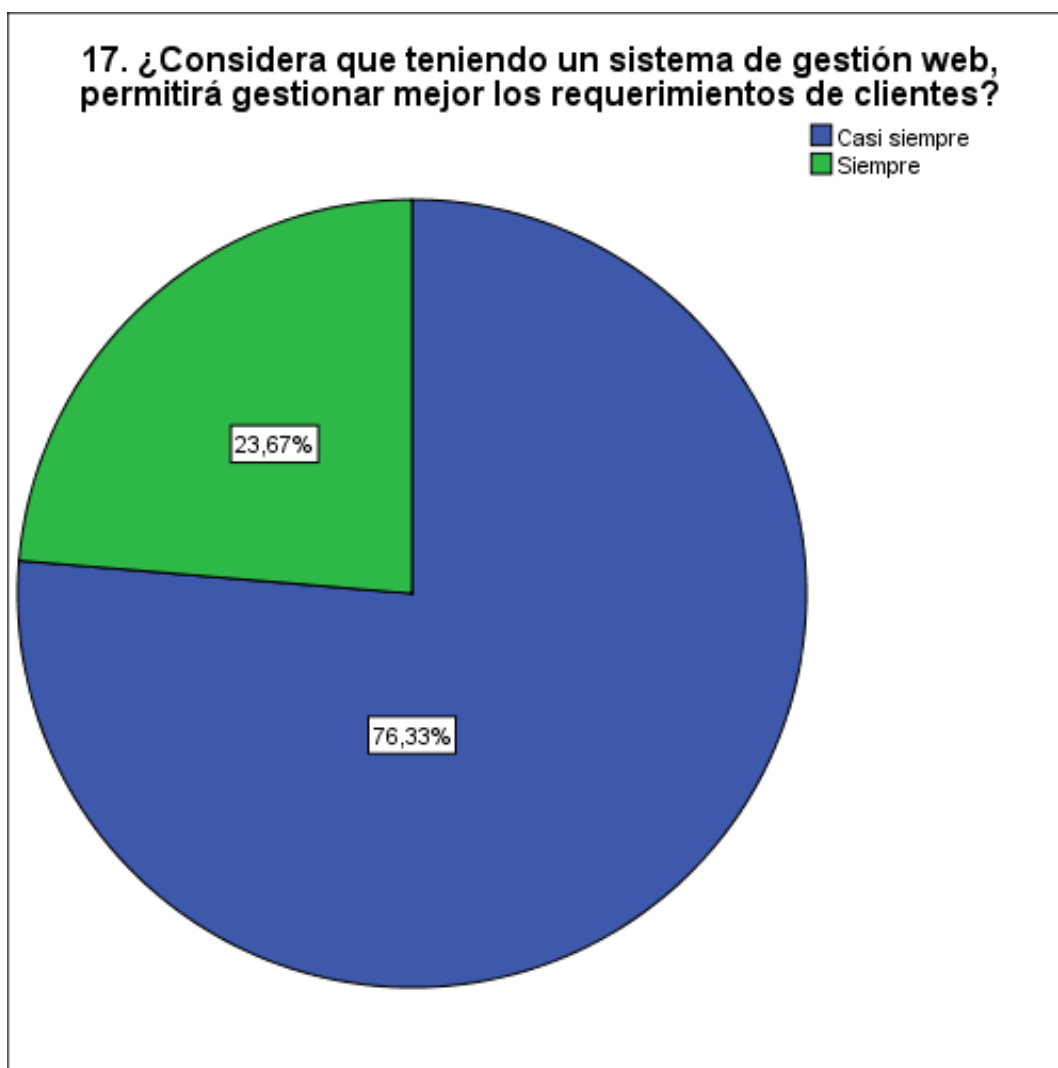


Figura 19. 17. ¿Considera que teniendo un sistema de gestión web, permitirá gestionar mejor los requerimientos de clientes?

Fuente: elaboración propia

Tabla 22. 18. ¿En las últimas semanas ha identificado alguna mejora en el proceso de monitoreo y seguimiento de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4 Casi siempre	134	79,3	79,3	79,3
	5 Siempre	35	20,7	20,7	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

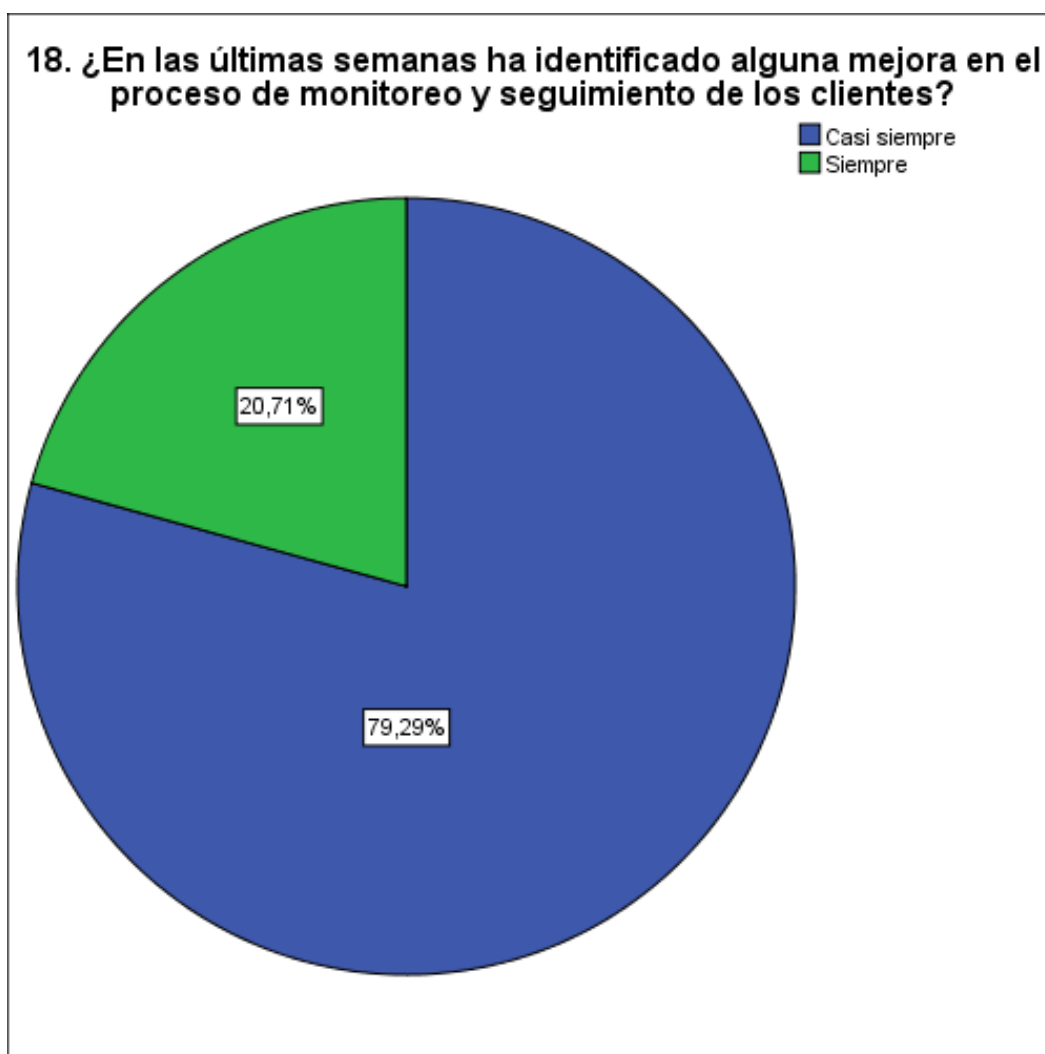


Figura 20. 18. ¿En las últimas semanas ha identificado alguna mejora en el proceso de monitoreo y seguimiento de los clientes?

Fuente: elaboración propia

3.2. Prueba de normalidad

Hipótesis:

Ho: Los datos provienen de una distribución normal

Ha: Los datos no provienen de una distribución normal

Decisión: Si $p < 0.05$ entonces se rechaza Ho (a un nivel de significancia del 95%)

Tabla 23: Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Sistema de Gestión Web	,210	169	,000	,864	169	,000
Satisfacción del cliente	,246	169	,000	,831	169	,000
Atención al cliente	,436	169	,000	,660	169	,000
Gestión administrativa	,380	169	,000	,695	169	,000
Percepción del cliente	,241	169	,000	,857	169	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En el caso de ambas variables, y con ambas pruebas de normalidad, se observa que el valor de Sig. es menor que 0.05 por tanto se rechaza la hipótesis nula Ho, y se acepta la hipótesis alterna Ha, es decir que hay evidencia suficiente para afirmar que los datos no provienen de una distribución normal.

3.3. Contrastación de las hipótesis

Debido que se ha comprobado que los datos no provienen de una distribución normal, entonces realizamos un análisis no paramétrico, para esto usaremos el coeficiente de correlación de Spearman, el cual es una medida de correlación entre dos variables. La fórmula está dada por:

$$rho = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^n D_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

$D_i = RX_i - RY_i$

RX_i : Rango de la variable X

RY_i : Rango de la variable Y

n: Número de pares de valores (X; Y) o tamaño de la muestra.

Hipótesis:

$H_0: \rho = 0$ (Entre las variables X y Y no existe una relación significativa)

$H_a: \rho \neq 0$ (Entre las variables X y Y existe una relación significativa)

Decisión: Si $p < 0.05$ entonces se rechaza H_0 (a un nivel de significancia del 95%)

Tabla 24: Escala de correlación de Spearman

Nº	Resultado	rho (ρ)
1	Perfecta	1
2	Excelente	$0.9 \leq \rho < 1$
3	Buena	$0.8 \leq \rho < 0.9$
4	Regular	$0.5 \leq \rho < 0.8$
5	Mala	$\rho < 0.5$

3.3.1 Contrastación de la hipótesis general

Ho: No existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Ha: Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Tabla 25. *Contrastación de la Hipótesis General*

		Sistema de Gestión	Satisfacción del
		Web	cliente
Rho de Spearman	Sistema de Gestión Web	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,289**
		N	,000
			169
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,289**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
			169

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el valor de Sig. es menor que 0.05 por tanto se rechaza la hipótesis nula Ho, y se acepta la hipótesis alterna Ha, es decir que “Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web con la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”.

Por otro lado, observamos que esta correlación entre ambas variables, de acuerdo a la tabla N° 03, es mala, lo cual quiere decir que, la implementación del Sistema de gestión Web, no es trascendental para la Satisfacción de los clientes.

3.3.2 Contrastación de hipótesis específica 1

Ho: No existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Ha: Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Tabla 26. *Contrastación de la hipótesis específica 1*

			Sistema de Gestión Web	Atención al cliente
Rho de Spearman	Sistema de Gestión Web	Coefficiente de correlación	1,000	,612**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	,612**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el valor de Sig. es menor que 0.05 por tanto se rechaza la hipótesis nula Ho, y se acepta la hipótesis alterna Ha, es decir que “Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”.

Por otro lado, observamos que esta correlación entre ambas variables, de acuerdo a la tabla N° 03, es regular, lo cual quiere decir que, la implementación del Sistema de gestión Web, es regularmente trascendental en la Atención al cliente.

3.3.3 Contrastación de hipótesis específica 2

Ho: No Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Ha: Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Tabla 27. *Contrastación de la hipótesis específica 2*

			Sistema de Gestión Web	Gestión administrativa
Rho de Spearman	Sistema de Gestión Web	Coeficiente de correlación	1,000	-,176*
		Sig. (bilateral)	.	,022
		N	169	169
	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación	-,176*	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	169	169

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el valor de Sig. es menor que 0.05 por tanto se rechaza la hipótesis nula Ho, y se acepta la hipótesis alterna Ha, es decir que “Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”.

Por otro lado, observamos que esta correlación entre ambas variables (-0.176) es inversa, y además de acuerdo a la tabla N° 03, es mala, lo cual quiere decir que, la implementación del Sistema de gestión Web, para la gestión administrativa no es recomendable.

3.3.4 Contrastación de hipótesis específica 3

Ho: No existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Ha: Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

Tabla 28. *Contrastación de la hipótesis específica 3*

			Sistema de Gestión Web	Percepción del cliente
Rho de Spearman	Sistema de Gestión Web	Coefficiente de correlación	1,000	,367**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Percepción del cliente	Coefficiente de correlación	,367**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Se observa que el valor de Sig. es menor que 0.05 por tanto se rechaza la hipótesis nula Ho, y se acepta la hipótesis alterna Ha, es decir que “Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”.

Por otro lado, observamos que esta correlación entre ambas variables (0.367), de acuerdo a la tabla N° 03, es mala, lo cual quiere decir que, la implementación del Sistema de gestión Web, no es trascendental en la percepción del cliente.

IV. DISCUSIÓN

La discusión de resultados es la comparación de los resultados obtenidos en el estudio con lo que dicen otros investigadores citados en los antecedentes y lo que establece el marco teórico como fruto de la publicación de las diversas teorías referidas al tema de investigación.

Según nuestro objetivo general que es determinar cómo influye la implementación de un sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021, influye positivamente con la tesis Berrios (2014) ya que con su estudio elaborado en su tesis se pudo determinar que el 100% de los estudiantes prefiere el sistema implementado ya que muestra su completa satisfacción frente a las características del sistema, además Hernández (2018) en su tesis titulada “Aplicación web para la mejora en la atención y seguimiento al cliente en la empresa Zeta Systems Solutions” los resultados que se obtuvieron durante las pruebas fueron favorables cumpliendo satisfactoriamente con los indicadores de calidad por cual según las tesis mencionadas llegamos a la conclusión que nuestra tesis influye positivamente, pero no significativamente, tan solo solo influye en forma regular, en el caso de la atención de los clientes.

Los resultados de nuestro objetivo específico 1 que es “Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”, son coherentes con los resultados de Rojas (2017) donde nos dice que “la implementación de un sistema CRM

mejora la gestión de atención al cliente en una empresa del sector servicios, además permite realizar un seguimiento a las actividades del cliente y mejora los procesos administrativos”.

Los resultados de nuestro objetivo específico 2 que es “Determinar en qué medida la implementación del sistema de gestión web influye en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”, son contrarios, pues de los datos encontramos que la influencia es inversa.

Finalmente, los resultados de nuestro objetivo específico 3 que es “Determinar en qué medida la implementación del sistema de gestión web influye en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021”, son coherentes con los resultados de (Lopez Vasquez, Olivera Hospinal, & Tinoco Reyes, 2018) los cuales indican que “El nivel de satisfacción del cliente se base en un alto grado de contenido emocional que deviene, principalmente, de las percepciones que se tiene y no sobre un criterio objetivo predeterminado (características específicas) de lo que es o debería ser el servicio o producto” es decir nos dice que la percepción del cliente depende mucho de la satisfacción que haya tenido el cliente donde esto quiere decir que si hay relación frente a la comparativa realizada.

CONCLUSIONES

Como conclusión encontramos que:

La implementación del sistema de gestión web influye en 0.289 con la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información. Esta correlación es mala, lo cual nos indica que los clientes valorizan otras cosas de la empresa.

Asimismo, la implementación del sistema de gestión web influye en 0.612 en la atención a los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información. Esta correlación es regular, lo cual nos indica que la atención a los clientes de la empresa si se ven afectados directamente con la implementación del sistema web.

Por otro lado, la implementación del sistema de gestión web influye en forma inversa de -0.176 con la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información, esto quiere decir, que con la implementación del sistema web se ve afectada la gestión administrativa de la empresa.

Finalmente, la implementación del sistema de gestión web influye en 0.367 en la percepción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información. Esta correlación es mala, lo cual nos indica, que los clientes valorizan otras cualidades de la empresa.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que al sistema de gestión web implementado se le continúe mejorando, de tal manera que se eleve la satisfacción de los clientes de la empresa. Tener presente que las automatizaciones, muchas veces no son bien acogidas en su inicio por los usuarios y clientes.

Dado el sistema de gestión web generó la mejora correlación con la atención al cliente de la empresa, se recomienda fortalecer dicha relación con nuevas prestaciones en el sistema.

Como el sistema de gestión web está generando una correlación inversa con la gestión administrativa, se recomienda revisar este módulo, de tal manera que la gestión administrativa de la empresa también se vea favorecida con la automatización.

Finalmente se recomienda seguir mejorando el sistema de gestión web para que continúe mejorando la percepción de los clientes, sería bueno que se implemente charlas de capacitación en el uso del nuevo sistema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbulu, J., & Otoy, J. J. (09 de 2006). LA PYME EN EL PERU. *CENDOC*, 6. Obtenido de <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-journals/PAD/7/arbulu.pdf>
- Berrios Guevara, Y. M. (2014). Implementación del sistema Intersys para mejorar el nivel de satisfacción en la gestión y control del proceso de aplicación de estudiantes extranjeros a la USAT, 2014. (*Tesis para optar el grado académico de magíster en informática educativa y tecnologías de información y comunicación*). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Obtenido de <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/567>
- Blanco Encinoza, L. J. (2012). *Sistemas de Información Para El Economista y El Contador*. Habana, Cuba: Academia Española 2012.
- Carles, m. (2004). *Desarrollo de aplicaciones web* (Primera ed.). Barcelona, España: Eureka Media, SL. Obtenido de <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/591/1/004%20Desarrollo%20de%20aplicaciones%20web.pdf>
- Chuquilin Vásquez, J. (2015). Tesis de Titulación. *Sistema de Información Hotelero Vía Web y Móvil, para mejorar la atención al cliente en el Gran Bolívar Hotel S.A, de la ciudad de Trujillo*. Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11717?locale-attribute=en>
- Droguett Jorquera, F. J. (2012). Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. (*Seminario para optar al Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración*). Universidad de Chile - Facultad de Economía y Negocios, Escuela de Economía y Administración, Santiago, Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera,%20F..pdf?sequence=3>
- EcuRed. (s.f.). *EcuRed*. (EcuRed, Editor) Recuperado el 2021, de Aplicación web: https://www.ecured.cu/Aplicaci%C3%B3n_web
- Fernandez Ruiz, M. J., Argos Ullate, J. M., & Salvador Olivar, J. A. (2016). Interfaces de Usuarios. *V CONGRESO ISKO*, 12. Obtenido de <file:///C:/Users/pleon/Downloads/Dialnet-InterfacesDeUsuario-1456152.pdf>

- García Fallas, J. (23 de 07 de 2004). Ambiente con recursos tecnológicos. Escenarios para la construcción de procesos pedagógicos. 3(Primera), 24. San José, San Pedro de Monte de Oca, Costa Rica: EUNED. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/447/44730107.pdf>
- Gauchat, J. D. (2017). *El gran libro de HTML 5, CSS3 y Javascríp* (Tercera español ed.). Barcelona, España: Marcombo S.A. Obtenido de <https://elevaciondigital.pe/wp-content/uploads/2019/06/El-gran-libro-de-HTML5-CSS3-y-JavaScript.pdf>
- Gomez Fuentes, M., & Cervantes Ojeda, J. (2017). Introducción a la Programación Web con Java: JSP y Servlets, JavaServer Faces. En M. d. Gomez Fuentes, & J. Cervantes Ojeda, *Introducción a la Programación Web con Java: JSP y Servlets, JavaServer Faces* (pág. 250). Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.
- Hernández Ramos, J. M. (2018). Aplicación web para la mejora en la atención y seguimiento al cliente en la empresa Zeta Systems Solutions. (*Tesis para optar el Título de Ingeniero de Sistemas y Cómputo*). Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Lima, Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/567>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (6 ed.). Mexico, Mexico: MC Graw Hill. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/descargas/perfeccionamiento/PLAN%20LECTOR%20PROGRAMA%20ALTO%20MANDO%20NAVAL%202020/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (12 de 09 de 2014). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). (M. G. S.A., Ed.) Mexico, Mexico: McGraw Hill.
- Jauregui, M. (19 de 06 de 2016). *Aprendiendo Administracion*. Obtenido de *Aprendiendo Administracion*: <https://aprendiendoadministracion.com/la-teoria-clasica-la-administracion/>
- López Díaz, J., & Arias, A. A. (2018). Propuesta para implementar un software de gestión de clientes, como estrategia CRM en la empresa Pri5ma S.A.S. (*Trabajo de grado para optar al título de Administradores de Empresas*). Universidad de La Salle - Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Bogotá, Colombia. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1356/

- Lopez Vasquez, L. J., Olivera Hospinal, S. J., & Tinoco Reyes, D. A. (2018). Satisfaccion del usuario en el marco de la relacion estado- ciudadanos: politicas y estrategias para la calidad de atencion al contribuyente en el servicio de la administracion tributaria. *Grados y Titulos*. Servicio de Administracion Tributaria, Lima, Lima, Peru. Recuperado el 05 de 09 de 2018, de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1377/2018_MAGEM_16-3_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marín García, A., & Gil Saura, I. (2016). *Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente*. (U. d. Valencia, Ed.) doi:10.5295 / cdg.150556am
- Martínez Rondón, L. K. (2019). La calidad del servicio hotelero para aumentar la satisfacción del cliente en el hotel Mr Delta. (*Presentada para optar el título de licenciado en Administración Turística*). Universidad de Lambayeque - Facultad de Ciencias Sociales, Comerciales y Derecho, Chiclayo, Perú. Obtenido de <https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/313/3/Tesis%20Mart%C3%ADnez%20Rond%C3%B3n.pdf>
- Mateu, C. (2004). Desarrollo de aplicaciones Web. En C. Mateu, *Desarrollo de aplicaciones Web* (pág. 378). Barcelona, España: Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.
- Matos Alvarado, M. A. (2017). La calidad del servicio de administración de justicia y su relación con la satisfacción de los justiciables, de la especialidad civil del distrito judicial de Lima Norte año 2017. (*Para optar el Grado Académico de Magíster en Gerencia en Estadística e Informática*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/16443>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Ediciones de la U.
- Otero García, A. (2007). Proyecto Web. En A. Otero García, *Proyecto Web* (pág. 92). Barcelona, España: Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya.
- Pons, C., Giandini, R., & Pérez, G. (2010). Desarrollo de software dirigido por modelos. En C. Pons, R. Giandini, & G. Pérez, *Desarrollo de software dirigido por modelos conceptos teóricos y su aplicación práctica* (pág. 282). La Plata, Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.

Rodríguez Suárez, L. F., & Pérez Santana, J. M. (2006). *Atencion Del Auxiliar en la Hospitalizacion Del Paciente Geriatrico*. (EDUFORMA, Ed.) Sevilla, España: MAD, SL.

Rojas Medina, L. J. (2017). Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios. (*Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Facultad de Ingeniería Industrial, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/6626>

Sabino, C. (1996). *El proceso de investigación*. Caracas: Editorial Panapo.

Sommerville, I. (2005). Ingeniería del Software. En I. Sommerville, *Ingeniería del Software* (Séptima Edición ed., pág. 691). Madrid, Madrid, España: Pearson Educación S.A.

Universidad de Mexico. (20 de 01 de 2020). *Universidad de Mexico*. Obtenido de Universidad de Mexico: <https://universidadesdemexico.mx/universidad-kuepa/articulo-5-funciones-administracion-fayol>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Problemas General	Objetivos General	Hipótesis General	Variables Independiente	Indicador V.I.	Variables Dependiente	Indicador V.D.
¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?	Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.	Existe influencia significativa en la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021	<i>Sistema de gestión web</i>	--,--	<i>Satisfacción de los clientes</i>	--,--
Problemas Específico	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas				
¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?	Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021	Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la atención al cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021	Sistema web	Disponibilidad del aplicativo	Atención al cliente	Nivel de servicio
¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la satisfacción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?	Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.	Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la gestión administrativa de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.	Sistema web	Sistema amigable	Gestión administrativa	Índice de gestión administrativa
¿Cómo influye la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021?	Determinar en qué medida influye la implementación del sistema de gestión web con la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021	Existe influencia en la implementación del sistema de gestión web en la percepción del cliente de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.	Sistema web	Nivel de portabilidad	Percepción del cliente	# de reclamaciones

Elaboración propia

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos

Estimado usuario:

Te invitamos a responder esta breve encuesta.

Escala Valorativa.

Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

SISTEMA DE GESTION WEB									
					ESCALA VALORATIVA				
Sistema Web					1	2	3	4	5
1. ¿Según su opinión considera que el tiempo para el registro de un cliente es el adecuado?					1	2	3	4	5
2. ¿El tiempo de registro de un cliente actualmente es oportuno?					1	2	3	4	5
3. ¿Consideras que el tiempo de respuesta a una atención es satisfactoria para los clientes?					1	2	3	4	5
Funcionalidad del sistema									
4. ¿Considera que se debe mejorar la atención al cliente utilizando un sistema de gestión web?					1	2	3	4	5
5. ¿Considera que es eficiente la atención al cliente?					1	2	3	4	5
6. ¿Considera que la mayoría de los clientes están satisfechos por la atención que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?					1	2	3	4	5
Portabilidad del sistema									
7. ¿Considera que se debe contar con un aplicativo web que sea soportado por todo dispositivo?					1	2	3	4	5
8. ¿La portabilidad de un aplicativo web contribuye a la satisfacción del cliente?					1	2	3	4	5
9. ¿El aplicativo web permitirá mejorar la percepción del cliente de los servicios que brinda la empresa CCAPA tecnologías de información SAC?					1	2	3	4	5

SATISFACCION DE LOS CLIENTES									
					ESCALA VALORATIVA				
Atención al cliente					1	2	3	4	5
10. ¿Considera optima la gestión administrativa al cliente actual?					1	2	3	4	5
11. ¿Considera oportuna la atención inmediata a los clientes?					1	2	3	4	5
12. ¿Durante la atención diaria al cliente cuenta la herramienta tecnológica adecuada?					1	2	3	4	5
Gestión administrativa									
13. ¿La gestión administrativa coadyuva en la satisfacción del cliente?					1	2	3	4	5
14. ¿Considera adecuado el sistema de trabajo para la gestión administrativa?					1	2	3	4	5
15. ¿Los mecanismos actuales permiten una adecuada gestión administrativa?					1	2	3	4	5
Percepción del cliente									
16. ¿Considera que la forma actual de trabajo permite monitorear adecuadamente a las clientes?					1	2	3	4	5
17. ¿Considera que teniendo un sistema de gestión web, permitirá gestionar mejor los requerimientos de clientes?					1	2	3	4	5
18. ¿En las últimas semanas ha identificado alguna mejora en el proceso de monitoreo y seguimiento de los clientes?					1	2	3	4	5

Muchas gracias..!!



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

PRESENTADO POR (Tesista): Bach. Rondón Grados, José Israel

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO NRO: 1

- 1.1. Apellidos y Nombres : Gonzales Calderón, José Ramos
 1.2. Grado Académico : Magister
 1.3. Cargo e Institución donde Labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática
 1.4. Tipo de Instrumento de Evaluación: **ENCUESTA**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20%	REGULAR 21 – 40%	BUENO 41 – 80%	MUY BUENO 81 – 80%	EXCELENTE 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable					X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACION	Existe organización Lógica					X
6. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					X
8. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema metodológico y científico					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología					X
8. COHERENCIA	Entre Indices, indicadores y dimensiones					X
8. METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr.					X

II. OPCION DE APLICABILIDAD :Aplicable.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN :80%.....

IV. RECOMENDACIONES : Proceder a su aplicación

Firma del experto:

Fecha: 21/05/2021

DNI : 17541317



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

PRESENTADO POR (Tesisista): Bach. Rondón Grados, José Israel

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO NRO: 2

- 1.1. Apellidos y Nombres : Padilla Cáceres, Víctor Andrés
 1.2. Grado Académico : Ingeniero
 1.3. Cargo e Institución donde Labora: Servicios de salud Montefiori SAC
 1.4. Tipo de Instrumento de Evaluación: **ENCUESTA**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20%	REGULAR 21 – 40%	BUENO 41 – 60%	MUY BUENO 61 – 80%	EXCELENTE 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable					X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACION	Existe organización Lógica					X
6. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					X
8. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema metodológico y científico					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología					X
8. COHERENCIA	Entre Indices, Indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr.					X

II. OPCION DE APLICABILIDAD :Aplicable.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN :89%.....

IV. RECOMENDACIONES : Proceder a su aplicación

Firma del experto:

Fecha: 30/04/2021

DNI : 41123427



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021.

PRESENTADO POR (Tesisista): Bach. Rondón Grados, José Israel

I. DATOS GENERALES DEL EXPERTO NRO: 3

- 1.1. Apellidos y Nombres : Zarate Bocanegra, Jhony Alex
 1.2. Grado Académico : Magister Gestión de Tecnologías de la Información
 1.3. Cargo e Institución donde Labora: Director de la Escuela de Posgrado - UPCI
 1.4. Tipo de Instrumento de Evaluación: **ENCUESTA**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 – 20%	REGULAR 21 – 40%	BUENO 41 – 60%	MUY BUENO 61 – 80%	EXCELENTE 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable					X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACION	Existe organización Lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema metodológico y científico					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología					X
8. COHERENCIA	Entre índices, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGIA	Responde al propósito del trabajo bajo los objetivos a lograr.					X

II. OPCION DE APLICABILIDAD :Excelente.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN :90%.....

IV. RECOMENDACIONES : Que se aplique el instrumento

Firma del experto:

Fecha: 12/05/2021

DNI :

09623461

Anexo 03. Base datos

N	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	1	4	3	4	2	4	4	4	4	1	1	3	4	4	4	2	4	5
2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
3	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
5	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
6	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
7	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
8	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
9	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
10	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
11	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
12	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
13	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	5	4
14	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
15	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
16	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	5	4
17	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
18	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
19	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
20	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
21	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
22	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
23	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	5	4
24	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
25	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
26	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
27	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	5	4
28	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
29	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	5	4
30	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
31	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	5	4
32	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
33	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
34	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	5	5
35	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
36	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
37	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
38	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
39	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	5	4
40	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
41	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4

42	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	5	4
43	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
44	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
45	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
46	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
47	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	5	4
48	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4
49	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
50	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
51	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
52	1	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
53	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
54	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	5	5
55	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
56	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
57	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
58	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4
59	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	5	4
60	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
61	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
62	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	5	4
63	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
64	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
65	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
66	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
67	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
68	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4
69	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4
70	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
71	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
72	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
73	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
74	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
75	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
76	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
77	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
78	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
79	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
80	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
81	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
82	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
83	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
84	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	5	5
85	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
86	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4

87	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	5	4
88	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
89	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
90	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
91	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
92	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
93	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
94	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
95	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
96	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
97	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
98	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
99	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	5	4
100	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
101	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
102	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	5	4
103	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
104	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
105	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
106	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
107	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
108	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
109	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
110	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
111	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
112	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
113	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	5	4
114	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	2	4	5
115	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	5	5
116	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
117	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	5	4
118	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
119	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	5	4
120	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
121	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
122	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
123	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
124	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
125	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
126	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
127	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
128	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
129	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
130	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
131	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4

132	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
133	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
134	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
135	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
136	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
137	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
138	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
139	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4
140	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	5	4
141	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
142	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	4	4
143	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
144	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
145	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	2	4	5
146	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
147	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
148	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
149	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4
150	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4
151	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4
152	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	3	2	5	4
153	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	4	2	4	4
154	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	2	4	5
155	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	4	2	4	5
156	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4
157	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
158	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
159	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4
160	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
161	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
162	1	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	4	2	4	4
163	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	5	5	3	2	4	4
164	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5
165	2	3	3	3	2	4	4	5	4	2	3	3	5	4	4	2	4	5
166	1	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	4	4
167	2	3	4	3	2	4	4	4	4	1	1	1	4	4	3	1	4	4
168	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
169	1	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4

Anexo 04: Evidencias de Similitud Digital

Influencia de la implementación del Sistema de Gestión Web en la satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	10%
2	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	4%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
5	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	cia.uagraria.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	www.bosquemodelochiloe.cl Fuente de Internet	<1 %
14	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
17	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	tesis.ula.ve Fuente de Internet	<1 %
20	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

21 repositorio.uancv.edu.pe
Fuente de Internet

<1%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía Activo

Anexo 05: Autorización de Publicación en Repositorio



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: Rondon Gados Jose Israel

DNI: 10244262 Correo electrónico: irondon@gmail.com

Domicilio: Urb. Uña San Francisco Hz H lote 16 Santa Anita

Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 981005695

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO Ó TESIS

Facultad/Escuela: Ciencias e Ingeniería / Ingeniería de Sistemas e Informática

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

Influencia de la implementación del sistema de Gestión Web en la Satisfacción de los clientes de la empresa CCAPA Tecnologías de Información SAC en el año 2021

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (X) Mg. () Dr. () PhD. ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):

(X) Sí, autorizo el depósito y publicación total.

() No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 26 Días del mes de Enero de 2022.

Firma



Para llenar por el responsable del Repositorio Institucional de la UPCI

Fecha de sustentación:

Fecha de ingreso:

Fecha de publicación en repositorio:

Anexo 06: Sistema de Gestión Web



CCAPA TECNOLOGÍAS DE INFORMACION SAC

Sistema de Gestión Web De Cobranzas



Manual de Usuario

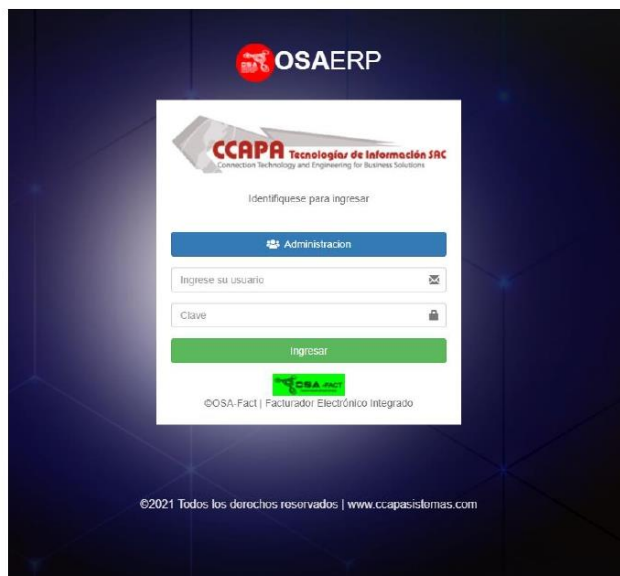
Versión 2.1
Diciembre 2021



Historia del documento

Creado	Versión	Descripción	Cargo	Revisado
09-12-2021	1.0	Documento técnico que describe el uso adecuado y las casuísticas del sistema	Analista Funcional	José Israel Rondón Grados
09-12-2021	2.0	Documento técnico que describe el uso adecuado y las casuísticas del sistema	Jefe de Sistemas	Luis Guillermo Valdes Virla
09-12-2021	2.1	Documento técnico que describe el uso adecuado y las casuísticas del sistema	Líder del Proyecto	Josue Alberto Vargas Arzolay

1- Acceso de Usuario



2- Listado de Clientes

BUSCAR CLIENTES

Código RUC/DNI Razón Social Tipo de cliente

RELACIÓN DE CLIENTES

Mostrar 10 Registros

CÓDIGO ¹	DOCUMENTO ²	NÚMERO ³	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL ⁴								
A 1	NO DOMICILIADO	A 1	Socio A 1								
A 10.11	AFI	A 10.11	Socia A 10.11								

1-Agregar Nuevos Clientes

1.1-Búsqueda por N° De Documento, Razón Social, Tipo de clientes

2-Editar, Agregar Cuentas Bancarias, Asignar Servicios, Sucursales y Contactos a cada Cliente

SERVICIOS CONTRATADOS

RUC: A 1 RAZÓN SOCIAL: Socio A 1 [Agregar Servicio](#)

Mostrar 10 Registros

CÓDIGO	SERVICIO	MONEDA	PRECIO	FECHA DE INICIO	PROX. PAGO	PROX. CORTE	TIPO	ESTADO			
SIN000000001	SERVICIO DE PRUEBA	S/	0.00	01-10-2021	01-10-2021		Mensual	ACTIVO			
SIN000000009	SERVICIO DE COMIDA	S/	0.00	01-10-2021	31-12-2021		Mensual	ACTIVO			
SIN000000011	SERVICIO DE MANTENIMIENTO	S/	240.00	06-12-2021			Pago Único				

Mostrando desde 1 hasta 3 de 3 Registros (Total: 1,983 Registros) [Anterior](#) [1](#) [Siguinte](#)

[Salir](#)

- 3-Puede ver los servicios Asignados
 3.1-Los Servicios en color **gris** son no recurrentes

3-Listado del Personal

BUSCAR EMPLEADO

Código RUC/DNI Nombre

 [Buscar](#) [Limpiar](#) [Nuevo](#)

BUSCAR EMPLEADO

Mostrar 10 Registros

ID	DNI	NOMBRES	APELLIDOS	CARGO			
RON-013	0045251455	JOSUE	VARGAS -	GERENTE GENERAL			
RON-004	9999999	ADMINISTRADOR	DE SISTEMA	ADMINISTRADOR			

Mostrando desde 1 hasta 2 de 2 Registros [Anterior](#) [1](#) [Siguinte](#)

- 1-Agregar Nuevos Clientes
 1.1-Búsqueda por N° De Documento, Razón Social
 2-Editar, Eliminar Empleados y ver Ficha en Documento PDF








 www.ccapasistemas.com

AV. METROPOLITANA MZA. L LOTE. 5 URB. TILDA LIMA - LIMA - ATE
 ATE - LIMA - LIMA
 Teléfonos: 981005695 / 4684632 / 4681882 Lima - Perú E-mail: sistemas@ccapasistemas.com
 ©2021 FACTURACIÓN ELECTRÓNICA RÁPIDA Y SEGURA, ESTAMOS EN TODO EL PERÚ
 EMPEZA A FACTURAR ELECTRONICAMENTE YA!!!

R.U.C. 20456629630
FICHA DEL EMPLEADO

INFORMACIÓN DEL EMPLEADO			
D.N.I.	9999999	R.U.C.	NOMBRE Y APELLIDOS: ADMINISTRADOR DE SISTEMA
GENERO:	MASCULINO	FECHA DE NACIMIENTO:	EDAD: 0 años EDO. CIVIL: SOLTERO
NACIONALIDAD:	PERU	TELEFONO:	MOVIL:
CORREO:		FAX:	WEB:
DIRECCIÓN:	SANTA ANITA		

CUENTA BANCARIA		
BANCO:	CTA SOLES:	CTA DOLARES:

CONTRATO			
CARGO:	ADMINISTRADOR	NÚMERO DE CONTRATO:	
INICIO:	VENCIMIENTO:	DURACIÓN:	960 MES(ES)

4-Cobranza – Recibos

Serie y número:		RUC/DNI	Razón Social
Serie	Número	Documento	Buscar cliente
Fecha de emisión		Fecha de vencimiento	
dd/mm/aaaa	dd/mm/aaaa	dd/mm/aaaa	dd/mm/aaaa
			Estados :: TODOS: <input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/> <input type="button" value="Nuevo"/>
RECIBOS Estado: <input type="text"/> Recibos: <input type="text"/>			

1-Agregado y Búsqueda de Recibos por Fecha, Estado o Documento



NÚMERO ↕	VENCE ↕	ESTADO ↕	RUC/DNI ↕	RAZÓN SOCIAL
RECO-002038	2021-12-07	CON AVANCE (VENCIDA)	B 1	Socio B 1
RECO-002037	2021-12-07	PAGADO	A 1	Socio A 1
RECO-002036	2021-12-06	ANULADO	A 1	Socio A 1

2-Listado de Recibos por Fecha, Color para los **PAGADOS, ANULADOS** o **VENCIDAS** para mayor comodidad

RECIBO RECO-002037

R.U.C. 20456629630
RECIBO
RECO - 002037

CCAPA Tecnología de Información S.A.C.
www.ccapasistemas.com

AV. METROPOLITANA MZA. L LOTE. 5 URB. TILDA LIBRA - LIMA - ATE
ATE - LIMA - PERU
Teléfonos: 981005695 / 4684632 / 4681882 Lima - Perú E-mail: sistemas@ccapasistemas.com
CÓDIGO PRACTICACIÓN ELECTRÓNICA RÁPIDA Y SEGURA. ESTAMOS EN TODO EL PERÚ
EMPÍEZA A FACTURAR ELECTRONICAMENTE YA!!

CUENTE: A 1
NO DOMICILIADO: A 1
DENOMINACION: Socio A 1
DIRECCION: S/D

FECHA EMISION: 07-12-2021
FECHA VENC: 07-12-2021
MONEDA: SOLES
IGV: 18%

CODIGO	DESCRIPCION	CANT	UM	P.U	V.U	TOTAL
SIN000000011	SERVICIO DE MANTENIMIENTO (DICIEMBRE DEL 2021	1	NIU	29.66	35.00	35.00
						Gravado S/ 29.66
						18% IGV S/ 5.24
						Total S/ 35.00

IMPORTE EN LETRAS: TREINTA Y CINCO CON 00/100

3-Vista de Documento PDF si el recibo esta pagado o en su defecto anulado con marca de agua

5-Pagos – Recibos

BUSCAR RECIBOS

Razón Social

Fecha de emisión

Estados

Tipo

1-Búsqueda de Recibos por Fecha, Estado, Tipo o Documento

Generar Recibo de Pago ×

Tipo

- Pago de Personal
- Pago de Servicios
- Gastos Varios

Moneda

Total A Pagar

Periodo:

Año

2- Registro de Pagos por tipo y Periodo para mayor control



RECIBOS

Mostrar 10 Registros

NÚMERO	FECHA	ESTADO	PERSONAL	PERIODO	TIPO	TOTAL	
OPGI-000005	2021-12-06	PENDIENTE	ADMINISTRADOR DE SISTEMA	2021-12	Gastos Varios	S./2	
OPGI-000001	2021-12-06	PAGADO	JOSUE VARGAS -	2021-12	Pago de Servicios	S./150	
OPGI-000002	2021-12-06	ANULADO	JOSUE VARGAS -	2021-12	Pago de Personal	S./100	
OPGI-000003	2021-12-06	PAGADO	JOSUE VARGAS -	2021-12	Gastos Varios	S./26	
OPGI-000004	2021-12-06	PAGADO	JOSUE VARGAS -	2021-12	Pago de Personal	S./155	

Mostrando desde 1 hasta 5 de 5 Registros

Anterior 1 Siguiente

3-Listado de Pagos con nombre del Personal a quien se entregó el pago

6-Productos/Servicios

REGISTRAR SERVICIO

DETALLES DEL SERVICIO

CÓDIGO: NOMBRE:

CÓDIGO SUNAT: AFECTACIÓN:

DESCRIPCIÓN

Indique una descripción

Caracteres restantes: 800

FAMILIA: FABRICANTE: MARCA: MODELO: STOCK MINIMO: UNIDAD DE MEDIDA:

NOTIF. DIAS: FRECUENCIA:

PRECIOS

CATEGORIA	SOLES	DOLARES AMERICANOS	EURO
PRECIO VENTA	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
PRECIO VIP	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>

1-Registro de Servicios y sus Características



RELACIÓN DE SERVICIO						
CÓDIGO	NOMBRE	FAMILIA		UNIDAD MEDIDA	EDITAR	
SIN0000000001	SERVICIO DE PRUEBA	SIN FAMILIA				
SIN0000000009	SERVICIO DE COMIDA	SIN FAMILIA				
SIN0000000010	SERVICIO DE PUBLICIDAD	SIN FAMILIA		ZZ - SERVICIOS		
SIN0000000011	SERVICIO DE MANTENIMIENTO	SIN FAMILIA		ZZ - SERVICIOS		

Mostrando desde 1 hasta 4 de 4 Registros

Anterior 1 Siguiete

2-Listado y Edición De Servicios

BUSCAR SERVICIO		
Código:	Nombre:	Familia:
<input type="text" value="Codigo"/>	<input type="text" value="Nombre producto"/>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 2px;"> TODOS <ul style="list-style-type: none"> <li style="background-color: #007bff; color: white; padding: 2px;">TODOS <li style="padding: 2px;">SIN FAMILIA </div>

3-Búsqueda por Código, Nombre o Familia en Productos y servicios

7-Usuarios y Acceso

REGISTRAR USUARIO

INFORMACIÓN DEL EMPLEADO

EMPLEADO * NOMBRES APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO

SELECCIONE :: NOMBRES APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO

DATOS DEL USUARIO

USUARIO * CLAVE * REPETIR CLAVE *

usuario contraseña contraseña

DEFINIR ACCESO

Mostrar 10 Registros

EMPRESA	ESTABLECIMIENTO	ROL	ACCESO
ASOCIACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS LAS MALVINAS A-1 AMIPEN	PRINCIPAL	ADMINISTRADOR ALMACEN VENTAS ROL TEST	SIN ACCESO

Mostrando desde 1 hasta 1 de 1 Registros

Anterior 1 Siguiente

Salir Limpiar Guardar

1-Creación y Edición de Usuarios con Acceso al sistema de acuerdo al Rol Asignado

REGISTRAR ROL

DESCRIPCIÓN

ROL DE PRUEBA

+	DESCRIPCIÓN
<input checked="" type="checkbox"/>	Principal
<input type="checkbox"/>	Clientes
<input checked="" type="checkbox"/>	Empresas
<input type="checkbox"/>	Personal
<input checked="" type="checkbox"/>	Almacen
<input type="checkbox"/>	Artículos
<input type="checkbox"/>	Familias
<input checked="" type="checkbox"/>	Stock almacen
<input type="checkbox"/>	Servicios
<input type="checkbox"/>	Ingreso de Inventario

2-Creación y Edición de Roles para Acceso dentro del sistema

8-Configuración

RELACIÓN DE ALMACENES

Mostrar Registros

CÓDIGO	ESTABLECIMIENTO	NOMBRE ALMACEN
ALM01	PRINCIPAL	ALMACEN PRINCIPAL

Mostrando desde 1 hasta 1 de 1 Registros

2-Creación, Búsqueda y Edición de Almacenes

RELACIÓN DE MARCAS

Mostrar Registros

CÓDIGO	MARCA
MR-001	SIN MARCA

Mostrando desde 1 hasta 1 de 1 Registros

3-Creación, Búsqueda y Edición de Marcas para Productos/Servicios

9-Reporte

BUSCAR RECIBOS

Razón Social <input type="text" value="Nombre Persona"/>	Servicio/Producto <input type="text" value="Nombre Persona"/>	Fecha de emisión <input type="text" value="dd/mm/aaaa"/> <input type="text" value="dd/mm/aaaa"/>
Estados ::: TODOS :::	Tipo Movimiento ::: TODOS ::: Entrada Salida	Sub-Tipo ::: TODOS :::

1-Filtro de Reporte por:

- Razón Social
- Documento
- Servicio/Producto
- Fecha
- Estado (pagado, vencido...)
- Tipo (Entrada o Salida)

2-Luego de Generar el Reporte dará el sumatorio total de su búsqueda

Total: S./150 | \$35.90

3-Descarga en Excel de la Búsqueda Realizada

10- Cliente:



BUSCAR RECIBOS/SERVICIOS



N° Documento

© 2021



1-Búsqueda por N° De Documento o DNI desde cualquier navegador (PC, Celular o Tablet).

Servicios Recurrentes				
Mostrar 10 registros				
#	Inicio	Nombre	Precio	Opciones
SIN0000000009	01-10-2021	SERVICIO DE PFUEBA	S/ 0.00	Buscar
SIN0000000001	01-10-2021	SERVICIO DE COMIDA	S/ 0.00	Buscar

Mostrando 1 a 2 de 2 registros

Anterior Siguiente

2-Lista de Servicios Recurrentes con Precio y Opción de Filtrar recibos de cada uno.

Lista de Recibos					
Mostrar 10 registros					
#	Fecha	Estado	N°	Razón Social	Opciones
RECO-001017	2021-12-19	ANULADO	A 1	Socio A 1	
RECO-002034	2021-12-06	PAGADO	A 1	Socio A 1	
RECO-002035	2021-12-06	PAGADO	A 1	Socio A 1	
RECO-002036	2021-12-06	ANULADO	A 1	Socio A 1	
RECO-002037	2021-12-07	PAGADO	A 1	Socio A 1	

Mostrando 1 a 5 de 5 registros

Anterior Siguiente

3-Lista de Recibos con Descarga de Documento PDF.



11-Generación Automática de Recibos

1-Los Servicios Asignados a los Clientes tienen fecha de inicio, con dicha fecha el sistema generará automáticamente a media noche los recibos

- Precio del Recibo es el asignado al Cliente
- Para evitar que el recibo se genere se debe desactivar el servicio en el cliente