



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS**

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA
DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN DE CLIENTES
EN LA EMPRESA MARKETEATE SAC – HUAURA; 2022.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE SISTEMAS**

AUTOR

EVARISTO VARGAS, FERNANDO GABRIEL

ORCID: 0000-0002-2797-1013

ASESORA

SUXE RAMIREZ, MARIA ALICIA

ORCID: 0000-0002-1358-4290

CHIMBOTE – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Evaristo Vargas, Fernando Gabriel

ORCID: 0000-0002-2797-1013

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,
Chimbote, Perú

ASESORA

Suxe Ramírez, María Alicia

ORCID: 0000-0002-1358-4290

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ingeniería,
Escuela Profesional de Sistemas, Chimbote, Perú

JURADO

Ocaña Velásquez Jesús Daniel

ORCID: 0000-0002-1671- 429X

Torres Ceclén Carmen Cecilia

ORCID: 0000-0002-8616-7965

Ancajima Miñan Víctor Ángel

ORCID: 0000-0002-3122-4512

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

DR. JESÚS DANIEL OCAÑA VELÁSQUEZ
PRESIDENTE

DRA. CARMEN CECILIA TORRES CECLÉN
MIEMBRO

DR. VÍCTOR ÁNGEL ANCAJIMA MIÑAN
MIEMBRO

DRA. MARÍA ALICIA SUXE RAMÍREZ
ASESORA

DEDICATORIA

A mis padres Silvia Margarita Vargas Reyes y Juan Antonio León Montero, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está siempre conmigo.

A mi querida esposa Nataly Denisse Díaz Huacho por ser ese gran motor para poder seguir escalando en mi vida profesional y a mis adorados hijos Luis Fernando Evaristo Díaz, mis gemelos Gianpiero Fabrizio Evaristo Díaz y Gianluca Alessandro Evaristo Díaz que son mi razón de vivir.

A mis hermanos por su apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos (as), por apoyarme cuando más los necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias.

Fernando Gabriel Evaristo Vargas

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presente.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades, personal docente y no docente que hacen la universidad un ambiente de convivencia de aprendizajes y sobre todo por abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso formativo.

A la docente María Suxe Ramírez quien con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Fernando Gabriel Evaristo Vargas

RESUMEN

La presente tesis fue desarrollada bajo la línea de investigación ingeniería de software, de la Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; cuyo objetivo será la implementación del sistema información para la gestión de clientes de la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022; debido a problemática en la gestión de registro y reporte de los clientes, que conllevará al incremento en la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, por lo tanto, se obtendrá la comodidad, satisfacción y seguridad que beneficiarán al cliente para la gestión de sus datos institucionales, impulsando una gestión de calidad en beneficio de próximos clientes, la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva, diseño no experimental de corte transversal, cuenta con una población de muestra de 15 trabajadores, se trabajó con 2 dimensiones, la primera; que mide el nivel de satisfacción con el sistema actual, el 86.67% de los encuestados manifestaron que, si desean cambios con el sistema actual para la gestión de clientes, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron que, no desean cambios con el sistema actual, y luego segunda que mide la necesidad de implementar un sistema, y se observó que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, si existe la necesidad de implementar un sistema de información para la gestión de clientes; se concluyó que al implementar un sistema de información para la gestión de los clientes permitirá mejorar la calidad de atención.

Palabras clave: Clientes, Gestión, Registro, Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

This thesis was developed under the software engineering research line of the Professional School of Systems Engineering of the Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; whose objective will be the implementation of the information system for the management of clients of the company Marketeate SAC - Huaura; 2022; due to problems in the management of registration and reporting of clients, which will lead to an increase in client management in the company Marketeate S.A.C, therefore, comfort, satisfaction and security will be obtained that will benefit the client for the management of their institutional data, promoting quality management for the benefit of future clients, the research is quantitative, descriptive, non-experimental cross-sectional design, it has a sample population of 15 workers, we worked with 2 dimensions, the first; that measures the level of satisfaction with the current system, 86.67% of the respondents stated that, if they want changes with the current system for customer management, while 33.33% of the respondents stated that they do not want changes with the current system, and then second that measures the need to implement a system, and it was observed that 100.00% of the respondents stated that, if there is a need to implement an information system for customer management; It was concluded that by implementing an information system for customer management, it will improve the quality of care.

Keywords: Customers, Record, Management, Customer Satisfaction.

ÍNDICE DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	4
2.1. Antecedentes	4
2.1.1. Antecedentes a nivel internacional	4
2.1.2. Antecedentes a nivel nacional.....	6
2.1.3. Antecedentes a nivel regional	8
2.2. Bases teóricas.....	11
2.2.1. Rubro de la empresa	11
2.2.2. La empresa Investigada	11
2.2.3. Las Tecnologías de información y comunicaciones (TIC).....	13
2.2.4. Teoría relacionada con la Tecnología de la investigación	14
III. HIPÓTESIS	15
3.1. Hipótesis General.....	16
3.2. Hipótesis específicas	16

IV. METODOLOGÍA.....	17
4.1. Diseño de la investigación	17
4.2. Población y muestra.....	19
4.3. Definición operacional de las variables en estudio.....	20
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	21
4.4.1. Técnica.....	21
4.4.2. Instrumentos.....	21
4.5. Plan de análisis.....	21
4.6. Matriz de consistencia	21
4.7. Principios éticos.....	24
V. RESULTADOS.....	25
5.1. Resultados.....	26
5.2. Análisis de resultados	51
5.3. Propuesta de mejora.....	53
VI. CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	74
ANEXO NRO. 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	75
ANEXO NRO. 2: PRESUPUESTO	76
ANEXO NRO. 3: CUESTIONARIO	77
ANEXO NRO. 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nro.1: Matriz de operacionalización de la variable.....	20
Tabla Nro.2: Matriz de consistencia	22
Tabla Nro.3: Satisfacción actual	25
Tabla Nro.4: Procedimientos existentes	26
Tabla Nro.5: Fallas existentes.....	27
Tabla Nro.6: Optimización de los procesos.....	28
Tabla Nro.7: Forma de trabajar.....	29
Tabla Nro.8: Confiabilidad	30
Tabla Nro.9: Conflicto laboral	31
Tabla Nro.10: Sistema similar	32
Tabla Nro.11: Optimizar el trabajo	33
Tabla Nro.12: Aprender a utilizar el sistema.....	34
Tabla Nro.13: Implementación del sistema.	35
Tabla Nro.14: Calidad del servicio	36
Tabla Nro.15: Tiempo de registro	37
Tabla Nro.16: Tiempo de búsqueda.....	38
Tabla Nro.17: Emisión de reporte	39
Tabla Nro.18: Disponibilidad de reportes.....	40
Tabla Nro.19: Automatización y optimización.....	41
Tabla Nro.20: Capacitación para el uso del sistema	42
Tabla Nro.21: Toma de decisiones	43
Tabla Nro.22: Seguridad de la información.....	44
Tabla Nro.23: Nivel de satisfacción con el sistema actual	45
Tabla Nro.24: Necesidad de implementación de un sistema	47
Tabla Nro.25: Resumen general de dimensiones.....	49
Tabla Nro. 26: Entregables de RUP.....	53
Tabla Nro. 27: Propuesta económica de software	68
Tabla Nro. 28: Propuesta económica de servicios	68
Tabla Nro. 29: Propuesta económica final.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1: Ubicación de la empresa	11
Gráfico Nro. 2: Organigrama de la empresa.....	12
Gráfico Nro. 3: Resumen general de dimensión 1	46
Gráfico Nro. 4: Resumen general de dimensión 2.....	48
Gráfico Nro. 5: Resumen general de dimensiones	50
Gráfico Nro. 6: Administrar cliente	54
Gráfico Nro. 7: Ingresar cliente	55
Gráfico Nro. 8: Modificar cliente	56
Gráfico Nro. 9: Eliminar cliente	57
Gráfico Nro. 10: Buscar cliente	58
Gráfico Nro. 11: Administrar usuario.....	59
Gráfico Nro. 12: Ingresar usuario	60
Gráfico Nro. 13: Modificar usuario	61
Gráfico Nro. 14: Eliminar usuario	62
Gráfico Nro. 15: Buscar usuario	63
Gráfico Nro. 16: Diagrama de clases.....	64
Gráfico Nro. 17: Diagrama de actividades	64
Gráfico Nro. 18: Interfaz del sistema.....	65
Gráfico Nro. 19: Diagrama de Gantt	66

I. INTRODUCCIÓN

La implementación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se ha convertido en una excelente herramienta que permitió a las empresas generar un valor agregado a las actividades operacionales, y así ofrecer ventajas empresariales para lograr consolidarse en un mercado global, de igual forma se puede evidenciar, como las empresas han optado por la innovación siendo este un conjunto de herramientas que permiten aplicar de forma correcta la gestión del conocimiento (1).

Los Sistemas de Información (SI) y las Tecnologías de Información (TI) han cambiado la forma en que operan las organizaciones actuales, a través de su uso se logran importantes mejoras, pues automatizan los procesos operativos, suministran una plataforma de información necesaria para la toma de decisiones y, lo más importante, su implantación logra ventajas competitivas o reducir la ventaja de los rivales, no obstante, en la actualidad aún existen empresas que observan con recelo la posible implementación de sistemas de información en sus procesos, debido a que implican un enorme cambio en las estructuras organizativas e institucionales de las compañías (2).

Un sistema de información tiene como principal objetivo la gestión, y administración de los datos e información que lo componen, lo importante es poder recuperar siempre esos datos, y que además se tenga un fácil acceso a ellos con total seguridad, los componentes del sistema de información, permiten una serie de procesos que consisten en: la entrada de los datos, la gestión y el procesamiento de estos, el almacenamiento y la salida para todos aquellos interesados que deseen tener acceso a este tipo de información, los elementos del sistema de información trabajan de manera conjunta y con los mismos objetivos para conseguir el uso y la correcta administración de cualquier información concreta (3).

La presente proposición se llevó a cabo en la empresa Marketeate SAC, donde se evidencio adversidades en la administración de los procesos administrativos del

área de logística por carecer de un sistema de gestión de clientes, por lo tanto es de enorme consideración ver e investigar la imposibilidad y las limitantes que tiene la compañía para ofrecer una satisfacción a esta circunstancia en relación a la gestión de los procesos administrativos y los entendimientos sobre las TIC.

En relación a esta problemática, se propuso el siguiente enunciado del problema ¿Cómo la implementación de un sistema de información mejora la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022?

Con la finalidad de dar respuesta a la problemática, se planteó como objetivo general realizar la propuesta de implementación de un sistema de información para mejorar la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC - Huaura; 2022 y se plantearon los siguientes objetivos específicos: determinar cuál es el nivel de satisfacción actual de la gestión de clientes con el fin de identificar la necesidad requerida por la empresa, determinar de qué manera la implementación de un sistema de información aumentará la seguridad de la gestión de clientes, y por último determinar de qué manera mejorará la gestión de clientes mediante la propuesta de un sistema de información.

El informe de tesis tuvo una justificación académica porque buscaba mediante las herramientas vistas en nuestra formación académica el empleo de herramientas de diseño y modelado lógico y físico, y una justificación operativa porque con el pasar de los años el marketing ha permitido a los pequeños comerciantes mantener una relación con sus clientes cara a cara; lo cual nos llevó a una justificación económica, ya que al implementar el sistema se logró aumentar las respuestas a tiempo de los datos solicitados de los clientes para poder realizar las contrataciones de acuerdo a su historial y así evitar que cancelen sus pedidos, también una justificación tecnológica el cual permitió manejar la interacción de la empresa con sus clientes, actuales y potenciales que tienen como objetivo principal ayudar a las organizaciones a estar presentes cuando y donde las necesiten y finalmente tuvo una justificación institucional de modo que mejoró la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

En esta presente investigación se optó por una metodología de tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental y de corte transversal.

Una vez obtenidos los resultados, se puede observar que en la dimensión 1, el nivel de insatisfacción con el sistema actual, es del 86.67%, y en la dimensión 2, respecto a la necesidad de implementar un sistema, se observa que el 100.00% de los encuestados manifestaron que, si existe la necesidad de implementar un sistema de información para la gestión de clientes.

Como conclusión se realizó la implementación del sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, y así se optimizó la administración de datos de los clientes de la empresa Marketeate SAC.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

En el año 2021, los autores Rivero et al. (4), realizaron su tesis respecto a la “Evaluación de plataformas web para su implementación en el sistema de vigilancia tecnológica de la Consultoría Biomundi”, realizado en el Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas, ubicado en el país de Cuba, como objetivo principal fue evaluar las plataformas web para que antes será mencionadas, en proponer una de ellas en el sistema de vigilancia tecnológica de la consultoría Biomundi, con la metodología de investigación se realizó primero un análisis documental después se resolvió la triangulación de fuentes y la consulta a expertos además se aplicó el modelo multicriterio para obtener los indicadores para la respectiva evaluación, se revisaron ocho plataformas web para determinar la vigilancia tecnológica, además los resultados no se encontraron modelos de calidad para tener la evaluación de este tipo de software, en conclusión, se menciona que Hontza es la plataforma finalizada que tiene una correspondencia de un nivel alto en los criterios evaluados, en ellas se propone para su implementación del sistema de vigilancia tecnológica de Biomundi.

En el año 2020, la autora Duarte (5), realizó su tesis respecto a la “Implementación de un sistema web para gestión del departamento vehicular de la empresa CNEL EP unidad de negocio santa elena”, realizado en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, ubicado en el país del Ecuador, se determina que el uso de la tecnología para la automatización en todo proceso mayoritaria para el área administrativa, permitiendo tener un mayor control y confiabilidad en todo el dato, como fin de alcanzar un sistema de gestión vehicular permitirá obtener la información general controlada, además para poder obtener una guía de

los mantenimientos, evitando el daño de un vehículo por la cuestión de la falta de prevención, que tiene una cantidad de 143 vehículos cuyo funcionamiento son entre 50 y 97 vehículos dañados, con la metodología de investigación se utilizó en este proyecto el método deductivo, con procedimientos y técnicas que apoyan al logro de estos objetivos fundamentales que fueron planteados ,además, la metodología empleada para la elaboración del software planteado está basado en el modelo RUP para determinar todos los procesos mediante la empresa, en conclusión, el desarrollo del sistema en mención mejorará la comunicación entre el departamento de vehicular y a sus clientes.

En el año 2019, el autor Mafla (6), realizó su tesis respecto al “Sistema de información para la gestión integral del mantenimiento de vehículos del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón sucumbíos, mediante la arquitectura de n-capas”, realizado en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, ubicada en el país del Ecuador, se basa que existen vehículos pertenecientes al sector público que están destinados de manera exclusiva para el desempeño en las funciones, por ello no cuentan con un sistema de registro de los encargos realizados mediante en el departamento de mantenimiento teniendo en razón por la cual se determina que los vehículos se detiene muchos días inactivos por la falta de repuestos en el departamento, como fin de esta situación de no existir una adecuada gestión administrativa del Departamento de Mantenimiento de la Institución, entonces se hace necesario la implementación median un software que proporcione mediante una solución al problema actual y maximizar la vida útil de los vehículos, con el respectivo metodología de investigación y la metodología UWE con una determinada de datos en distintos módulos que son parte del sistema, además, se describe como una metodología de diseño sistemática que enfoca la interactiva e incremental orientada a objeto y también basada en las técnicas y entre los mecanismos de extensión UML, como conclusión este proyecto contribuye a la mejora en apoyar el mantenimiento integral del Gobierno Autónomo

Descentralizado Municipal del Cantón Sucumbíos, pues permite relativamente concordando con el control de las actividades que se elaboran en el lugar cada día, es por ello se ayuda a la reducción del tiempo en la atención.

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

En el año 2022, los autores Huaranga et al. (7), realizaron su tesis respecto a un “Análisis y diseño de un sistema de gestión y control de proyectos en desarrollo para SNC-Lavalin S.A”, realizado en la Universidad Alas Peruanas, ubicado en el país del Perú, se basa que en la actualidad, el manejo de la información es parte fundamental de cualquier empresa, para la realización de sus actividades en forma rápida y eficiente, con los adelantos tecnológicos en el área computacional, área de comunicaciones y tecnologías de información, en las empresas, han dado suma importancia al uso de sistemas de información basados en computadora o sistemas de información computacionales, aprovechando los beneficios que estos les otorgan en el procesamiento de la información en forma rápida y confiable, en este trabajo abordaremos temas de mucha importancia; en el capítulo uno hablaremos de la organización, esto con la finalidad de conocer la misión y visión de la empresa e ir entendiendo los productos y servicios que ofrecen y sobretodo la estructura organizacional que es importante entender, dado que, el sistema de control de proyecto a implementar en este trabajo interactúa mucho con la estructura de la empresa, la importancia de esta investigación radica en mostrar la importancia del análisis y diseño de un sistema de gestión y control de proyectos en desarrollo de la empresa SNC-LAVALIN S.A. analizando la relevancia del análisis en cuanto a la situación de la empresa, que es el diseño de sistemas, lo cual se considera muy importante ya que los sistemas de gestión son la razón de ser de las empresas porque en ello se muestra cómo responden nuestros clientes que son la razón de ser de nuestra empresa.

En el año 2019, el autor Barrios (8), realizó su tesis respecto a la “Sistema CRM y su influencia en la fidelización de los clientes de la empresa Timones Hidráulicos Veloz de la ciudad de Trujillo en el 2019”. Realizado en la Universidad Nacional de Trujillo, ubicado en el país del Perú, este proyecto se dio con el objetivo de determinar la influencia de un sistema CRM (Customer Relationship Management) en la fidelización de clientes de la empresa Timones Hidráulicos Veloz en la ciudad de Trujillo en el 2018, para este se realizó un estudio aplicado, cuasi experimental según su orientación y con un diseño de contraste de post-prueba únicamente y grupos intactos, para esto se trabajó con una población de 400 clientes de la empresa y una muestra de 196, de los cuales 98 pertenecen al grupo experimental y 98 al grupo de control Se realizó una encuesta después de haber aplicado el sistema, para determinar los niveles de fidelización de los clientes, la información fue trasladada a una base de datos y agrupada de acuerdo a los objetivos específicos y el objetivo general, se hizo un análisis de los niveles de cada dimensión y para determinar la relación entre variables, se logró la fórmula del coeficiente de spearman, por esto la prueba no paramétrica que se obtuvo fue la U de Mann Whitney. Después de haber realizado la prueba de hipótesis para determinar la significancia del CRM en la fidelización de los clientes, se obtuvo como resultado que el sistema CRM (Customer Relationship Management) mejoró significativamente ($p = 0.000 < 0.05$) la fidelización de los clientes de la empresa Timones Hidráulicos Veloz de la ciudad de Trujillo, se recomienda la empresa debe estar constantemente indagando y actualizando la información sobre sus clientes en su base de datos.

En el año 2019, los autores Águilar et al. (9), realizaron su tesis respecto a un “Sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001-2015 en caja Trujillo – Chota para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes”. Realizado en la Universidad César Vallejo, ubicado en el país del Perú, el proyecto se enmarco dentro de la consecución de un conjunto

de objetivos; para ello, se realizó una evaluación de la problemática de la empresa, con la cual a partir del enfoque de sistemas se procedió al diagnóstico de la empresa a través del: análisis del proceso de gestión financiera, actividades críticas del negocio, análisis de reclamo del cliente, costos actuales, cálculo de los indicadores de gestión: alcance de cuota, efectividad de preventa, cumplimiento al plan de visita, venta perdida y eficiencia global, de lo anterior se puede determinar la satisfacción inicial respecto a sus clientes, esperamos después de aplicado el sistema se registre un incremento, se ha conseguido hacer un manual para el sistema de gestión de calidad de servicio, un conjunto de procedimientos obligatorios para que la empresa pueda efectuar sus procedimientos internos con calidad, asimismo, un plan de calidad, un programa de mantenimiento, cuestionarios para la evaluación de los requisitos que la norma exige, encuestas al cliente, entre otros documentos complementarios al sistema de gestión de calidad de servicio propuesto. El estudio efectuado, con los resultados sucintamente descritos demuestra que el proyecto; diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001-2015 en caja Trujillo – Chota para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes mejorará la calidad en el servicio de atención al cliente.

2.1.3. Antecedentes a nivel regional

En el año 2022, el autor Minaya (10), realizó su tesis respecto a la “Implementación del sistema informático de gestión de trámite documentario para la municipalidad distrital de Buenavista Alta - Casma; 2022”, realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, ubicado en el país del Perú, este proyecto de investigación se desarrollará en base a la problemática de la Municipalidad Distrital de Buenavista que tiene deficiencia en tramitar y derivar documentos, documentación extraviada, se tiene como objetivo: realizar la propuesta de implementación de un sistema informático de gestión de trámite documentario para la Municipalidad Distrital de Buenavista Alta –

Casma; 2022, con la finalidad de mejorar la gestión, control y registro de documentos; la investigación fue de tipo descriptivo de nivel cuantitativa bajo el diseño no experimental y de corte transversal, para la presente investigación se ha tomado como muestra 30 personas de las diferentes áreas administrativas, realizado la encuesta, lo resultados arrojaron que el 70.00% no están de acuerdo con el sistema actual de mesa de partes, y es así como el 93.33% de los encuestados ven la necesidad de una propuesta de implementación de un sistema informático, de los resultados obtenidos se observa que existe un alto nivel de insatisfacción del personal administrativo con el sistema actual y un alto nivel de necesidad de implementar un sistema de gestión de trámite documentario para la Municipalidad Distrital de Buenavista Alta – Casma; 2022, tiene como alcance institucional mejorar los procesos en el área de mesa de partes también ofrecer mejor atención y servicio al cliente, coincidiendo con las hipótesis especificadas y concuerda con la hipótesis general, alcance del estudio, conclusiones principales quedando demostrada y justificada.

En el año 2020, el autor Ramos (11), realizo su tesis respecto a una “Análisis del sistema de gestión de atención al cliente de la lavandería San Alfonso Piura; 2020”, realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, ubicado en el país del Perú; este proyecto se realizó para mejorar la calidad del servicio, la gestión y atención al cliente; 2019, debido a que se realizaba el control de manera manual, la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva, diseño no experimental de corte transversal, cuenta con una población muestral de 10 trabajadores y clientes, se trabajó con 3 dimensiones, la primera; en la cual se mide el nivel de conocimientos con respecto al manejo de TICs se determinó que el 20% de colaboradores y clientes si tienen conocimiento sobre sistemas de información y un 80% carecen de conocimiento, en la segunda referente al nivel de satisfacción del método actual se observó que el 60% de colaboradores y clientes No están conforme con los procesos actuales,

y la tercera respecto a la necesidad de propuesta de mejora se determinó que el 100% de colaboradores y clientes si están de acuerdo con tener un sistema de gestión de atención al cliente en la lavandería San Alfonso; se concluyó que al implementar un sistema de gestión de atención al cliente permitirá mejorar la calidad de atención.

En el año 2019, el autor Plasencia (12), realizó su tesis respecto a una “Implementación de un sistema Web de gestión comercial para la discoteca Katana-Nuevo Chimbote; 2019”, realizado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, ubicado en el país del Perú; la tesis tienen como objetivo general, realizar la implementación de un sistema web de gestión comercial para la discoteca Katana-Nuevo Chimbote; 2019., para mejorar la gestión del área de almacén, compra y venta, con respecto a su alcance de la investigación, fue a beneficio específicamente del área administrativa y operativa de la empresa en estudio, además, la metodología de investigación para la empresa en estudio fue descriptivo, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental-transversal, se contó con una población muestra constituida por 36 clientes, para la recolección de datos se utilizó el instrumento del cuestionario mediante la técnica de la encuesta, por tanto, arrojaron los siguientes resultados: dimensión 1: nivel de satisfacción del sistema actual, el 90% de los clientes encuestados determinó que no están satisfechos con el sistema actual y en lo que corresponde a la dimensión 2: Necesidad de una propuesta de mejora del sistema actual, el 91% de los clientes encuestados determinó que si están de acuerdo que se requiere de la propuesta de mejora del actual sistema, por esta razón, la investigación concluye que resulta conveniente realizar la implementación de un sistema web de gestión comercial para la discoteca Katana-Nuevo Chimbote; 2019.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Rubro de la empresa

Marketeate SAC, es una empresa destinada a la digitalización y marketing, sus operaciones comienzan en la ciudad de Huacho y se extienden todo Lima Provincias.

2.2.2. La empresa Investigada

Información general

Geográficamente la empresa Marketeate SAC se encuentra situada en el distrito de Huacho, provincia de Huaura, Departamento de Lima, en las coordenadas geográficas 11° 06'24' Latitud Sur y 77°36'17'de Longitud Oeste.

Gráfico Nro. 1: Ubicación de la empresa



Fuente: Gerencia general (13)

Historia

Marketeate S.A.C. es una empresa peruana creada el 22 de Enero del 2018 y está debidamente constituida y registrada que ofrece los servicios de consultoría, asesoría, capacitación y ejecución de proyectos en marketing, comunicación y publicidad.

Objetivos organizacionales

Visión

- Ser un referente en marketing 360° con la mayor red de consultores de marketing local a nivel nacional y presencia internacional con sede en

todos los países latinoamericanos.

Misión

- Ofrecer soluciones integrales de marketing, comunicación y publicidad a Pymes y grandes empresas que contribuyan en el posicionamiento de marca y desarrollo comercial de nuestros clientes.

Funciones

- Directorio General
- Departamento de Cuentas
- Departamento Estratégico
- Departamento Creativo
- Departamento de Desarrollo TI

Organigrama

Gráfico Nro. 2: Organigrama de la empresa



Fuente: Marketeate SAC (14)

Infraestructura tecnológica existente

- 10 pcs HP, Intel Core i3 10ma, 1TB, 4GB ram
- 4 laptops HP, Intel Core i5 10ma, 1TB, 8GB ram
- 8 Impresora Multifuncional Epson EcoTank L375
- 5 Cámara Web 1080p FHD Redragon GW800
- 3 Cámara Fotográfica Canon EOS 70D
- 3 Micrófono PC Gamer Trust GTX239
- Router

2.2.3. Las Tecnologías de información y comunicaciones (TIC)

Se define a las TIC como los procesos y productos derivados de las nuevas tecnologías (hardware, software y canales de comunicación) relacionados con el almacenamiento, el procesamiento y la transmisión digitalizados de información, que permiten la adquisición, la producción, el tratamiento, la comunicación, el registro y la presentación de la información en forma de voz, imágenes y datos.

Las TIC más utilizadas en la empresa investigada

Hardware

Es principalmente la parte física y material del ordenador, que forman varios componentes internos y externos, como chips, piezas electrónicas, plásticos, metales, circuitos integrados, cables internos y redes de telecomunicaciones (15).

La empresa Marketeate SAC cuenta con 14 computadoras, que son entre PC de escritorio y laptops para su uso de trabajos de planillas o documentaciones además cuentan con 8 impresoras multifuncionales un router para la conexión a internet y disco duro externo para la copia de su información es de utilidad en la realización de varios procesos en sus labores (16).

Software

El software es considerado el equipo lógico e intangible de una computadora. En otras palabras, el concepto de software incluye todas las aplicaciones informáticas, como procesadores de texto, hojas de cálculo y editores de imágenes. La empresa Marketeate SAC cuenta con software con licencia pero que son instaladas en las máquinas de las áreas de trabajo obtiene el sistema operativo Windows 10, además los softwares de trabajos son Ofimática 2016, Dropbox, Thunderbird, Adobe Creative Suite, Mozilla Firefox, Winrar, Eset Nod 32 Antivirus (17).

2.2.4. Teoría relacionada con la Tecnología de la investigación

Sistema de información

Es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con un fin común; que permite que la información esté disponible para satisfacer las necesidades en una organización, un sistema de información no siempre requiere contar con recurso computacional aunque la disposición del mismo facilita el manejo e interpretación de la información por los usuarios (18).

Gestión de clientes

La gestión de clientes comprende todas aquellas estrategias y técnicas que lleva a cabo una empresa para gestionar las relaciones e interacciones con los clientes, tanto potenciales como ya existentes. Supone, por tanto, orientar los recursos y procesos de los que dispone el negocio al servicio del cliente –contacto, agilización de procesos, rentabilidad, etc.-, quien, al fin y al cabo, es el que sustenta la viabilidad de la empresa con su compra o contratación de bienes o servicios (19).

MYSQL

Es un sistema de administración de bases de datos relacional (RDBMS); se trata de un programa capaz de almacenar una enorme cantidad de datos de gran variedad y de distribuirlos para cubrir las necesidades de cualquier tipo de organización, desde pequeños establecimientos comerciales a grandes empresas y organismos administrativos (20).

RUP

Es un proceso que de manera ordenada define las tareas y quién de los miembros del equipo de desarrollo las hará; esta metodología es el resultado de varios años de desarrollo y uso práctico en el que se han unificado técnicas de desarrollo, a través del UML, y trabajo de muchas metodologías utilizadas por los clientes; la versión que se ha estandarizado vio la luz en 1998 y se conoció en sus inicios como Proceso Unificado de

Rational 5.0; de ahí las siglas con las que se identifica a este proceso de desarrollo (21).

UML

Es un lenguaje estándar que sirve para escribir los planos del software, puede utilizarse para visualizar, especificar, construir y documentar todos los artefactos que componen un sistema con gran cantidad de software; así como para modelar desde sistemas de información hasta aplicaciones distribuidas basadas en Web, pasando por sistemas empotrados de tiempo real. UML es solamente un lenguaje por lo que es sólo una parte de un método de desarrollo software, es independiente del proceso, aunque para que sea óptimo debe usarse en un proceso dirigido por casos de uso, centrado en la arquitectura, iterativo e incremental (22).

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

La propuesta de implementación de un sistema de información para la gestión de clientes de la empresa Marketeate SAC - Huaura; 2022, mejora la gestión de los procesos administrativos en la gestión de clientes.

3.2. Hipótesis específicas

1. Se conoce el nivel de satisfacción de la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC - Huaura; 2022.
2. Aumenta la seguridad de la gestión de clientes en la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022.
3. Mejora la satisfacción de la gestión de clientes en la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Conforme a lo requerido en el objetivo de la investigación el cual propone la implementación de un sistema de información que permita mejorar la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC - Huaura, se recurrió a un diseño no experimental, de corte transversal, ya que, con la utilización de este diseño, se pudo observar el contexto en el que se desarrollaba la problemática suscitada y luego se analizó para obtener información.

No experimental:

Según Toro (23), refiere que, en este tipo de investigación, el diseño expresa la estructura del problema y la obtención de las respuestas se da mediante la observación en su ambiente natural. Es uno que se hace sin manipular deliberadamente las variables. Se basa en la observación de los fenómenos a medida que ocurren en su contexto natural para analizarlos más adelante.

Corte transversal:

El estudio transversal se define como un tipo de investigación de observación que analiza datos sobre variables recopiladas durante un período de tiempo en una muestra de población o un subconjunto predefinido. Este tipo de estudio también se conoce como estudio transversal, estudio transversal y estudio de prevalencia (24).

Esquema de la investigación

Dónde:

M = Muestra

O = Observación

Tipo de la investigación

La investigación realizada utiliza el método de tipo descriptivo y un enfoque cuantitativo.

Tipo Descriptivo: El segundo paso en la encuesta es la descripción, donde continuamos. Con base en la información obtenida, ordenar propiedades, atributos o propiedades de la realidad se observó según el problema investigativo que surgió. La descripción puede recopilar los resultados de la observación en una exposición relacionada de características del fenómeno estudiado según criterios que dan coherencia y pedido para la presentación de datos.

Blanco (25), en el año 2007, refiere que estas investigaciones están orientadas a los resultados probatorios, claros y precisos, que denoten rigurosidad y objetividad respecto predecir, describir e identificar situaciones y características que predominan.

Bonilla et al. (26), en el año 2011, refieren que el enfoque investigativo cuantitativo utiliza una metodología única de la ciencia exacta natural, su propósito es buscar explicación a los fenómenos estableciendo regularidades en el comportamiento social, se vale de la experiencia y observación directa para comprobar un (hipótesis o construir teorías), hecho real siendo lo más objetivo y completo posible.

Enfoque cuantitativo: La investigación científica en ciencias sociales, especialmente en comunicación social y periodismo, puede abordarse desde dos paradigmas o alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa. Cada uno tiene sus propias bases epistemológicas, construcciones metodológicas, técnicas e instrumentos de acuerdo con la naturaleza de los estudios, las situaciones sociales y los problemas que los investigadores se proponen explicar, comprender o cambiar la realidad social. Aunque cada alternativa metodológica se basa en diferentes supuestos y tiene sus reglas y formas básicas de acción, establecidas y compartidas por la propia comunidad científica, no excluyen los métodos mutuos, se complementan entre sí (27).

Nivel de la investigación de la tesis

Por las características de la investigación será de un enfoque Cuantitativo.

Cuantitativo: según Hernández et al. (28), indica que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

4.2. Población y muestra

Población

La población fue determinada por los colaboradores de la empresa Marketeate SAC - Huaura, que está directamente relacionada con el área administrativa, totalizando una población de 30 personas.

Según Blázquez (29), en el año 2001; la población es el conjunto de personas u objetos a los que se desea conocer en una investigación. Esta población o universo puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales, entre otros.

Muestra

Una muestra es una parte, más o menos grande, pero señala a un conjunto o población.

Una muestra es considerada censal cuando se evalúa al 100% de la población. Por tanto, en la presente investigación la muestra es no probabilística porque está conformada por 15 trabajadores seleccionados por su condición de estable en la empresa.

4.3. Definición operacional de las variables en estudio

Tabla Nro. 1: Matriz de operacionalización de la variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala medición	Definición Operacional
Sistema de Información	- Los procesos y productos derivados de las nuevas tecnologías	- Satisfacción con la forma de trabajo actualmente de los servicios que se brindan	<ul style="list-style-type: none"> - Cree usted que los procedimientos que existen en esta empresa para recopilar información acerca de los clientes es la adecuada. - Existen fallas de exactitud en los procesos de información - Considera que si la empresa tuviera un sistema de gestión de clientes optimizaría el trabajo - Se ha implementado anteriormente un sistema parecido 	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> - SI - NO

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el presente proyecto de investigación para obtener toda la información necesaria se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario.

4.4.1. Técnica

El propósito de la investigación tipo encuesta es describir las características mediante un amplio grupo de personas, también como objetos o instituciones por medio de la utilización de diferentes técnicas en determinar los datos obtenidos. Así una investigación tipo encuesta genera el propósito de que tarda el tiempo de conocer a los universitarios en concluir sus estudios (30).

4.4.2. Instrumentos

Es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Un diseño mal constituido e inadecuado conlleva a recoger información incompleta, datos no precisos de esta manera genera información nada confiable. Por el cual el cuestionario es un conjunto de preguntas respecto a uno o más variables que se van a medir (31).

4.5. Plan de análisis

A partir de los datos que se obtuvieron para la propuesta de implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022; se aplicarán encuestas presenciales, se seleccionará al personal de una área, para lograr utilizar el cuestionario, ya que luego de aplicarlo obtendremos la información necesaria para el proyecto. Luego se creará un archivo Ms Excel 2019 para la tabulación de las respuestas obtenidas de cada pregunta y tener un consolidado de ellas.

4.6. Matriz de consistencia - Tabla Nro.2

Problema	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
<p>¿Enunciado del problema?</p> <p>¿Cómo la Implementación de un Sistema de Información mejora la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022?</p>	- Determinar de qué manera la implementación de un sistema de información optimizará la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022	La implementación de un sistema de información optimiza la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022	Sistema de información	<p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Nivel: Cuantitativa</p> <p>Diseño: No experimental y de corte transversal</p>
	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
	<p>1. Determinar cuál es el nivel de satisfacción actual de la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, con el fin de identificar la necesidad requerida por la empresa.</p> <p>2. Determinar de qué manera la implementación de un sistema de información aumentará la</p>	<p>1. Se logra identificar el nivel de satisfacción actual de la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022.</p> <p>2. Se aumenta la seguridad de la gestión de clientes en la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022.</p>		

	<p>seguridad de la gestión de clientes en la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022.</p> <p>3. Determinar de qué manera mejorará la gestión de clientes de la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022, mediante la propuesta de un sistema de información.</p>	<p>3. Se mejora la gestión de clientes en la empresa marketeate SAC – Huaura; 2022, mediante la implementación del sistema.</p>		
--	---	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

Se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos del código de ética de la ULADECH, a continuación, detallo (32).

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

Libre participación y derecho a estar informado. - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Beneficencia no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales

que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. RESULTADOS

5.1.1 Resultados de la dimensión 1: Nivel de satisfacción de la gestión de clientes

Tabla Nro. 3: Satisfacción actual

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la satisfacción con el sistema actual, respecto a la gestión de clientes de la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	5	33.33
No	10	66.67
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Está satisfecho con el sistema actual que se usa para la gestión de clientes de la empresa Marketeate S.A.C.?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 3, se observa que, el 66.67% de los encuestados manifestaron que, NO están satisfechos con el modo actual en el que se realiza gestión de clientes de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 4: Procedimientos existentes

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de los procedimientos existentes, respecto a la recopilación de información de los clientes de la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	6	40.00
No	9	60.00
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree usted que los procedimientos que existen en esta empresa para recopilar información acerca de los clientes es la adecuada?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 4, se observa que, el 60.00% de los encuestados manifestaron que, NO están satisfechos con el modo actual en el que se realiza la recopilación de datos de los clientes de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 40.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 5: Fallas existentes

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de las fallas existentes, respecto a los procesos de información de los clientes de la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree usted que, existen fallas de exactitud en los procesos de información?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 5, se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, SI existen fallas en el modo actual en el que se realiza los procedimientos de información de datos de los clientes de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 6: Optimización de los procesos

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de optimizar los procesos, respecto a la información de los clientes de la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	14	93.33
No	1	6.67
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Desea optimizar los procesos de la empresa?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 6, se observa que, el 93.33% de los encuestados manifestaron que, SI desea optimizar los procesos de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 6.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 7: Forma de trabajar

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la forma de trabajar, respecto a la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	6	40.00
No	9	60.00
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Se siente usted satisfecho con la forma que trabaja la entidad actualmente?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 7, se observa que, el 60.00% de los encuestados manifestaron que, NO está de acuerdo con la forma de trabajar de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 40.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 8: Confiabilidad

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de confiabilidad, respecto a la información de los reportes de la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿La información de sus reportes es totalmente confiable para la toma de decisiones?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 8, se observa que, el 53.33% de los encuestados manifestaron que, NO está de acuerdo con la confiabilidad de la información de los reportes de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 46.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 9: Conflicto laboral

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de si genera conflicto, respecto a la forma de trabajar actualmente en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	9	60.00
No	6	40.00
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree usted que el trabajo actual genera conflictos?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 9, se observa que, el 60.00% de los encuestados manifestaron que, SI genera conflicto la manera actual de trabajar de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 40.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 10: Sistema similar

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la implementación de un sistema similar, respecto al que hay en la actualidad en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	1	6.67
No	14	93.33
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Se ha implementado anteriormente un sistema parecido?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 10, se observa que, el 93.33% de los encuestados manifestaron que, SI genera conflicto la manera actual de trabajar de la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 6.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 11: Optimizar el trabajo

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de optimizar la gestión de clientes, respecto a la implementación de un sistema de información en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Considera que si la empresa tuviera un sistema de información de gestión de clientes optimizaría el trabajo?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 11, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI se implementa un sistema de información de gestión de clientes se optimizaría el trabajo de la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 12: Aprender a utilizar el sistema

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de aprender a utilizar el sistema, respecto a la implementación de un sistema de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Le gustaría aprender a usar un sistema de información de gestión de clientes?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 12, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI se le gustaría aprender a utilizar un sistema de información de gestión de clientes se optimizaría el trabajo de la empresa Marketeate S.A.C.

5.1.2 Resultados de la dimensión 2: Necesidad de implementación de un sistema de información para la gestión de clientes

Tabla Nro. 13: Implementación del sistema

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de implementación de un sistema de información, respecto a la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Está de acuerdo con implementar un sistema de información para la gestión de clientes?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 13, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI están de acuerdo con implementar un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 14: Calidad del servicio

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de mejorar la calidad del servicio, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree usted que con la propuesta de la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes; se mejore la calidad de servicio para los trabajadores de la empresa?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 14, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará la calidad de servicio con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 15: Tiempo de registro

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de minimizar el tiempo de registro, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de registro?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 15, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI disminuirá el tiempo de registro con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 16: Tiempo de búsqueda

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca del tiempo de búsqueda, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de búsqueda de los usuarios?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 16, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará el tiempo de búsqueda con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 0.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 17: Emisión de reporte

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca del tiempo de emisión de reportes, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de emitir reportes de ventas o servicio pendientes del cliente?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 17, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará el tiempo de emisión de reportes con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 0.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 18: Disponibilidad de reportes

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la disponibilidad de los reportes, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree que un sistema de información para la gestión de clientes permitirá tener los reportes siempre disponibles de manera organizada?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 18, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará la disponibilidad de los reportes con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 0.00% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 19: Automatización y optimización

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de automatizar y optimizar los procesos, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	14	93.33
No	1	6.67
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Considera usted que el sistema de información para la gestión de clientes automatiza y optimiza procesos manuales?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 19, se observa que, el 93.33% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará los procesos manuales con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 6.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Tabla Nro. 20: Capacitación para el uso del sistema

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de una capacitación para el uso, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿Cree usted que el personal de la empresa, necesita capacitación para el manejo de la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 20, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI es necesario una capacitación para el uso del sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 21: Toma de decisiones

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la toma de decisiones, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿La información para la toma de decisiones mejorará con la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro.21, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará la toma de decisiones con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Tabla Nro. 22: Seguridad de la información

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la seguridad de los datos, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Alternativas	n	%
Si	14	93.33
No	1	6.67
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, para responder a la siguiente pregunta: ¿La seguridad de la información mejorará con un sistema de información para la gestión de clientes?

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 22, se observa que, el 93.33% de los encuestados manifestaron que, SI mejorará la seguridad de los datos con la implementación de un sistema de información de gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 6.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

5.1.3. Resultados por dimensión

5.1.3.1. Resultado general de la dimensión 1

Tabla Nro. 23: Nivel de satisfacción con el sistema actual

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la dimensión 1, en donde se aprueba o desaprueba la satisfacción con el sistema actual, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

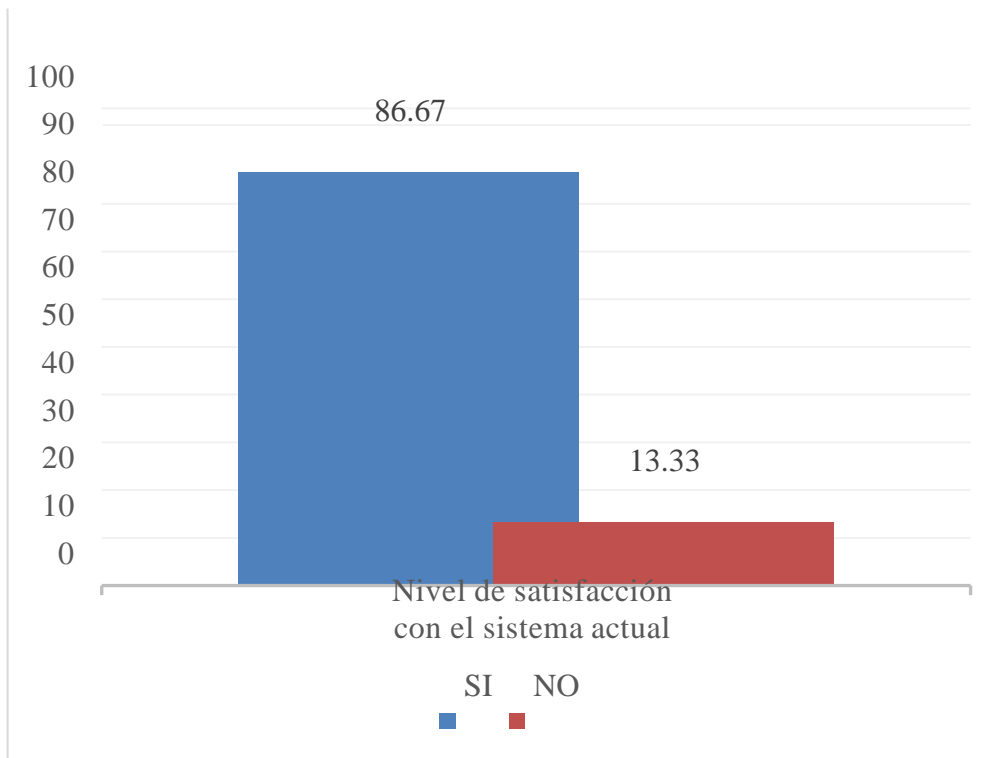
Alternativas	n	%
Si	13	86.67
No	2	13.33
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos para medir la dimensión 1: Nivel de satisfacción con el sistema actual, basado en 10 preguntas, aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura.

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 23, se observa que, el 86.67% de los encuestados manifestaron que, SI desaprueba el sistema actual para gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C, mientras que, el 6.67% de los encuestados manifestaron todo lo contrario.

Gráfico Nro. 3: Resumen general de la dimensión 1



Fuente: Tabla Nro.23: Resumen general de la dimensión

5.1.3.2. Resultado general de la dimensión 2

Tabla Nro. 24: Necesidad de implementación de un sistema

Frecuencias y respuestas distribuidas de los trabajadores encuestados, acerca de la dimensión 2, en donde se evidencia la necesidad de implementar un sistema, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

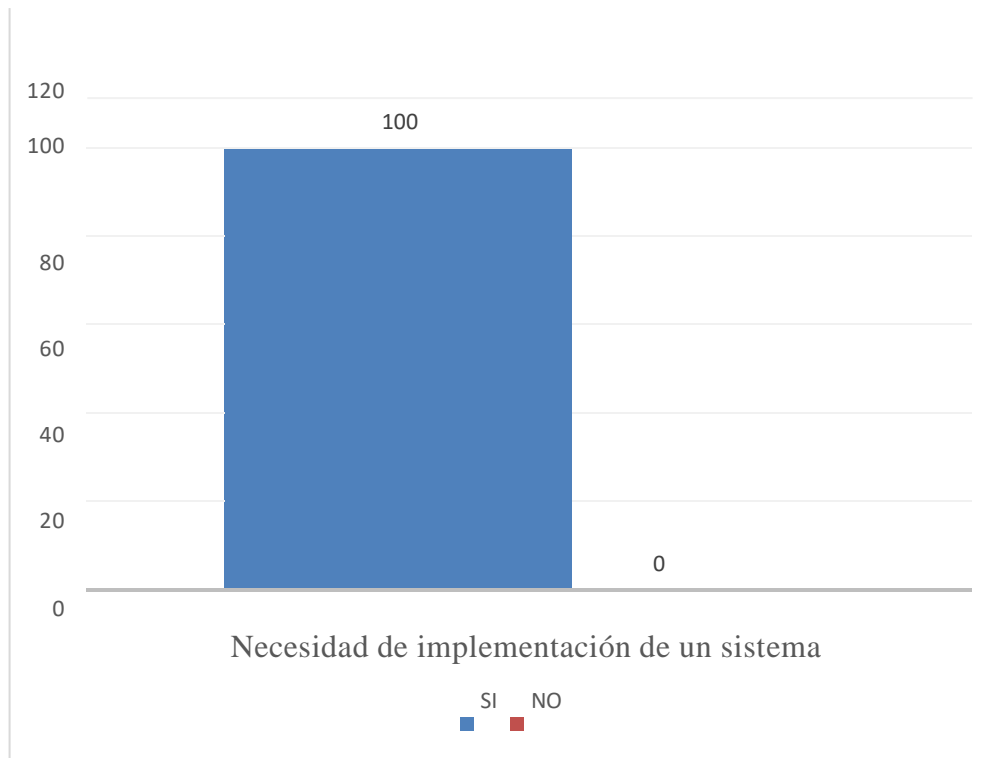
Alternativas	n	%
Si	15	100.00
No	-	-
Total	15	100.00

Fuente: Instrumento de recolección de datos para medir la dimensión 2: Necesidad de implementación de un sistema, basado en 10 preguntas, aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura.

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

En la Tabla Nro. 24, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI es necesario la implementación de un sistema para gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Gráfico Nro. 4: Resumen general de la dimensión 2



Fuente: Tabla Nro.24: Resumen general de la dimensión

5.1.4. Resultado general

Tabla Nro. 25: Resumen general de dimensiones

Frecuencias y respuestas distribuidas, para determinar los niveles correspondientes a la dimensión 1: Nivel de satisfacción con el sistema actual, y la dimensión 2: Necesidad de implementar un sistema para la mejora del sistema actual, respecto a la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C.

Dimensiones	Alternativas de Respuestas				Muestra	
	Si	%	No	%	n	%
Nivel de satisfacción con el sistema actual	13	86.67	2	13.33	15	100
Necesidad de implementar un sistema	15	100.00	-	-	15	100

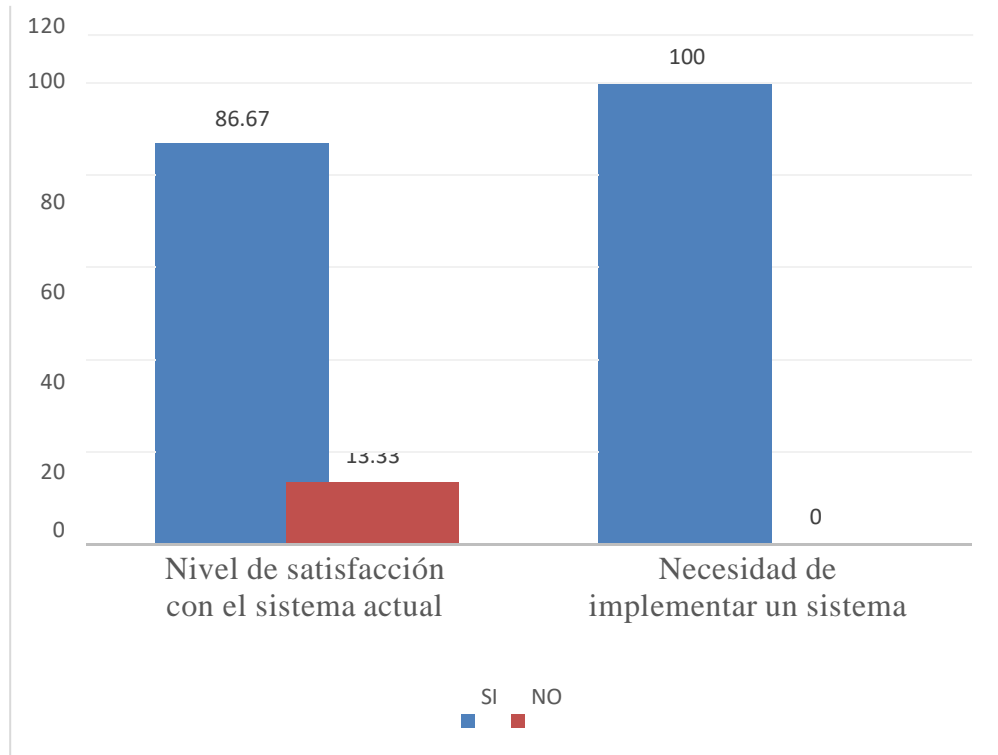
Fuente: Instrumento de recolección de datos aplicado a los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C., para medir la dimensión 1 y la dimensión 2, las cuales fueron definidas para esta investigación.

Aplicado por: Evaristo, V.; 2023.

Una vez obtenidos los resultados, en la Tabla Nro. 23, se puede observar que, en lo que respecta a la dimensión 1: Nivel de satisfacción con el sistema actual, el 86.67% de los encuestados manifestaron que, SI desean cambios con el sistema actual para la gestión de clientes, mientras que, el 33.33% de los encuestados manifestaron que, NO desean cambios con el sistema actual, y respecto a la dimensión 2: Necesidad de implementar un sistema, se observa que, el 100.00% de los encuestados manifestaron que, SI existe la

necesidad de implementar un sistema de información para la gestión de clientes.

Gráfico Nro. 5: Resumen general de dimensión



Fuente: Tabla Nro.25: Resumen general de dimensiones

5.2. Análisis de resultados

La presente investigación tuvo como objetivo general realizar la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, en el cual se ha realizado dos dimensiones que son satisfacción del sistema actual y la necesidad de implementación de un sistema de información para la gestión de clientes. Por lo consiguiente una vez interpretado los resultados se proceden a analizarlos detenidamente en los siguientes párrafos:

- Con respecto a la dimensión 1: Nivel de satisfacción con el sistema actual, el 86,67% de los encuestados manifestaron que, SI desean un cambio en el sistema actual, mientras que, el 13,33% de los encuestados manifestaron que, NO desean ningún cambio en el sistema actual, este resultado tiene semejanza con los resultados obtenidos en la investigación de Minaya (10), titulada "Implementación del sistema informático de gestión de trámite documentario para la municipalidad distrital de Buenavista Alta - Casma; 2022", quien en su respectivo trabajo indicó que, el 70% de los empleados encuestados SI están de acuerdo con el cambio del sistema de actual; mientras el 30% manifestaron todo lo contrario, esto coincide con los autores Bernal y Jiménez (1), quien menciona que las TIC se han convertido en una excelente herramienta que permite a las empresas generar un valor agregado a las actividades operacionales, estos resultados se obtuvieron porque existe un gran índice de insatisfacción por parte de los trabajadores de la empresa Marketeate S.A.C – Huaura, debido a que requieren que la información manejada sea más rápida y fluida al momento de realizar alguna operación.

- Con respecto a la dimensión 2: Necesidad de implementar un sistema de información para la mejora del sistema actual, el 100 % de los encuestados manifestaron que, SI existe la necesidad de implementar un sistema para la mejora del sistema actual. Este resultado tiene semejanza con los resultados

obtenidos en la investigación de Ramos (11), titulada “Análisis del sistema de gestión de atención al cliente de la lavandería San Alfonso - Piura; 2020”, quien en su respectivo trabajo, indicó que, el 100 % de los trabajadores encuestados manifestaron que SI están de acuerdo con la propuesta de implementación de un sistema de gestión de atención al cliente. Esto coincide con el autor Peiró (3), quién indica que un sistema de información tiene como principal objetivo la gestión, y administración de los datos e información que lo componen. Lo importante es poder recuperar siempre esos datos, y que además se tenga un fácil acceso a ellos con total seguridad. Estos resultados se obtuvieron porque los trabajadores encuestados están apostando por utilizar un sistema de información para la gestión de clientes, ya que ofrece muchos beneficios que hace que se convierta en una gran elección para manejar cualquier tipo de información.

5.3. Propuesta de mejora

Con los resultados y análisis obtenidos de la investigación, se procedió con la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate S.A.C. – Huaura; 2022., en donde se plantea como propuesta de mejora lo siguiente: Implementar un sistema de información para la gestión de clientes utilizando la metodología de desarrollo RUP, el lenguaje de programación C Sharp y el gestor de base de datos de MYSQL.

5.3.1 Propuesta de técnica

5.3.1.1 Fundamentación de la metodología

En esta investigación se empleó la metodología RUP, para la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC - Huaura; 2022, cuyo objetivo es mejorar la gestión, control y registros de clientes, dividiendo el proceso en cuatro etapas: Inicio, elaboración, construcción y transmisión para el desarrollo de software.

Las principales razones del uso del ciclo de desarrollo iterativo e incremental de tipo RUP para la ejecución de este proyecto son:

- Identifica tareas, escenarios y casos de uso que permiten definir la arquitectura base del sistema, lo que posibilita la relación que va a tener cada interesado en el desarrollo del sistema.
- Hace uso de un diagrama de clases, en donde muestra los atributos y operaciones que caracterizan cada clase de objetos.
- Propone un proceso predeterminado indicando actividades a realizar y los productos o resultados que se deben obtener en cada fase del desarrollo.

5.3.1.2 Desarrollo de la metodología

Se optó por elegir la metodología de desarrollo de programa RUP por ser la mejor elección debido a que cumple con las necesidades de los usuarios, con una organización y presupuesto predecible, y además por ser la más empleada y famosa en la gestión de proyectos desarrollados en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Tabla Nro. 26: Entregables de RUP

ETAPA	ENTREGABLE
MODELADO DE NEGOCIOS	Casos de uso del negocio.
	Modelado de objeto del negocio.
	Reglas del negocio.
REQUERIMIENTOS	Propósito del sistema.
	Alcance del sistema.
	Requerimientos funcionales.
	Requerimientos no funcionales.
ANÁLISIS Y DISEÑO	Definición de actores.
	Diagrama de casos de uso.
	Especificación de casos de uso.
	Diagrama de actividades.
	Diagrama de clases.

	Diagrama de interacción (Secuencia y Colaboración).
	Diseño de la Base de Datos.
IMPLEMENTACIÓN	Diseño del sistema.
	Diseño de prototipos.
	Programación del sistema.
	Implementación del sistema.

Fuente: Elaboración Propia

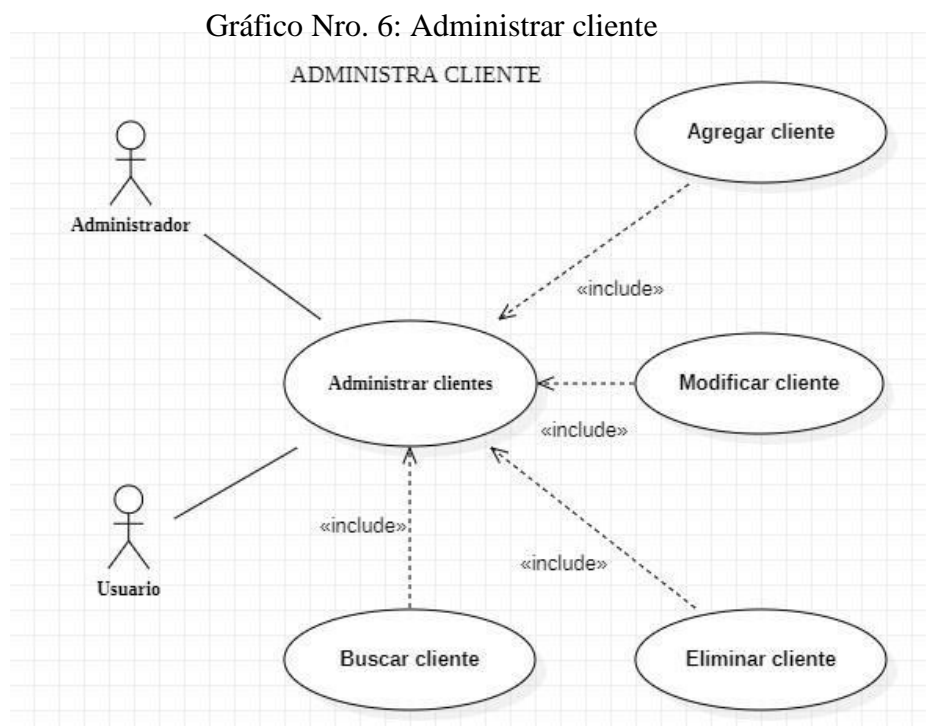
1. Modelo de negocios

a. Casos de uso del negocio.

Administrar Clientes

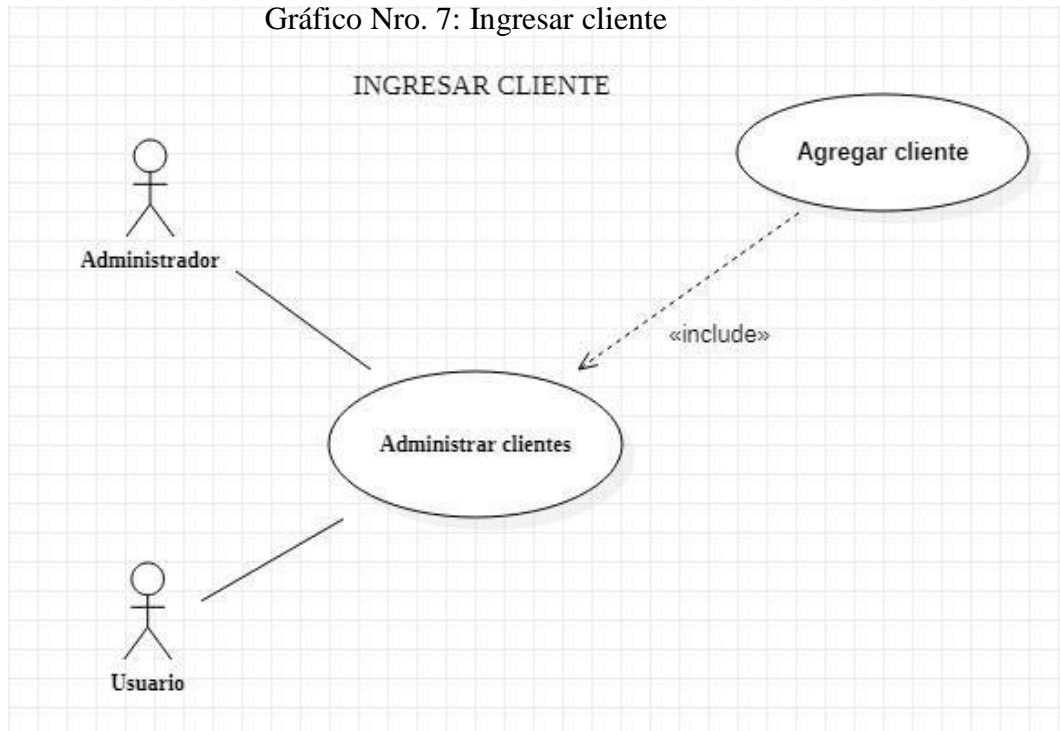
Descripción: A través de esta opción el actor podrá acceder a las opciones de ingresar, modificar, eliminar o visualizar clientes.

Actores: Administrador, Usuario



Ingresar Cliente

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar una interfaz donde pueda ingresar datos de un nuevo cliente y almacenarlo en una base de datos, esto es comprobado con un mensaje de éxito si la acción se realizó correctamente.



Flujo Principal:

1. El actor elige la opción agregar cliente.
2. El sistema muestra la ventana para ingresar los datos
3. El actor ingresa los datos solicitados por el sistema.
4. El actor presiona el botón "Guardar"
5. El sistema almacena la información en la base de datos. (E1)

Flujo Alternativo:

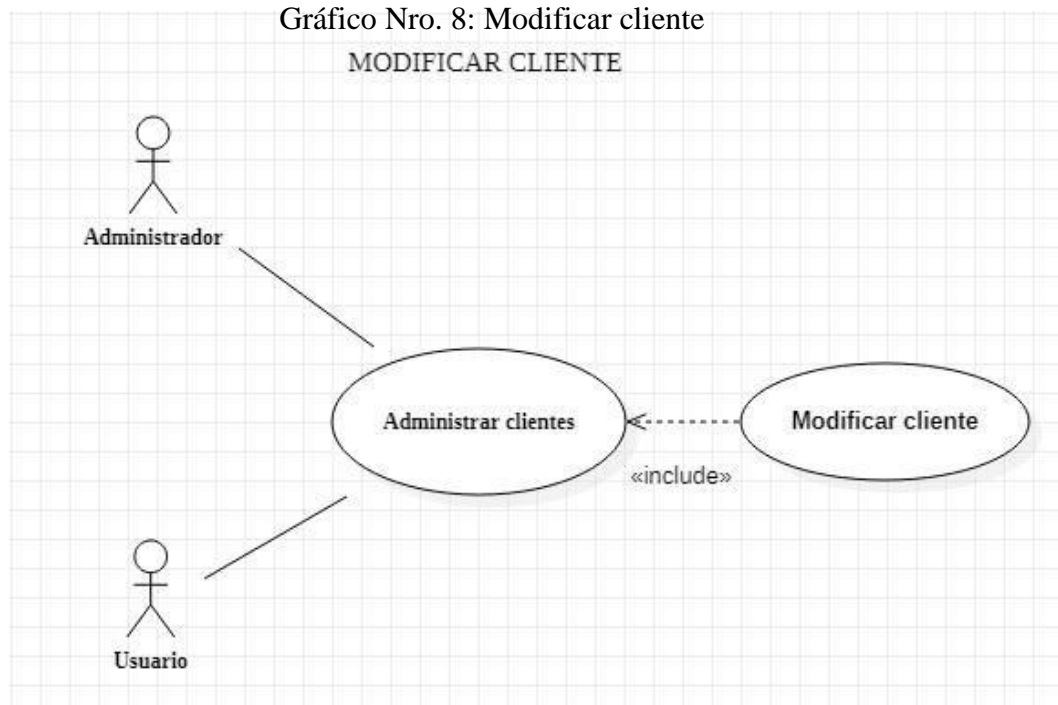
Si el código ya existe, ir a modificar o eliminar.

Excepciones:

E1. Problemas con la conexión a la base de datos. Solución: Aviso de Error.

Modificar Cliente

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar una interfaz donde pueda modificar o actualizar los datos de un cliente existente.



Flujo Principal:

1. El actor selecciona la opción modificar cliente
2. El sistema presenta la lista de clientes. (E1)
3. El actor selecciona el cliente a modificar.
4. El sistema carga la información del cliente. (E1)
5. El actor modifica los datos que desee.
6. El actor presiona el botón “Guardar”.
7. El sistema actualiza la información en la base de datos. (E1)

Flujo Alternativo:

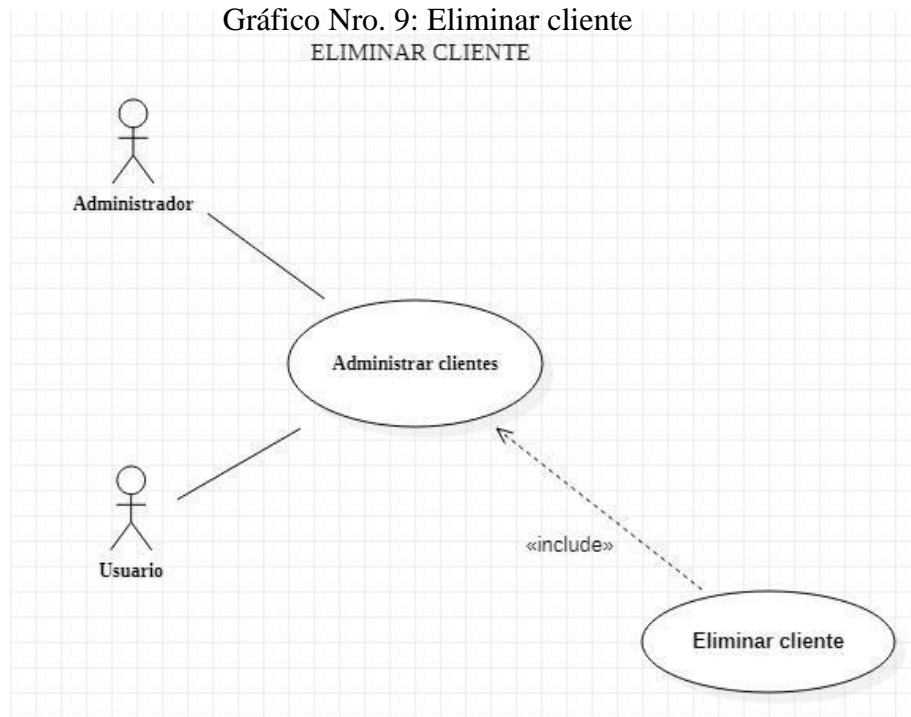
Si el cliente buscado no existe ir a ingresar cliente.

Excepciones:

E1. Problemas con la conexión a la base de datos. Solución: Aviso de Error.

Eliminar Cliente

Descripción: En esta opción el actor visualizará una interfaz para poder eliminar los datos de un cliente previamente seleccionado.



Flujo Principal:

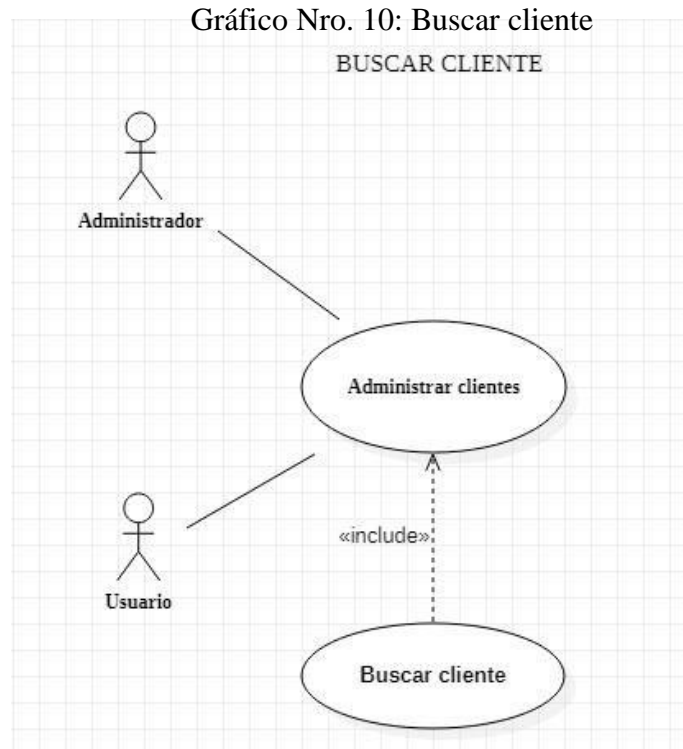
1. El actor selecciona la opción Eliminar Usuario del sistema
2. El sistema presenta la lista de clientes existentes. (E1)
3. El actor selecciona el cliente que desea eliminar.
4. El sistema muestra los datos del cliente. (E1)
5. El actor presiona el botón “Eliminar”.
6. El sistema actualiza la información en la base de datos. (E1)

Excepciones:

- E1. Problemas con conexión a base de datos. Solución: Aviso de error.

Buscar Cliente

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar los datos de un cliente existente en el sistema.



Flujo Principal:

1. El actor selecciona la opción consultar clientes en el sistema
2. El sistema presenta una lista con todos los clientes y sus datos más importantes. (E1)
3. El actor ingresa el parámetro deseado en el filtro respectivo.
4. El sistema presenta los registros que coincidan con el parámetro ingresado.
5. El actor presiona el cliente que desea consultar.
6. El sistema despliega la información de dicho cliente. (E1).

Excepciones:

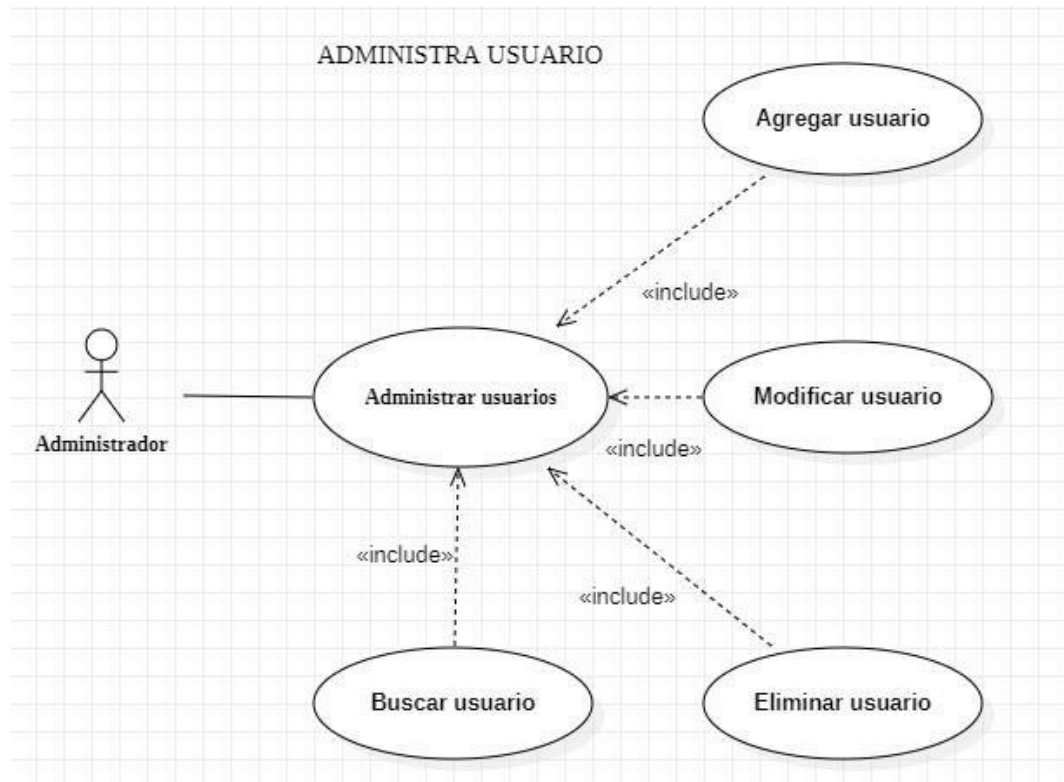
- E1. Problemas con conexión a base de datos. Solución: Aviso de error.

Administrar Usuarios

Descripción: A través de esta opción el actor podrá acceder a las opciones de ingresar, modificar, eliminar o visualizar usuarios.

Actores: Administrador

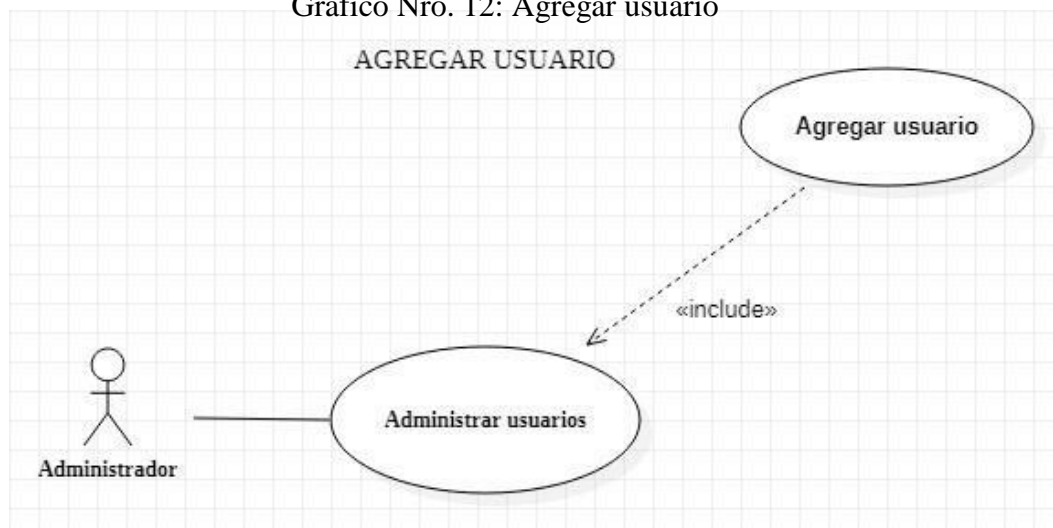
Gráfico Nro. 11: Administrar usuario



Ingresar Usuario

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar una interfaz donde pueda ingresar datos de un nuevo usuario y almacenarlo en una base de datos, esto es comprobado con un mensaje de éxito si la acción se realizó correctamente.

Gráfico Nro. 12: Agregar usuario



Flujo Principal:

1. El actor elige la opción ingresar nuevo usuario.
2. El sistema muestra la ventana para ingresar los datos
3. El actor ingresa los datos solicitados por el sistema.
4. El actor presiona el botón "Guardar"
5. El sistema almacena la información en la base de datos (E1)

Flujo Alternativo:

Si el código ya existe, ir a modificar o eliminar.

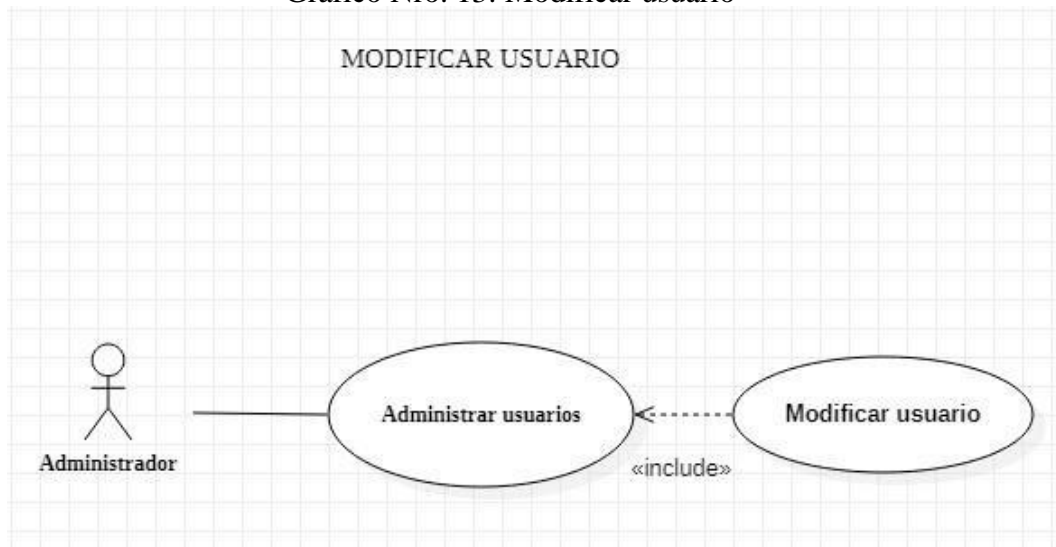
Excepciones:

E1. Problemas con conexión a base de datos. **Solución:** Aviso de error.

Modificar Usuario

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar una interfaz donde pueda modificar o actualizar los datos de un usuario existente.

Gráfico Nro. 13: Modificar usuario



Flujo Principal:

1. El actor selecciona la opción modificar usuario
2. El sistema presenta la lista de clientes. (E1).
3. El actor selecciona el usuario a modificar.
4. El sistema carga la información del usuario. (E1).
5. El actor modifica los datos que desee.
6. El actor presiona el botón “Guardar”.
7. El sistema actualiza la información en la base de datos (E1).

Flujo Alternativo:

Si el usuario buscado no existe. Ir a agregar.

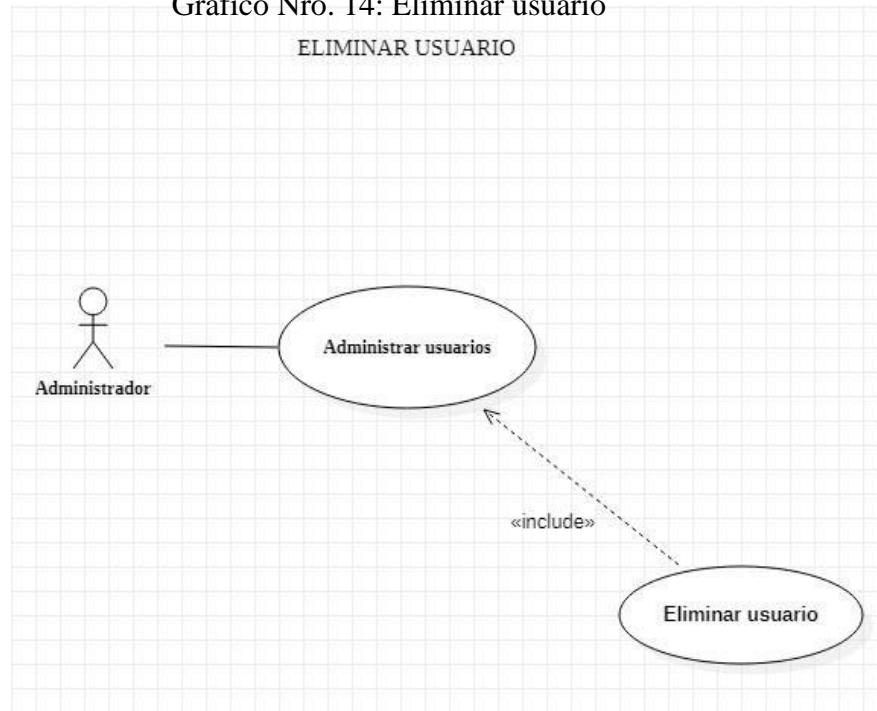
Excepciones:

E1. Problemas con conexión a base de datos. **Solución:** Aviso de error.

Eliminar Usuario

Descripción: En esta opción el actor visualizará una interfaz para poder eliminar los datos de un usuario previamente seleccionado.

Gráfico Nro. 14: Eliminar usuario



Flujo Principal:

1. El actor selecciona la opción eliminar usuario del sistema
2. El sistema presenta la lista de usuarios existentes. (E1).
3. El actor selecciona el usuario que desea eliminar.
4. El sistema muestra los datos del cliente. (E1).
5. El actor presiona el botón “Eliminar”.
6. El sistema actualiza la información en la base de datos (E1).

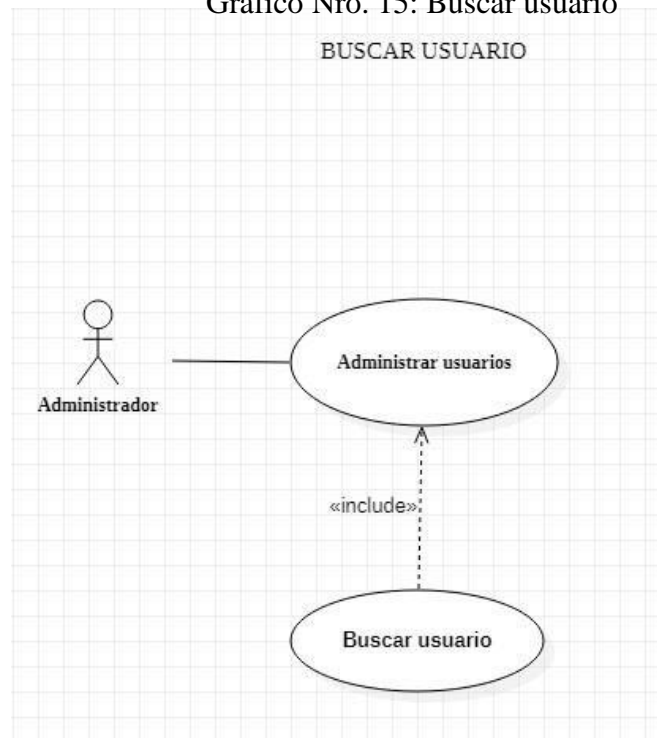
Excepciones:

E1. Problemas con conexión a base de datos. Solución: Aviso de error.

Buscar Usuario

Descripción: Esta opción permite al actor visualizar los datos de un usuario existente en el sistema.

Gráfico Nro. 15: Buscar usuario



Flujo Principal:

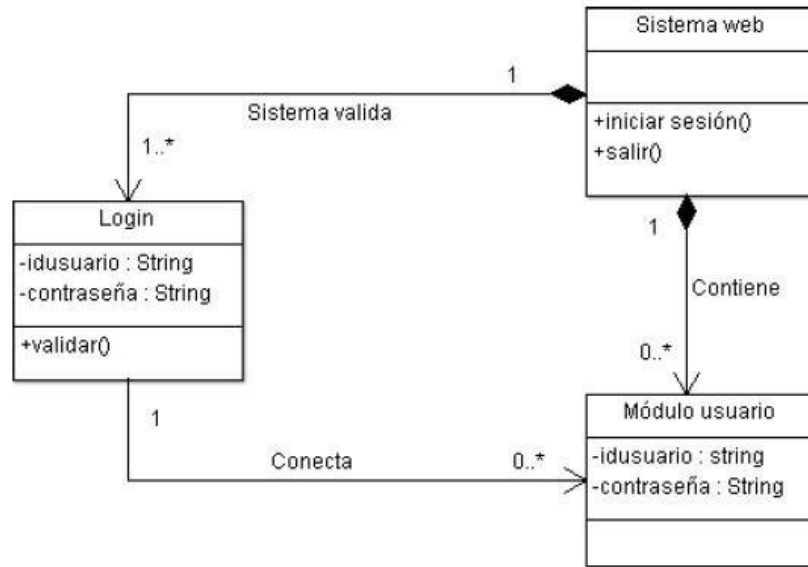
1. El actor selecciona la opción consultar usuario en el sistema.
2. El sistema presenta una lista con todos los usuarios y sus datos más importantes. (E1)
3. El actor ingresa el parámetro deseado en el filtro respectivo.
4. El sistema presenta los registros que coincidan con el parámetro ingresado.
5. El actor presiona el usuario que desea consultar.
6. El sistema despliega la información de dicho usuario. (E1).

Excepciones:

- E1. Problemas con conexión a base de datos. Solución: Aviso de error.

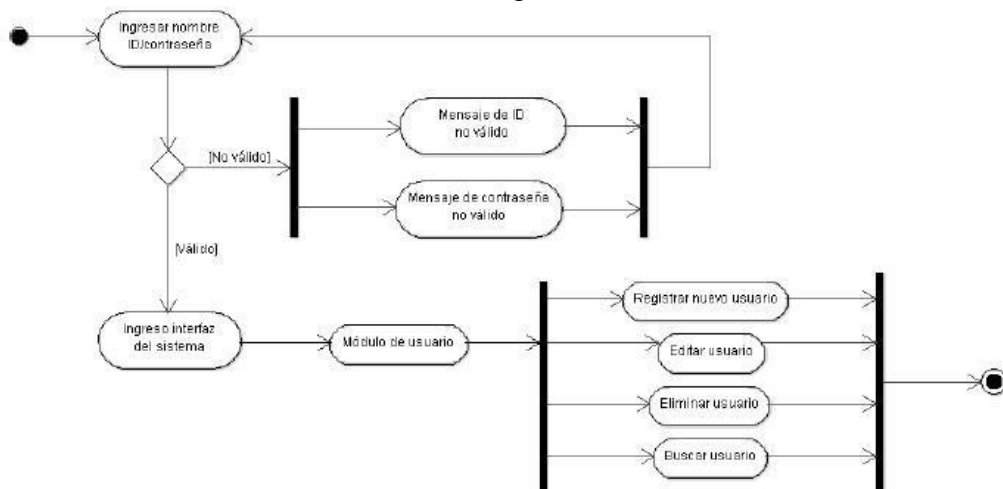
b. Modelado diagramas de clases

Gráfico Nro. 16: Diagrama de clases



c. Modelado diagramas de actividades

Gráfico Nro. 17: Diagrama de actividades



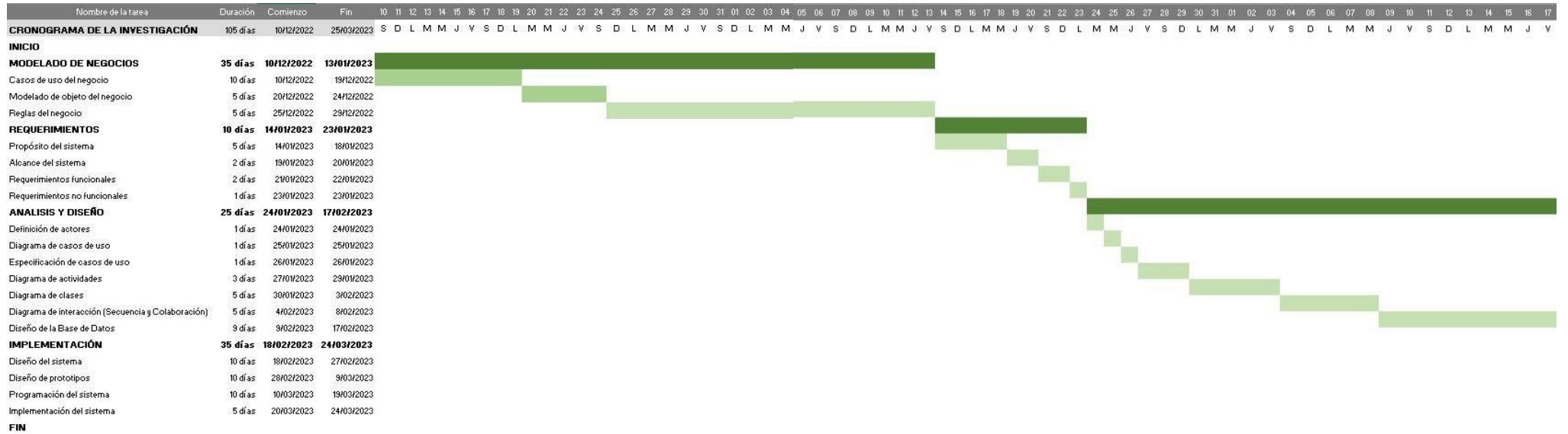
d. Acceso al sistema

Gráfico Nro. 17: Interfaz de usuario



Cronograma de Actividades

Gráfico Nro. 18: Diagrama de Gantt



5.3.2 Propuesta económica de software

Tabla Nro. 27: Propuesta económica de software

Windows	S/.	20.00
CSHARP	S/.	0.00
MYSQL	S/.	0.00
Licencia starUML	S/.	150.00
SUB TOTAL	S/.	170.00

Fuente: Elaboración propia

5.3.3 Propuesta económica de servicios

Tabla Nro. 28: Propuesta económica de servicios

Internet	S/.	220.00
SUB TOTAL	S/.	220.00

Fuente: Elaboración propia

5.3.4 Propuesta económica final

Tabla Nro. 29: Propuesta económica final

Software	S/.	170.00
Servicios	S/.	220.00
TOTAL	S/.	390.00

Fuente: Elaboración propia

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye que con la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC; se optimizará la administración de datos, se logrará precisar las falencias y necesidades de la empresa Marketeate SAC, y se cumple lo señalado en la hipótesis general respecto a la implementación de un sistema de información para optimizar la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022; concluyendo que la hipótesis general ha sido aceptada.

A continuación se mencionará las siguientes conclusiones específicas:

1. Se logró determinar el nivel de satisfacción actual en la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, el cual era deficiente al registrarse los datos de los clientes de manera manual, sin tener una base de datos compilada que aportará celeridad a los procesos, como aporte del investigador fue el análisis de los puntos vulnerables como uso de cuadernos y libros de excel para el registro de clientes, como valor agregado al usuario final se realizó una interfaz amigable.
2. Al implementar un sistema de información se aumentó la seguridad de la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, ya que con el mecanismo utilizado no le permitía llevar un control del registro de clientes ni mucho menos tener un back up, como aporte del investigador fue la mejora en la seguridad de los datos de la empresa y el valor agregado fue un manual paso a paso como realizar un back up periódicamente.
3. Se mejoró la gestión de clientes de la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022, mediante la propuesta de un sistema de información, ya que el tiempo de registro era más prolongado, como aporte del investigador se automatizaron los registros y el valor agregado es el minimizar el tiempo requerido para procesar los registros.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la empresa Marketeate SAC, dejar de utilizar los cuadernos o libros de excel para registrar los datos de los clientes y empezar a utilizar el sistema informático de gestión de clientes.
2. Se propone a la empresa Marketeate SAC, elaborar un plan de capacitación para que su personal este siempre actualizado en el uso de las nuevas tecnologías de la información.
3. Se recomienda a la empresa Marketeate SAC evaluar la posibilidad de contratar a un personal especializado para el mantenimiento o mejoras al software.
4. Es importante que la empresa Marketeate SAC, aproveche al máximo toda la información proporcionada en la presente investigación, así estar a la vanguardia en el uso de tecnologías de la información y al mismo tiempo mejorar sus procesos de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bernal y Jiménez. Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, vol. 24, núm. 1, pp. 85-96, 2019.
2. Vega. Seguridad de la Información. Editorial 3Ciencias. Alicante. España. 2018.
3. Peiró. Sistema de Información [Internet]. 2018. Available from: <https://economipedia.com/definiciones/sistema-de-informacion.html>. Available from: <https://tiendada.com/blog/gestion-de-clientes.html>
4. Mafla. Sistema de información para la gestión integral del mantenimiento de vehículos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Sucumbíos, mediante la arquitectura de N-capas. Tesis Pre-grado. Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ingeniería de Sistemas e Informática; 2019.
5. Duarte. Implementación de un sistema web para gestión del departamento vehicular de la empresa CNEL EP unidad de negocio santa elena. Tesis Pre-grado. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ingeniería de Sistemas e Informática; 2020.
6. Martínez, Díaz. Evaluación de plataformas web para su implementación en el sistema de vigilancia tecnológica de la Consultoría Biomundi. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, vol. 25, n. 1, 2021.
7. Huaranga y Torres. Análisis y diseño de un sistema de gestión y control de proyectos en desarrollo para SNC-Lavalin S.A. Tesis Pre-grado. Perú: Universidad Alas Peruanas, Ingeniería de Sistemas; 2022.
8. Barrios. Sistema CRM y su influencia en la fidelización de los clientes de la empresa Timones Hidráulicos Veloz de la ciudad de Trujillo. Tesis Pre-grado. Perú: Universidad Nacional de Trujillo, Ingeniería de Sistemas; 2019.
9. Aguilar y Sánchez. Sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001-2015 en caja Trujillo – Chota para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes; 2019.
10. Minaya. Implementación del sistema informático de gestión de trámite documentario para la municipalidad distrital de Buenavista Alta - Casma.

- Tesis Pre-grado. Perú: Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Ingeniería de Sistemas; 2022.
11. Ramos. Análisis del sistema de gestión de atención al cliente de la lavandería San Alfonso Piura. Tesis Pre-grado. Perú: Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Ingeniería de Sistemas; 2020.
 12. Plasencia. Implementación de un sistema Web de gestión comercial para la discoteca Katana-Nuevo Chimbote. Tesis Pre-grado. Perú: Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Ingeniería de Sistemas; 2019.
 13. Marketeate SAC. Gerencia General; 2018.
 14. Marketeate SAC. Organigrama Institucional, Gerencia General; 2018.
 15. Sunkel G. Las tecnologías de la información y la comunicación (Tic) en la educación en América Latina: una exploración de indicadores, Tema 125. United Nations. Economic Commission for Latin America and the Caribbean. Social Development Division ed.: United Nations Publications; 2006.
 16. Sergio A. Berumen KAI. Evolución y desarrollo de las Tic en la economía del conocimiento Ecobook, editor.; 2008.
 17. <http://www.incap.int/sisvan/index.php/es/acerca-de-san/conceptos/797-sin-categoria/501-sistema-de-informacion#:~:text=Por%20definici%C3%B3n%20es%20un%20conjunto,mismo%20facilita%20el%20manejo%20e>
 18. <https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/gestion-de-clientes>
 19. Gilfillan Ian. La Biblia de MYSQL. 1–880 p.
 20. Hernández González A. Aplicación del Proceso Unificado de Desarrollo a proyectos de Software software [Internet]. 2004. 1–258 p. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/312656269>
 21. Alarcón Raul. Diseño orientado a objetos con UML [Internet]. Grupo EIDOS. 2000. 1–117 p.
 22. Dembowski K. Gran libro Hardware: información sobre la totalidad del hardware, de rápido acceso Marcombo, editor.; 2003.
 23. Marketeate SAC. Inventario Institucional, Logística; 2021.

24. Amo FA, Feria Domínguez JM, Normand LM, Segovia Pérez FJ. Introducción a la ingeniería del software. Ilustrada ed.: Delta Publicaciones; 2005.
25. Blanco TM. Nivel de agresión en estudiantes de tercero de secundaria del colegio nuestra señora del Carmen de Huaral. optar por el Título Profesional de Licenciada en Psicología. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Facultad de Psicología; 2007.
26. Álvarez Monje CA. Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía didáctica. Libro didáctico de metodología de la investigación. Neiva: Universidad Sur Colombiana, Facultad de Ciencia Sociales y Humanas.
27. Hernández, Fernández y Del Pilar. Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericana. México, D. F., 2003.
28. Iván Darío Toro Jaramillo RDPR. Método y conocimiento: metodología de la investigación: investigación cualitativa/investigación cuantitativa: Universidad Eafit; 2006.
29. Salkind NJ. Métodos de investigación Escalona RL, editor.: Pearson Educación; 1999.
30. Blázquez BH. Técnicas estadísticas de investigación social. ilustrada ed.: Ediciones Díaz de Santos; 2001.
31. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Código de Ética para la Investigación Versión 002 Chimbote-Perú [Internet]. 2019. Recuperado de: www.uladech.edu.pe
32. Reglamento de investigación V17.

ANEXOS

ANEXO NRO. 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES														
N°	Actividades	2022		2023										
		2022 – 3		2022 – 3										
		1	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Elaboración del Proyecto	x												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x											
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x										
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x									
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						x							
7	Elaboración del consentimiento informado							x						
8	Recolección de datos								x					
9	Presentación de resultados								x					
10	Análisis e Interpretación de los resultados									x				
11	Redacción del informe preliminar									x				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación										x			
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación										x			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación											x		
15	Redacción del artículo científico											x	x	

Fuente: Reglamento de investigación V17 (33).

ANEXO NRO. 2: PRESUPUESTO

TITULO: Propuesta de Implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022

TESISTA: Evaristo Vargas Fernando Gabriel

INVERSIÓN: S/.

FINANCIAMIENTO: RECURSOS PROPIOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL, PARCIAL	TOTAL
1. RENUMERACIONES				
1.1. Asesor	01	1400.00	1400.00	
1.2. Estadístico	01	200.00	200.00	
			1,600.00	1,600.00
2. BIENES DE INVERSION				
2.1. Impresora	01	200.00	200.00	
			200.00	200.00
3. BIENES DE CONSUMO				
3.1. Papel bond A-4 80	01 m	20.00	20.00	
3.2. Tóner para impresora	01	45.00	45.00	
3.3. CD	02	2.00	4.00	
3.4. Lapiceros	02	1.00	2.00	
3.5. Lápices	02	2.00	4.00	
			75.00	75.00
4. SERVICIOS				
4.1. Fotocopias	50 hoja	20.00	20.00	
4.2. Anillados	3	5.00	15.00	
4.2. Servicios de Internet	80hrs	10.00	80.00	
4.3. Pasajes locales		200.00	200.00	
			355.00	315.00
TOTAL				2,190.00

Fuente: Reglamento de investigación V17 (33).

ANEXO NRO. 3: CUESTIONARIO

TITULO: Propuesta de Implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022

TESISTA: Evaristo Vargas Fernando Gabriel

PRESENTACIÓN:

El presente instrumento forma parte del actual trabajo de investigación; por lo que se solicita su participación, respondiendo a cada pregunta de manera objetiva y veraz. La información a proporcionar es de carácter confidencial y reservado; y los resultados de la misma serán utilizados solo para efectos académicos y de investigación científica.

INSTRUCCIONES:

A continuación, se le presenta una lista de preguntas, agrupadas por dimensión, que se solicita se responda, marcando una sola alternativa con un aspa (“X”) en el recuadro correspondiente (SI o NO) según considere su alternativa

DIMENSIÓN 1: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA GESTION DE CLIENTES			
NRO.	PREGUNTA	SI	NO
1	¿Está satisfecho con el sistema actual que se usa para la gestión de clientes de la empresa Marketeate S.A.C?		
2	¿Cree usted que los procedimientos que existen en esta empresa para recopilar información acerca de los clientes es la adecuada?		
3	¿Cree usted que, existen fallas de exactitud en los procesos de información?		
4	¿Desea optimizar los procesos de la empresa?		
5	¿Se siente usted satisfecho con la forma que trabaja la entidad actualmente?		
6	¿La información de sus reportes es totalmente confiable para la toma de decisiones?		
7	¿Cree usted que el trabajo actual genera conflictos?		
8	¿Se ha implementado anteriormente un sistema parecido?		
9	¿Considera que si la empresa tuviera un sistema de información de gestión de clientes optimizaría el trabajo?		
10	¿Le gustaría aprender a usar un sistema de información de gestión de clientes?		
DIMENSIÓN 2: Necesidad de implementación de un sistema de información para la gestión de clientes			

NRO.	PREGUNTA	SI	NO
11	¿Está de acuerdo con implementar un sistema de información para la gestión de clientes?		
12	¿Cree usted que con la propuesta de la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes; se mejore la calidad de servicio para los trabajadores de la empresa?		
13	¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de registro?		
14	¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de búsqueda de los usuarios?		
15	¿Considera que con un sistema de información para la gestión de clientes disminuya el tiempo de emitir reportes de ventas o servicio pendientes del cliente?		
16	¿Cree que un sistema de información para la gestión de clientes permitirá tener los reportes siempre disponibles de manera organizada?		
17	¿Considera usted que el sistema de información para la gestión de clientes automatiza y optimiza procesos manuales?		
18	¿Cree usted que el personal de la empresa, necesita capacitación para el manejo de la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes?		
19	¿La información para la toma de decisiones mejorará con la implementación de un sistema de información para la gestión de clientes?		
20	¿La seguridad de la información mejorara con un sistema de información para la gestión de clientes?		

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO NRO. 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Investigador principal del proyecto: Evaristo Vargas, Fernando Gabriel

Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene como objetivo: Propuesta de Implementación de un sistema de información para la gestión de clientes en la empresa Marketeate SAC – Huaura; 2022.

La presente investigación se informa acerca de la empresa Marketeate SAC la cual tiene un sistema de gestión de clientes rudimentaria y donde se ocasiona pérdida de información, se busca tener un mejor control de los clientes.

Toda la información que se obtenga de todos los análisis será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Huaura, Perú Evaristo Vargas, Fernando Gabriel al celular: 949322770, o al correo: fernando2413@hotmail.com.

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, Email: zlimayh@uladech.edu.pe

Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador(a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:

Nombre y apellido del participante

Nombre del encuestador