



**UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y URBANISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**TESIS**

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

---

**IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA CRM PARA MEJORAR LA  
ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE EN EL CENTRO  
DEL ADULTO MAYOR LAMBAYEQUE - PRESTACIONES SOCIALES  
ESSALUD.**

**AUTORES:**

**BACH. Cristhian Jonatan Mendoza Mendoza**

**ASESOR:**

**ING. David Bances Saavedra**

**PIMENTEL, NOVIEMBRE 2015**

## RESUMEN

Toda organización debe estar enfocada hacia el cliente, puesto que es a quien se dirige el negocio y quien lo sustenta. En la actualidad del mundo empresarial, conocer la satisfacción, percepciones y expectativas de los clientes es, entre otros, uno de los puntos más importantes para generar valor en el servicio y/o producto que se presta. El mejoramiento de la satisfacción de los clientes internos surte un profundo efecto sobre el modo en que la organización satisface los requerimientos de los clientes externos, también sobre la moral, la motivación interna y los resultados finales.

Lo que se pretende con este proyecto de investigación **“IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA CRM PARA LA ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE EN EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR LAMBAYEQUE – PRESTACIONES SOCIALES ESSALUD”** es conocer ese grado de satisfacción así como las percepciones de los clientes de la organización en cuestión, las cuales serán el punto de partida para el mejoramiento de este importante eslabón que es el marketing, lo cual se verá reflejado directamente en el cumplimiento de los objetivos comerciales y en la consiguiente toma de decisiones.

En el capítulo I, se menciona la realidad problemática relacionada al tema yendo desde lo más general a lo más específico; contiene también la formulación del problema, la justificación, los objetivos que se esperan lograr y las limitaciones encontradas durante la investigación realizada. El capítulo II, presenta los antecedentes de estudio a nivel de base teórica, que está constituida por la información tomada de libros, revistas, internet, entre otros medios, la cual guarda relación con la investigación realizada. En el capítulo III, se identifica las variables dependiente e independiente, se define la población, muestra, y la hipótesis a plantear. Se mencionan los métodos y técnicas utilizadas para la recolección de información y los instrumentos utilizados para ese mismo fin. En el capítulo IV, se ofrece el análisis y la creación del sistema CRM, utilizando la metodología XP, el lenguaje orientado a objetos Visual Net 2010 y el gestor de base de datos Sql Server 2008. En el capítulo V, se sustenta los indicadores propuestos y los objetivos alcanzados después de haber implementado el sistema antes mencionado.

## ABSTRACT

Every organization should be focused on the customer, since it is who runs the business and who sustains it. In today's business world, know the satisfaction, perceptions and expectations of customers is, among others, one of the most important points to generate value in the service and / or product being provided. Improved internal customer satisfaction takes a profound effect on how the organization meets the requirements of external customers, including on morality, internal motivation and final results.

The aim with this research project "**CRM IMPLEMENTATION OF A SYSTEM FOR THE MANAGEMENT OF CUSTOMER RELATIONS IN THE CENTER FOR OLDER LAMBAYEQUE - ESSALUD BENEFITS**" is to know the degree of satisfaction and customer perceptions of the organization in question, which will be the starting point for the improvement of this important link, which is marketing, which will be reflected directly in meeting business objectives and the subsequent decision making.

In Chapter I, actually mentioned the problems related to the theme going from the most general to the most specific and also contains the problem formulation, justification, objectives expected to be achieved and constraints encountered during the research. Chapter II presents the background to study theoretical level, which consists of information taken from books, magazines, internet, among other means, which is related to the research. In Chapter III, identifies the dependent and independent variables, we define the population, sample, and pose hypotheses. Mentioned methods and techniques used for data collection and instruments used for the same purpose. Chapter IV provides the analysis and the creation of the CRM system using the XP methodology, object-oriented language Visual Net 2010 and the database manager Sql Server 2008. In Chapter V, the proposed indicators is sustained and the objectives achieved after implementing the above system.