



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN
DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL
CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN,
CAJAMARCA, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN**

Autor (es):

Bach. Martinez Cordova Anali

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3035-9001>

Bach. Tantalean Cabrejos Jose Ricardo Martin

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6561-6477>

Asesor:

Dr. Córdova Chirinos José William

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2777-4041>

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú
2024**

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADO

TESIS

IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN, CAJAMARCA, 2021

Asesor (a): Dr. Córdova Chirinos José William

Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. Mego Núñez Onésimo
Nombre completo

Secretario (a): Dr. García Yovera Abraham José
Nombre Completo

Vocal (a): Dr. Villanueva Calderón Juan Amilcar
Nombre Completo



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, son **egresados** del Programa de Estudios de **Administración** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE
EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN, CAJAMARCA, 2021

El texto de nuestro trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

MARTINEZ CORDOVA ANALI

DNI: 71592940

TANTALEAN CABREJOS, JOSE RICARDO MARTIN

DNI: 77575696

Pimentel, 08 de junio de 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedicamos a nuestros padres que son nuestro impulso y motivo para salir adelante en nuestra vida personal y universitaria, además va dedicado a nuestros profesores que nos han aportado sus valiosos conocimientos y buenos consejos en el transcurso de nuestros ciclos académicos hasta la actualidad.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros padres por el apoyo incondicional y los docentes por encaminarnos en nuestro proyecto de vida profesional y llegar a nuestros objetivos.

RESUMEN

La presente investigación titulada Implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021, tiene como objetivo: Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021. En la metodología de la investigación, es de tipo descriptiva-proyectiva, con diseño no experimental-transversal, cuya población estuvo conformada por los usuarios de Electro Oriente, donde la muestra está conformada por un total de 385 usuarios. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario. Los resultados obtenidos fueron: De los 385 encuestados, el 41.04%, respondió de acuerdo, mientras 58.96%, respondió totalmente de acuerdo, respecto a la pregunta ¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?. Se concluyó que: Implementar canales de atención digital, aprovechando las tecnologías de hoy en día, brinda tanto al usuario como a la empresa que la comunicación sea más efectiva y clara, y también de alguna manera la empresa está más cerca del cliente.

Palabras clave: Canales, atención digital, servicio al cliente.

ABSTRACT

The present investigation entitled Implementation of digital service channels to improve customer service in Electro Oriente - Jaén, Cajamarca, 2021, aims to: Propose the implementation of digital service channels to improve customer service in Electro Oriente - Jaén, Cajamarca, 2021. In the research methodology, it is descriptive-projective, with a non-experimental-transversal design. Whose population was made up of Electro Oriente users, where the sample is made up of a total of 385 users. The technique used was the survey and the questionnaire was used as an instrument. The results obtained were: Of the 385 respondents, 41.04% responded in agreement, while 58.96% responded totally in agreement, regarding the question, should Electro Oriente implement a WhatsApp channel with good performance to improve customer service?. It was concluded that: Implementing digital service channels, taking advantage of today's technologies, provides both the user and the company that communication is more effective and clear, and also in some way the company is closer to the customer;

Keywords: Channels, digital service, customer service.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
INDICE DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE FIGURAS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos Previos.....	17
1.3. Teorías Relacionadas al Tema	24
1.4. Formulación del Problema	35
1.5. Justificación e Importancia del Estudio	36
1.6. Hipótesis.....	37
1.7. Objetivos	37
1.7.1. Objetivo General.....	37
1.7.2. Objetivos específicos.....	37
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	38
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	38
2.2. Población y muestra	39
2.3. Variables y Operacionalización.....	40
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	45
2.5. Procedimiento de análisis de datos	46
2.6. Aspectos éticos	47
2.7. Criterios de Rigor Científicos	48
III. RESULTADOS	49
3.1. Resultados en tablas y figuras.....	49
3.2. Discusión de resultados.....	65
3.3. Aporte práctico:	68
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
4.1. Conclusiones.....	84
4.2. Recomendaciones.....	85
REFERENCIAS	87
ANEXOS	92

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	39
Clientes de la empresa Electro Oriente enero a mayo 2021	39
Tabla 2	42
Operacionalización de variable independiente	42
Tabla 3	43
Operacionalización de variable dependiente.....	43
Tabla 4	49
¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?	49
Tabla 5	50
¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?	50
Tabla 6	51
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?	51
Tabla 7	52
¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?	52
Tabla 8	53
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?	53
Tabla 9	54
¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?	54
Tabla 10	55
¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?	55
Tabla 11	56
¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?.....	56
Tabla 12	57
¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?	57
Tabla 13	58

¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?	58
Tabla 14	59
¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?.....	59
Tabla 15	60
¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?	60
Tabla 16	61
¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?	61
Tabla 17	62
¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?	62
Tabla 18	63
¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?	63
Tabla 19	64
¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?	64
Tabla 20	72
Estrategia – Implementación de una plataforma tecnológica sólida que permite la integración de múltiples canales, como chat en línea, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones móviles.	72
Tabla 21	73
Presupuesto	73
Tabla 22	74
Estrategia – Utilización de soluciones de software de atención al cliente que ofrecerán una visión unificada de la información del cliente a través de todos los canales.....	74
Tabla 23	74
Presupuesto	74
Tabla 24	75
Estrategia – Centralización de la información del cliente en una base de datos única y accesible para todos los canales.	75
Tabla 25	75

Presupuesto	75
Tabla 26	77
Estrategia – Ofrecer capacitación específica en la redacción de correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales.	77
Tabla 27	78
Presupuesto	78
Tabla 28	79
Estrategia – Establecer un programa de actualización regular para mantener al personal informado sobre las últimas tendencias y tecnologías en el servicio al cliente digital.....	79
Tabla 29	79
Presupuesto	79
Tabla 30	80
Estrategia – Fomentar la participación en cursos en línea y eventos relacionados con el servicio al cliente digital.	80
Tabla 31	81
Presupuesto	81
Tabla 32	82
Presupuesto	82

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	49
¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?	49
Figura 2	50
¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?	50
Figura 3	51
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?	51
Figura 4	52
¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?	52
Figura 5	53
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?	53
Figura 6	54
¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?	54
Figura 7	55
¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?	55
Figura 8	56
¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?	56
Figura 9	57
¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?	57
Figura 10	58
¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?	58
Figura 11	59
¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?	59
Figura 12	60

¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?	60
Figura 13	61
¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?	61
Figura 14: ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?	62
Figura 15	63
¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?	63
Figura 16	64
¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?	64

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

1.1.1. *Contexto Internacional*

Blanchar (2021) asevera, en el Ayuntamiento de Barcelona – España, los vecinos y comerciantes han sufrido cortes de luz debido a que las compañías eléctricas no están subsanando de oficio por la falta de suministro; dicho Ayuntamiento ha creado, un servicio para asesorar y ayudar a exigir sus derechos, igualmente, a mediados del mes de enero la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, exigió a Endesa el fin de los cortes.

Manero (2021) precisa que, en el contexto de la pandemia La Covid-19, en la urbe de México, se volvió habitual que las empresas terminen con una experiencia negativa en lo que corresponde el servicio al cliente, debido a que los colaboradores de las compañías, no han sido capacitados para atender a los clientes a través de los recursos digitales, no tienen entendimiento exacto del producto, no saben escuchar, y carecen de empatía, las empresas carecen de protocolos y políticas de atención virtual al cliente, además, que la mayoría de clientes optan por la atención presencial, por las ventajas que esta particularidad brinda; con la venida de la pandemia La Covid-19, impuso a que gran parte de las empresas, implementen sus canales digitales para la atención al usuario, todo ello, teniendo como objetivo de satisfacer los requerimientos y/o necesidades de los usuarios.

CincoDías (2020) comunica que, en Madrid, España, la atención en las oficinas de la empresa eléctrica Iberdrola de España, quedó detenida con la entrada del estado de emergencia a efecto del virus de la COVID 19, provocando que los clientes no paguen puntualmente, no les sean atendidos sus reclamos, por lo que para solucionar este problema, la empresa en los últimos dos meses, ha intensificado la atención en sus canales digitales y telefónicos con el propósito de seguir atendiendo a sus clientes de forma virtual.

Albán (2017), en la investigación realizada acerca de empresa Corporación Romero Hnos – Jursapats Cia. Ltda., la cual es una empresa reconocida a nivel de distribución, venta y servicio de taller técnico y automotriz, con su especialidad en la parte eléctrica de los vehículos. Con un escaso uso de tecnologías del tipo que se describe en el párrafo anterior, y ciertos problemas por resolver enfocados hacia el área de taller. Lo que se pretendió con este trabajo es innovar e implementar una herramienta con características web, que permita gestionar adecuadamente la interacción cliente y empresa en el área del taller; proporcionándoles un sistema para reserva de citas y gestionar las aperturas y cierres de órdenes de trabajo, con la finalidad de mejorar la atención.

Luna (2019), nos dice en su investigación, que hoy en día muchos gobiernos están cambiando la forma en que interactúan con los ciudadanos sobre la base de prácticas innovadoras y tecnológicas que desafían la fragmentación tradicional, la complejidad y las debilidades administrativas de la prestación de servicios públicos. De esta manera, con esta investigación se pretende conducir a la implementación de nuevas prácticas para el gobierno, donde sea a través del gobierno digital el impulso para mejorar los servicios, mediante tres pilares: integrar, simplificar y gestionar.

1.1.2. Contexto Nacional

Valera (2020) en su estudio ejecutado en la capital, Lima, nos da a conocer que, la cuarentena obligatoria impuesta por el Gobierno a causa de pandemia La Covid19, obligó a que las empresas de distribución eléctrica cierren sus oficinas de atención al público, para posteriormente dar paso a la atención mediante medios virtuales. Todas las empresas tienen una página web con toda la información necesaria respecto a la entidad, además, algunas empresas eléctricas han puesto a disposición de sus usuarios algunas aplicaciones de comunicación (como WhatsApp) para facilitar la comunicación, a la vez han implementado el pago online de los recibos.

Artica (2020), en una investigación efectuada en Huancayo, se evidenció que Electrocentro S.A., pese al incremento continuo de su clientela, ha enfrentado dificultades para ofrecer un servicio eficaz, particularmente en aspectos básicos que generan largas esperas y descontento entre sus usuarios. Estas deficiencias se manifiestan en insatisfacciones con el servicio, demoras para consultar recibos, facturación y puntos de pago. A pesar de que la compañía ha establecido una línea telefónica para estas consultas, muchos clientes no la utilizan, optando por acudir personalmente a las oficinas, lo que agudiza el problema de las esperas. Ante esta situación, Artica sugiere la creación de una plataforma digital, específicamente una aplicación que permita a los clientes gestionar sus inquietudes rápidamente a través de un asistente virtual en Facebook Messenger, usando dispositivos móviles o computadoras.

Andina (2019) en su artículo en la ciudad de Lima, informa que, la viceministra de Electricidad, Patricia Elliot, resaltó el empeño que fomentan las compañías del estado para mejorar la imagen y percepción respecto a la calidad del suministro y servicio eléctrico, dichas empresas se dedican a la implementación y ejecución de procedimientos estratégicos, para que la eficacia y eficiencia operativa lograda en la atención de la prestación del suministro eléctrico se vea manifestada de forma positiva para la empresa en la apreciación del servicio por medio de los consumidores finales.

Diario Gestión (2018) en la noticia publicada en la ciudad de Lima, nos informa que las empresas eléctricas requieren adoptar prácticas de las compañías tecnológicas para subsistir. Esto quiere decir, que este rubro de servicio desea implementar medios de comunicación virtual para mejorar el servicio en el suministro dirigido a los usuarios, mediante el uso de celulares y otros dispositivos tecnológicos que permitan atender requerimientos previamente solicitados.

Según un estudio desarrollado en Lima por Balarezo y Gálvez (2022), Perú encabeza la lista de crecimiento en transacciones digitales en Latinoamérica, experimentando un auge del 663% en 2020. Este notable

aumento motivó a numerosas empresas a modernizarse e integrar pagos electrónicos a sus procedimientos habituales. A modo de ejemplo, Luz del Sur lanzó una plataforma web y una aplicación para dispositivos inteligentes. No obstante, los resultados no alcanzaron las expectativas previstas, desencadenando problemas como demoras en el abono de facturas, morosidad, cortes de servicio y periodos prolongados de facturación. Es crucial establecer una conexión eficiente entre la compañía y sus clientes para mejorar estos índices. Un sistema digital que satisfaga las demandas de los usuarios en sus dispositivos móviles podría fortalecer el vínculo con la entidad.

1.1.3. Contexto Local

Electro Oriente, es una entidad enfocada a la generación, la transferencia, repartición y la mercantilización de energía eléctrica de tipo de servicio estatal o de libre convenio dentro de su área de autorización en las regiones de San Martín, Loreto, Amazonas y Cajamarca (Jaén y San Ignacio). Al presente, se ha reconocido que viene mostrando problemas de servicio al cliente, debido a que no cuenta con canales de atención digital para atender las solicitudes de los consumidores ante los requerimientos de muchos trámites, los mismos que se pueden realizar mediante un canal digital. Por tal motivo, la presente investigación valdrá, para diagnosticar las debilidades respecto al servicio al cliente e implementar los canales de atención digital para solucionar la mencionada problemática.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Contexto Internacional

Carrillo (2020) en su tesis denominada: “Estrategias de comunicación para incrementar el manejo de canales de atención virtual de la Mutualista Pichincha en la localidad de Riobamba”, Ecuador. Dicho trabajo se elaboró a través del paradigma cuantitativo y cualitativo. Tuvo como objetivo: Implementar estrategias que difundan la utilización de canales de comunicación virtual para atender a los clientes de la Mutualista Pichincha de Riobamba. La muestra usada fue a 360 usuarios. El instrumento empleado fue el cuestionario y la

técnica fue la encuesta. Los resultados mostraron: las personas que manejan el servicio virtual electrónico, lo evalúan de la siguiente manera: el 6% indica que casi siempre es eficiente, el 6% revela que a veces, el 4% que el servicio es eficiente, 4% casi nulamente y el 5% siempre. Se concluye que, es claro el bajo uso de los canales de atención virtual, por este motivo se priorizó la exigencia de realizar la oferta digital en los medios.

Luna (2019) en su tesis: “Evaluación de emplear las tecnologías de información en servicios y trámites gubernamentales en el país de México, Caso de estudio: Cajeros inteligentes implementando el gobierno digital”, México. La tesis es de tipo correlacional y el diseño no experimental-transversal. Su objetivo fue: convertir al estado en un ente competitivo y que aplique innovaciones mediante el uso de las Tics. La muestra fue 320 usuarios de cajeros. El instrumento utilizado para dicha tesis fue el cuestionario, y como técnica, la encuesta. Los resultados indican que, la utilización de tecnologías crea confianza en los ciudadanos, confianza en sus operaciones y seguridad en sus transacciones. Por último, se concluye, la presente investigación nos permitió conocer que los servicios que se brindan a través de los cajeros, optimizan el tiempo de entrega del servicio.

Albán (2017) en su tesis denominada “Plataforma Web-Móvil para el Servicio al Usuario en el Área de Taller de la Empresa Corporación Romero Hnos. Jursaparts Cia. Ltda.”, Ecuador. El tipo de investigación utilizada fue cuantitativa y cualitativa, se empleó la modalidad experimental. Su objetivo fue desarrollar una aplicación web-móvil, para la mejora del servicio al usuario en el área del taller de la Empresa Romero Hnos. Jursaparts Cía. Ltda. La muestra fue 338 personas. El instrumento utilizado fue, la entrevista y la observación; y como técnica se utilizó, la encuesta. Los resultados manifiestan que los usuarios prefieren obtener un turno a través de internet, asimismo califican como regular e inadecuada la atención de los empleados y el tiempo de espera en el taller respectivamente. Se concluye que las encuestas realizadas hacia los clientes y empleados de la institución establecen una prevalencia hacia un problema en

cuanto a la atención a los consumidores del despacho de la mencionada compañía.

Naranjo (2017) en su tesis titulada “Plataforma Tecnológica en la Nube y el Servicio al Cliente Externo e Interno de la Cooperativa Génesis de Babahoyo.”, Ecuador. Dicha investigación fue de tipo bibliográfica y de campo. El objetivo es desarrollar una Plataforma Cloud Computing para compartir información con los clientes la Cooperativa Génesis Limitada de la ciudad de Babahoyo. La muestra es de 364 personas. Las técnicas que se aplicaron son: la encuesta; también se realizó una entrevista. Los instrumentos y técnicas son: los cuestionarios y la guía de entrevistas. Los resultados exponen que los socios manifestaron que se usan servicios tecnológicos de calidad, además, se refleja que existen muy pocos servicios on-line y se deben incrementar para el beneficio de la cooperativa. Concluye que: el respaldo de información en la nube pública se convierte en una opción interesante para lo Cooperativa, porque garantiza el almacenamiento automático de la información en sitios distantes.

El artículo de investigación de Macías, Gonzáles y León (2022), titulado "Estrategias digitales en la administración para garantizar calidad y satisfacción del cliente en el sector ferretero ecuatoriano", aborda cómo las estrategias digitales en la administración pueden asegurar una mayor calidad y satisfacción del cliente en el mencionado sector. A través de un estudio cualitativo de carácter documental-bibliográfico, los autores revisaron fuentes en Google académico, revistas indexadas y bibliotecas universitarias de América Latina, seleccionando 8 de 23 publicaciones pertinentes. Las estrategias digitales se identificaron como esenciales para mejorar la calidad del servicio, con variadas conceptualizaciones, desde ser una nueva cultura organizativa hasta un medio para satisfacer al cliente. En conclusión, estas estrategias son fundamentales para que las empresas ferreteras ecuatorianas se mantengan competitivas y dinámicas en el mercado.

1.2.2. Contexto Nacional

Artica (2020) en su tesis “Implementación de un asistente virtual para la atención al usuario en la empresa eléctrica Electrocentro S. A. de Huancayo”. La mencionada investigación fue de tipo aplicativo, como objetivo, se planteó: Implementar un asistente virtual para la atención al usuario en la empresa Electrocentro Huancayo. La muestra estuvo conformada por 49 usuarios. El instrumento fue el cuestionario y la técnica la encuesta. Como resultados, se obtuvo: que un 77.6% de los usuarios están “muy de acuerdo” con la utilidad del Asistente Virtual. Se concluyó que el servicio que realiza webscrapping sobre la página de Electrocentro que es la que contiene los pasos para la realización de reclamos, el 77.6% de los usuarios encuestados calificó como “muy de acuerdo” cuando se les preguntó sobre de la utilidad de esta parte funcional de la aplicación.

Crovetto y Yupanqui (2020) en su tesis titulada: “La transformación digital de la Aduana peruana y sus consecuencias en el proceso de despacho aduanero de importación de las sucursales de aduanas de Lima y Callao durante el periodo Julio 2018- Julio 2020”, Lima, es una investigación de tipo cualitativa. Tuvo como objetivo: Comprender los resultados de la transformación digital de la aduana peruana en el proceso de despacho aduanero de importación de las sucursales de aduanas de Lima y Callao durante el periodo julio 2018 a julio 2020. La muestra estimada es de 20 empresas Como instrumento, se utilizó la entrevista, y la técnica empleada fue la de recolección de datos mediante entrevistas. Los resultados indican que, los entrevistados afirmaron que no fue necesario la obtención de plataformas virtuales y software, debido a que ya se viene usando softwares existentes. Concluye, que la transformación digital, sí influye de manera positiva en el proceso de despacho aduanero de importación de las sucursales de aduana de Lima y Callao durante el periodo julio 2018 a julio 2020, brindando mayor agilidad, simplicidad y facilidad en los trámites documentarios.

Marín, et. al (2020) en su trabajo de investigación: “Implementación de una herramienta digital para la optimización de procesos de gestión de recursos humanos”, Lima. Es de tipo correlacional y diseño no experimental. Tuvo como objetivo: Optimizar los procesos de gestión de recursos humanos a través de una herramienta digital. La muestra constó de 234 colaboradores. Se utilizó el instrumento del cuestionario, y la técnica fue una encuesta. Los resultados señalan: se identificó que el 52% de los trabajadores consideró que la implementación de una plataforma digital tendrá impacto en el agrado laboral, el 21% en la comunicación interna, el 20% en la productividad y el 7% en la fidelización. Se concluye, que el trabajo realizado ha permitido identificar la prioridad de tener herramientas sofisticadas en tecnológica para la aceleración de procedimientos.

Ruiz (2021) exploró en su tesis de maestría “La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020”. Lima., a influencia de la transformación digital en la gestión del servicio al cliente de empresas odontológicas del distrito de Miraflores durante 2020. La investigación, cuantitativa y de diseño no experimental, se basó en encuestas sobre transformación digital y gestión de servicio al cliente aplicadas a 35 empresas odontológicas, representando el 69% del sector. El estudio concluyó que la transformación digital tiene un impacto positivo en la gestión del servicio al cliente en estas empresas.

Donayre (2021) llevó a cabo una investigación "Los Canales Digitales y la Atención a los clientes del Money Market del Banco Interbank Tienda 408 Ica en el año 2019". sobre la relación entre los canales digitales y la atención a los clientes del Money Market del Banco Interbank Tienda 408. Esta tesis aplicada y descriptiva utilizó un diseño no experimental correlacional y el método científico para analizar a 309 clientes de una población total de 1580. Se emplearon dos cuestionarios: uno para evaluar el uso de los canales digitales y otro para la atención al cliente. Los resultados mostraron un fuerte vínculo entre ambas variables, evidenciado por un coeficiente de correlación r de Pearson de 0,858 y un p -valor de 0,000. Esto indica que, en 2019, los canales digitales

tenían una influencia significativa en la atención al cliente en dicha tienda del Banco Interbank.

1.2.3. Contexto local

Chávez (2020) en su tesis “Implementación de un plan de medios digitales y su impacto en las ventas en una empresa de consultoría, Cajamarca 2020”, investigó el efecto de la implementación de un plan de medios digitales en las ventas de una empresa de consultoría en Cajamarca durante el año 2020. La investigación, de carácter aplicado y cuantitativo, se enfocó en una sola empresa consultora del distrito. Se emplearon técnicas de revisión documental y observación para recopilar datos. Los hallazgos mostraron una relación positiva entre la implementación del plan de medios digitales y un aumento en las ventas. Además, se pudo identificar el perfil del cliente digital, lo que facilita la elección del canal adecuado para futuras campañas. Los resultados estadísticos, con un valor de Chi cuadrado entre 0,00 y 1,00 y una significancia menor a 0.05, confirmaron la correlación positiva entre el plan de medios digitales y las ventas en la consultora evaluada.

Rasco (2019) en su tesis titulada: “Implementación de una herramienta tecnológica Enterprise Resource Planning (ERP - Planificación de recursos empresariales) y su impacto en la gestión empresarial de la empresa C&M Cajamarca”. El tipo de investigación fue cuantitativa y el diseño fue pre experimental. Su objetivo fue: Determinar el nivel de impacto que causa la implementación de una herramienta tecnológica ERP en el modelo de gestión empresarial de la empresa C&M EIRL. La muestra constó de 8 personas, las cuales laboran en la empresa. Se utilizó como instrumento, la ficha de observación, y como técnica, la observación. Los resultados enuncian que, se tuvo un gran impacto, pues así lo indica un 63%, donde se principió a perfeccionar la toma de decisiones, además de reducir el tiempo en efectuar un reporte (10 minutos). Se concluye: La implementación de la herramienta tecnológica ERP Odoó tiene un impacto positivo en la gestión institucional de la

empresa, ya que se evidenció su dominio con la prueba de contrastación de Hipótesis t- student, pues se obtuvo un p igual a 0.00.

Membrillo (2018) en su tesis titulada: "Implementación de una plataforma virtual y su influencia en los círculos de interaprendizaje colaborativos en la I.E. San Ramón – La Recoleta – Cajamarca - 2017". El tipo de investigación fue aplicada, de diseño cuasi experimental. Tuvo como objetivo determinar de qué manera la implementación de la plataforma virtual Chamilo influye en los círculos de interaprendizaje colaborativos en la I.E. San Ramón – La Recoleta – Cajamarca – 2017. El muestreo fue no probabilístico, intencional. Como instrumento se utilizó, el cuestionario, y como técnica, la encuesta. Los resultados conseguidos muestran que, ha formado una influencia positiva adentro de los círculos de interaprendizaje colaborativos, motivo que brinda mayor producción, interaprendizaje a distancia, organización y reducción de tiempo. Como conclusión, deducimos que la implementación de la plataforma virtual Chamilo contribuyó de manera positiva en los círculos de interaprendizaje colaborativos de la I.E. San Ramón – La Recoleta – Cajamarca; teniendo como soporte, la validación de la hipótesis a través de la técnica de distribución chi cuadrado.

Culqui & Callao (2021) en su artículo de investigación publicado en la Revista Ñeque: "Gestión digital para la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A. – Jaén – 2021". Para realizar dicho artículo se utilizó un enfoque cuantitativo porque se alcanzaron datos numéricos, del mismo modo se consideró el diseño no experimental transaccional, con un estudio de tipo básica – propositivo. Para llevar a cabo la evaluación de la gestión digital y de la calidad de servicio, se aplicó el cuestionario validado por cinco profesionales con grado de doctor con amplia experiencia profesional, compuesto por 30 ítems con 05 opciones de respuesta en cada una de las interrogantes, siendo aplicado a 77 trabajadores de la EPS Marañón S.A. De dicha investigación se concluyó que la gestión digital, detalla deficiencias, siendo el principal factor la afectación directa a la calidad de

servicio en la atención que se brinda a los clientes de la EPS Marañón S.A. – Jaén.

Carhuanambo (2020), en su tesis titulada “Nivel de Digitalización de los Clientes de la Agencia principal del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Cajamarca, I trimestre del año 2019”, realizó una investigación descriptiva-aplicativa en el primer trimestre de 2019 para determinar el nivel de digitalización de los clientes de la agencia principal del Banco de Crédito del Perú en Cajamarca. La población de estudio consistió en 1512 clientes, y se seleccionó una muestra de 111 de ellos mediante un muestreo probabilístico por conglomerados. Para recopilar datos, se aplicó una encuesta de 30 preguntas distribuidas en diferentes dimensiones e indicadores. Posteriormente, los resultados se clasificaron en niveles alto, medio y bajo de digitalización, representados en tablas y gráficos. El principal hallazgo fue que el 86.5% de los clientes encuestados poseen un alto nivel de digitalización en el mencionado período y locación.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. *Canales de Atención Digital*

Jiménez (2016) revela que, un canal de atención digital es una fuente o conjunto de medios que mediante redes de datos proporciona una información concreta con el público, además contiene diferentes mecánicas y dinámicas en su funcionamiento.

Asimismo, se consideran tres elementos básicos:

Tiene que estar orientado a la comunicación: Específicamente la finalidad de este aspecto es generar participación comunicativa entre los grupos de personas para identificar sus necesidades, gustos e inconvenientes con algún producto o servicio.

Se realiza a través de las redes de datos: es el conjunto de equipos y medios físicos que admiten la comunicación e intercambio de datos ejecutados por distintos usuarios que se encuentran lugares distantes.

Tienen sus propias mecánicas: existen canales de atención digital que ofrecen diversas ventajas, las cuales pueden ser: rapidez y flexibilidad; la seguridad y privacidad. Puesto que hay usuarios con determinadas exigencias que se diferencian de otros, por tal motivo las empresas y compañías se centran en estos aspectos para satisfacer lo que solicitan aquellas personas.

Por otro lado, Telematel (2017) Define el término de canales de atención digital como un canal especializado en atención al cliente, informar y ofrecer bienes o servicios. Todas estas acciones se realizan mediante artículos tecnológicos como son computadoras, celulares y tablets.

1.3.1.1. Tipos de Canales de Atención Digital

Según Lauria (2019), manifiesta que al momento que interactuamos mediante diferentes canales de atención digital, nos estamos amoldando continuamente con la tecnología en la actualidad, puesto que la mayoría de empresas de todos los rubros están optando por implementar plataformas de comunicación digital para brindar una mejor experiencia de venta y/o servicios a todos sus usuarios. Cabe resaltar que una de las aplicaciones de comunicación digital más usada en estos tiempos es el WhatsApp y WhatsApp Business cuya importancia es más notoria.

a. WhatsApp Business

Esta herramienta se caracteriza por cambiar tu número telefónico por una cuenta de tipo empresarial y darle un seguimiento a través del sistema operativo Android o de la misma aplicación de WhatsApp.

Ventajas de recurrir a WhatsApp como canal de atención al cliente

Mejía (2020), resalta que, al usar WhatsApp como un conducto para brindar importancia a la clientela, te brinda estos beneficios:

- **Interacción:** Esta herramienta te permite darle un control y seguimiento a todas las dudas y sugerencias de tus clientes respecto a tu producto o servicio, por lo cual puedes mejorarlo.
- **Efectividad:** Estamos en una sociedad en que el tiempo es lo primordial en la vida, por consiguiente, el uso de WhatsApp envía mensajes en chat de forma rápida que ayuda a resolver dudas e inconvenientes de los usuarios que solicitan tu producto o servicio.
- **Confirmación de lectura:** consiste en que el encargado del chat virtual reconoce cuando el usuario leyó un mensaje y viceversa.
- **Personalización:** es un canal de comunicación donde llega todo tipo de información requerida por el cliente o usuario directamente a su celular.
- **Flexibilidad de formatos:** se pueden enviar distintos archivos multimedia y grabaciones de voz que simplifican la interacción entre empresa y usuario.
- **Bajo costo:** WhatsApp se caracteriza por tener un costo más bajo a comparación de otros canales digitales.
- **Grupos y listas de difusión:** cuando la empresa necesita comunicar promociones o algún otro tipo de información a diferentes grupos de preferencia, usa estas listas de difusión para que los mensajes lleguen directamente a los grupos seleccionados.
- **WhatsApp en PC:** WhatsApp posee esta función que es muy importante para que las personas aprovechen su tiempo trabajando desde una computadora o laptop si no tienen al alcance otro dispositivo.

Procedimientos para plantear una táctica de atención al cliente en WhatsApp

- **Instalar la App WhatsApp para Empresas y atribuya un número y celular:** El primer proceso es adquirir una tarjeta SIM seguido de un smartphone para empezar a brindar un servicio.
- **Delimitar horarios de atención en WhatsApp:** Establecer horarios establecidos en la aplicación para que los clientes o usuarios se den cuenta y organicen su tiempo para realizar sus consultas o reclamos.
- **Instale WhatsApp para PC:** Esta función se caracteriza en que debe haber una persona encargada específicamente de atender por WhatsApp desde una computadora, la cual debe estar al pendiente de todos los requerimientos de los clientes y sobre todo, tener un acceso más rápido a todo tipo de información que los clientes quieran conocer.
- **Establecer una serie de preguntas habituales y sus contestaciones para la atención en WhatsApp:** Se deben instituir un grupo de interrogaciones y contestaciones relacionadas a las necesidades o dudas más frecuentes de los clientes. Esto permite responder de forma automática a las consultas y por consiguiente habrá un mejor seguimiento de la información obtenida para las aplicarlas dentro de la empresa y optimizar la calidad de atención.
- **Concrete los perfiles de las respuestas para la atención en WhatsApp:** Deben usarse perfiles distintos con el propósito de explicar y orientar a los clientes; como, por ejemplo: elaborar una infografía digital, videos tutoriales, etc.
- **Hacer marketing de su canal de atención al cliente:** Informar a los clientes la presencia de su canal de atención virtual de WhatsApp en diferentes medios: Redes sociales, páginas webs, blogs webs puntos de venta y zonas comerciales.

b. Twitter

Esta red social funciona muy bien dentro de la comunicación digital, puesto que se caracteriza por su forma simplificada de uso, respuestas directas y contenido múltiple que es compartido. Sin embargo, hay muchas personas

que desconocen el uso de esta red social debido a que no le dan mucha preferencia o consideran que no es de su gusto.

c. **Teléfono**

Es uno de los canales más usados y comunes desde hace muchos años. Las personas tienen mucha preferencia en el uso de esta canal, ya que consideran que es una comunicación directa y más sencilla.

d. **Correo Electrónico**

Su uso está más relacionado a las actividades empresariales e institucionales porque permite el intercambio de documentos de diversos tipos como Word, Excel, etc.

1.3.1.2. Las Tres Dimensiones de los Canales de atención digital

De acuerdo a New Relic (2019) agrupa los canales de atención digital en 3 dimensiones, asimismo determina los indicadores:

- a. **Disponibilidad:** un canal de atención digital se caracteriza por tener una buena accesibilidad sin inconvenientes de espera para el usuario. Lo principal es que el canal esté disponible la mayoría de horas, de tal manera que se le tome importancia a los tramites y diversas funciones que deben efectuar los usuarios y clientes.

Indicadores

- **Verifique el rendimiento del navegador:** esta función debe ser atendida continuamente en las herramientas que componen el buen funcionamiento del canal de atención digital.
- **Configure alertas de disponibilidad:** deben establecerse alertas de seguridad cuando no se pueda ingresar a una URL.
- **Rastreo de los contratos de grado de asistencia (SLA) de tiempo de actividad:** esto se efectúa mediante herramientas que graban

automáticamente el tiempo que una persona permanece en determinada página web o canal de atención digital.

- b. Funcionalidad:** se basa en brindar un buen funcionamiento en los datos de los usuarios para que realicen operaciones sin ningún inconveniente en el canal digital.

Indicadores

- **Verifique que las acciones clave del usuario funcionen correctamente:** Esto es importante para que el cliente se dé cuenta cuando una función del canal de atención este fallando para que la empresa solucione el problema y continúen realizando movimientos dentro del canal con continuidad.
 - **Configure la funcionalidad y las alertas de error:** deben establecerse alertas de error y funcionalidad en cada plataforma, de tal manera que se reporten automáticamente las falencias que presentan los usuarios al ingresar desde otra ubicación.
- c. Velocidad:** en la actualidad, la velocidad es importante para las personas, tener una buena velocidad en los canales de atención virtual es determinante en el éxito de las organizaciones y beneficioso para los clientes.

Indicadores

- **Triage los tiempos de carga de la interfaz:** suelen haber herramientas que componen el canal de atención virtual, que algunas veces presentan lentitud en la carga de información que llevan a cabo diferentes usuarios, ello se debe las zonas de cobertura donde la velocidad no es la misma. Por tal motivo se deben identificar las herramientas que tienen estas deficiencias y mejorarlas para una mejor experiencia.
- **Detecte si hay algún problema de lentitud de JavaScript de terceros:** Es muy habitual que suceda estos inconvenientes en páginas web, por

ello deben identificarse si existen paginas relacionadas que usan los clientes en sus transacciones y otros movimientos que pueden desacelerar la velocidad de un canal de atención virtual.

- **Configure alertas de velocidad de carga de la página:** Se relaciona generalmente con el tiempo de respuesta que genera el canal de atención virtual respecto a las dudas e inconvenientes de sus clientes.

1.3.1.3. Mejores Prácticas para Atención al Cliente en Canales Digitales

Bridge (2020) en su estudio aplicado a la empresa McKensey and Company, basándose en los resultados, indica que un buen servicio digital aumenta en un 33% la satisfacción de los clientes y puede reducir hasta un 35% el costo de dirigir esa atención.

- **Dar importancia al Canal Telefónico:** este servicio de comunicación es practicado por las personas desde años anteriores y por ende es el más común y de relación rápida y directa, sin embargo, deben implementarse métodos más rápidos que mejoren el servicio al cliente.
- **Seleccionar e implementar al Recurso Humano:** como sabemos el talento humano es la base para un buen funcionamiento coordinado con el fin de alcanzar objetivos trazados. El talento humano tiene que estar capacitado continuamente para ejecutar buenas acciones y tomar las decisiones correspondientes para brindar una mejor experiencia de atención al cliente.
- **Aplicar seguidamente de manera importante:** Deben implementarse nuevos canales de atención digital, ya que es buena estrategia de comunicación con los clientes de tal manera que se solucionen sus inconvenientes.
- **Seleccionar los Canales Adecuados y/o Relevantes para mi Empresa/Producto/Servicio:** se deben identificar cuáles son los canales de atención digital adecuados para cada cartera de clientes.
- **Establecer estratégicamente Horarios de Atención y Ofrecer Alternativas:** Es de mucha importancia de presentar horarios adecuados respecto a las solicitudes y necesidades de los clientes.

- **Entablar Acuerdos de Servicio (SLA) para cada Canal y Tipo de Requerimiento:** Las empresas con las industrias deben concretar medidas de atención al cliente, por lo cual se proponen estándares para brindar una buena experiencia y generar un valor agregado a la empresa que cumple con estas medidas.
- **Establecer Metodologías adecuadas para Calificar el Servicio:** proponer metidos de evaluación por parte de los clientes hacia el servicio, por ejemplo: realizar unas breves preguntas después de la comunicación, aplicar un pequeño cuestionario respecto a la atención recibida.
- **Pensar en Omnicanalidad:** Es fundamental para saber cuál es el medio de comunicación más usado por los clientes, por lo cual la empresa opta por relacionarse con él a través de ese canal.
- **Optimizar la Experiencia Móvil:** Las empresas deben mejorar constantemente su funcionamiento, específicamente en el tiempo de carga de las páginas las cuales originaron más de una queja o mala experiencia a los clientes.
- **Implementar un Tipo de Procedimiento:** un modelo de gestión para medir y evaluar todos los aspectos que componen el canal de atención digital.
- **Mejorar paulatinamente:** La atención al cliente es una figura importante, pues mejora la reputación de las empresas, por eso se recomienda que las organizaciones innoven en sus canales de atención digital.

1.3.2. Servicio al Cliente

Douglas (2020) manifiesta que el servicio al cliente, es una herramienta de publicidad con el objetivo de relacionarse con clientes y darle un seguimiento antes, durante y en la postventa.

Como objetivo, se menciona que el bien o servicio llegue a tiempo al público objetivo y cumpla con los requisitos respectivos.

Questionpro (s.f.) explica, que el servicio al cliente se compone de factores los cuales son: la compra de bienes o servicios antes, durante y en la postventa.

Cabe resaltar que un buen servicio al cliente se caracteriza por identificar y anticiparnos en las futuras necesidades de los clientes, dirigiendo estrategias que mejoren la calidad de los bienes o servicios.

1.3.2.1. Importancia del Servicio al Cliente

Douglas (2020) manifiesta en la entrevista realizada al vicepresidente ejecutivo de American Express, Raymond Joabar, que la atención al cliente se centra en completar las expectativas, satisfacer los requerimientos y establecer estrategias comerciales.

Asimismo, Douglas (2020) aclaró que, después de tener una buena experiencia con el cliente, un 77% de ellos recomienda con buenas referencias a otros grupos de clientes.

1.3.2.2. Elementos del Servicio al Cliente

Continuando con Douglas (2020), manifiesta que los siguientes elementos conforman y hacen viable la prestación del servicio:

- **El cliente:** Es el elemento básico, sobre el cliente se centra este servicio, por cual la finalidad es otorgarle al cliente productos y servicios innovadores y de buena calidad.
- **El producto o servicio:** en este elemento van establecidos las características ya conocidas, como son: el precio, contenido, etiqueta, envase y calidad.
- **Los procedimientos:** Están relacionados con todos los canales de atención digital dirigidos a los grupos de clientes para que se conozcan los beneficios de los productos y servicios.

- **Las instalaciones:** Si lo enfocamos en el aspecto virtual, se compone por la velocidad de carga, tiempo de carga, tiempo de respuesta, buena interfaz para la visibilidad, etc.
- **La tecnología:** Componen todas las herramientas que ponen a disposición las compañías a sus clientes, de tal manera que ayudan a agilizar las gestiones y diversos trámites.
- **La información y la comunicación:** Se entiende por la claridad, amabilidad y la atención oportuna que brindan las empresas a sus clientes.
- **El prestador del servicio:** Hace referencia a los trabajadores y representantes de las empresas que deben ofrecer una atención cortés y personalizada a los consumidores con el fin de dirigirle información requerida o a solucionar dudas y problemas.

1.3.2.3. Dimensiones e indicadores de servicio al cliente

Según Zaragoza (2015), considera 5 dimensiones del servicio al cliente:

- Elementos Tangibles (tangibilidad):** Son todos los aspectos físicos que se tienen en el local de atención, por lo cual los clientes conocen cuando iban de forma presencial.

Indicadores

- **Personal:** se refiere a la apariencia física de los trabajadores, o sea si están vestidos correctamente presentando una buena presencia.
 - **Infraestructura:** se refiere a la conservación y estados de los muebles y enseres, los cuales son escritorios, elementos de oficina y otros inventarios.
 - **Objetos:** Son todos los materiales que usa la empresa para hacer publicidad, por ejemplo: folletos, volantes, afiches, etc.
- Confiability (fiabilidad):** Es la cualidad que presenta el trabajador para inspirar confianza en el cliente.

Indicadores

- **Eficiencia:** Solucionar los problemas o averías del servicio de manera rápida y oportuna, además pregunta al usuario si tiene otra inquietud con el servicio con el fin de arreglar otro desperfecto.
 - **Eficacia:** Se centra únicamente en brindar correctamente el servicio a los usuarios.
 - **Efectividad:** Dirigir el servicio a través de un progreso planeado apropiadamente para satisfacer las expectativas de los clientes.

 - **Repetición:** consiste en certificar la calidad del servicio y realizar un buen arreglo y seguimiento, esto produce buena impresión al cliente.
 - **Problemas:** Cuando pasan problemas producidos por el propio usuario, el trabajador de la empresa tiene que ser comprensivo y darle solución de buena forma al problema.
- c. **Capacidad de respuesta:** Es el tiempo oportuno donde los trabajadores emiten una respuesta para atender la solicitud del usuario.

Indicadores

- **Espera:** Se relaciona específicamente en el tiempo de espera del usuario para recibir una atención por parte de la empresa. Se recomienda que la espera no demore mucho tiempo para generar buena impresión hacia los clientes o usuarios.
- **Inicio y terminación:** los servicios deben caracterizarse por cumplir exactamente con los horarios definidos.
- **Duración:** tiene relación con el tiempo real del servicio y las expectativas del tiempo de servicio que tiene los clientes. Para ello es necesario medir los tiempos e identificar deficiencias.
- **Post servicio:** Se refiere al seguimiento que se aplica después del servicio otorgado, en esta parte se aplican métodos con el fin de obtener opiniones de los usuarios y así mejorar el servicio determinado.

- d. **Seguridad:** es la atención hacia los usuarios y/o clientes y las medidas de seguridad aplicadas hacia ellos.

Indicadores

- **Cortesía:** atender con buenos modales realizando preguntas que generen buena impresión.
 - **Servicialidad:** Es la disposición y las ganas que poseen los trabajadores para atender a los clientes.
 - **Competencia:** Contiene las capacidades intelectuales y prácticas que tienen los trabajadores con el fin de realizar los pedidos de los clientes.
 - **Credibilidad:** El comportamiento y la manera de atención de los trabajadores generan buenas relaciones con los clientes, lo cual proporciona confianza a los clientes para realizar diversos trámites.
- e. **Empatía:** brindar atención individual a los clientes.

Indicadores

- **Personalización:** es fundamental tener una atención personalizada con los clientes puesto que hay algunas personas que desconocen el manejo de funciones y el proceso de los trámites.
- **Conocimiento del cliente:** Para dar un buen trato a los clientes, se debe reconocer correctamente el perfil de ellos y descubrir sus necesidades.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿De qué manera la implementación de canales de atención digital mejorará el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?

1.4.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?

¿Cuáles son los canales de atención digital que viene aplicando Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?

¿Cómo será el diseño de la propuesta de canales de atención digital que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021?

1.5. Justificación e Importancia del Estudio

Es importante porque la entidad en estudio presenta inconvenientes respecto al servicio al usuario, relacionados a diferentes trámites comerciales, motivo que la atención para dichos trámites es presencial, gran parte de sus usuarios son de zonas rurales, y cuando necesitan realizar algún trámite tienen que acercarse hasta las oficinas que se encuentran en Jaén, San Ignacio, Bagua y Pucará, lo cual demanda de un gasto económico para nuestros clientes. En vista de ello, y contando con los avances tecnológicos hoy en día, se propone la implementación de nuevos canales de atención digital, para mejorar el servicio de atención al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca.

Justificación Teórica

El estudio de investigación se lleva a cabo utilizando las teorías concernientes a los canales de atención digital, las mismas que proveen las dimensiones e indicadores que se emplearán para dar solución al problema planteado. En tal sentido, la investigación será un antecedente para futuras investigaciones.

Justificación practica

Tiene justificación práctica, ya que la investigación planteará la implementación de canales de atención digital dirigido a usuarios que requieran realizar sus trámites usando los canales digitales (Aplicación del WhatsApp).

Justificación Metodológica

Para la recopilación de información de la investigación se aplicará una encuesta, que será validada por profesionales con amplia experiencia y experta en la materia, para obtener datos reales y confiables para el resultado de nuestros objetivos.

1.6. Hipótesis

H1: La implementación de canales de atención digital mejora el servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca 2021.

H0: La implementación de canales de atención digital no mejora el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

1.7.2. Objetivos específicos

Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

Diseñar una propuesta de canales de atención digital, que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación

Tipo: Descriptiva: Según Tamayo y Tamayo (2006), el tipo de investigación descriptiva, abarca la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, lo cual da a entender que es una técnica científica que involucra observar y representar el o los objetos en estudio sin repercutir sobre ellos.

Tipo: Proyectiva: Según Hurtado (2010) señala que la investigación es proyectiva porque radica en plantear un plan o una propuesta de mejora para darle solución a una problemática determinada.

Palella y Martins (2010) indican que “lo proyectivo se aplica a todas las investigaciones que conllevan a diseños con el propósito de alcanzar mejoras significativas en determinadas situaciones donde se hallan deficiencias”.

El estudio es propositivo, puesto que se busca realizar acciones de mejora en las necesidades que presentan los usuarios de Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

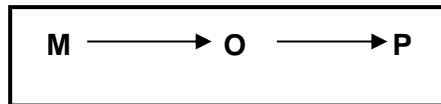
2.1.2. Diseño de investigación

No experimental de tipo transeccional o transversal: Hernández et al. (2003), precisa la investigación no experimental, como una investigación donde no se va a manipular las variables intencionalmente y su único fin es observar el panorama o el espacio.

Así mismo, un diseño no experimental de tipo transeccional o transversal, según, Hernández (2003), son los que recopilan datos en un momento determinado. Su objetivo es explicar variables y analizar su acontecimiento en diferentes situaciones.

Enfoque cuantitativo: Hernández et al. (2014), define al enfoque cuantitativo como secuencial y probatorio. Además, este enfoque mide diferentes fenómenos en diversos contextos, hace uso de la estadística, plantea una hipótesis y examina la realidad objetiva.

Según el tipo de investigación, el diseño es el siguiente:



Dónde:

M = Muestra

O = Observación

P = Propuesta

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Según Arias et.al (2016), la población de estudio es una adición de casos, determinado, establecido y viable, que establecerá el referente para el nombramiento de la muestra, y que acata con una orden de juicios establecidos.

Tabla 1

Clientes de la empresa Electro Oriente enero a mayo 2021

Mes	Clientes
Enero	126502
Febrero	126522
Marzo	126178
Abril	126055
Mayo	126604
Promedio	126372

Nota: Sistema ISCOM Electro Oriente S.A.

2.2.2. Muestra

Hernández y Carpio (2019) definen a la muestra como el subconjunto del universo o una parte representativa de la población, que está compuesta por unidades muestrales, que son las partes del estudio. Para extraer la muestra se aplicará la fórmula de una población finita:

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

N: Tamaño de la población = 126,372

E: Margen de error permitido = 5% (0.05)

Z: Nivel de confianza = 1.96

p*q: Probabilidad: (p=0.5; q=0.5)

$$n = \frac{1.96^2 \times 126,372 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2(126,372 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = 385$$

2.3. Variables y Operacionalización

2.3.1. Variable independiente: Canales de atención digital

Definición Conceptual

Telematel (2017) define a un canal digital como aquel que proporciona un servicio, informa o comercializa mediante una computadora o un celular.

Cabe resaltar que un canal digital se proyecta a obtener la omnicanalidad que se refiere en que las empresas deben estar disponibles a los requerimientos de sus clientes desde cualquier medio y en cualquier territorio.

Definición operacional

Esta variable se operacionaliza en tres dimensiones: Disponibilidad, Funcionalidad y Velocidad, las cuales ayudarán a verificar el rendimiento del navegador y la configuración de la funcionalidad en nuestra propuesta de implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio dirigido al cliente.

2.3.2. Variable dependiente: Servicio al cliente

Definición Conceptual

Según Serna (2006) informa que el servicio al cliente está enfocado al planteamiento de estrategias y tácticas que ejecutan las empresas para convencer al cliente de adquirir determinados bienes o servicios, asimismo realizarles un seguimiento después de sus compras.

Definición operacional

Esta variable se agrupa en cinco dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, los mencionados factores ayudarán a diagnosticar el nivel del servicio al cliente.

Tabla 2**Operacionalización de variable independiente**

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Canales de atención digital	Disponibilidad	Verifique el rendimiento del navegador	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?2. ¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?	Encuesta/cuestionario
	Funcionalidad	Configure la funcionalidad y las alertas de error	<ol style="list-style-type: none">3. ¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?4. ¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?	

Velocidad	Configure alertas de velocidad de carga de la página	<p>5. ¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?</p> <p>6. ¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?</p>
-----------	--	---

Nota: Elaboración propia

Tabla 3

Operacionalización de variable dependiente

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica/instrumento
Servicio al cliente	Elementos tangibles	Equipos Elementos de Señalización	<p>7. ¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?</p> <p>8. ¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?</p>	Encuesta/cuestionario

Confiabilidad	Eficiencia	9. ¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?
	Problemas	10. ¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?
Capacidad de respuesta	Inicio y terminación	11. ¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?
	Duración	12. ¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?
	Post servicio	
Seguridad	Cortesía	13. ¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?
	Servicialidad	
	Competencia	14. ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?
	Credibilidad	
Empatía	Personalización	15. ¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?
	Conocimiento del cliente	16. ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?

Nota: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnica

Se hará uso de la encuesta, la encuesta es definida por Zapata (2006, p. 189) como una serie de métodos dedicados a anexar, de manera ordenada, datos referentes a un tema o temas específicos concernientes a una población, por medio de comunicaciones directas o indirectas con los sujetos o grupo de sujetos que componen la población examinada.

La encuesta permitirá recopilar información respecto al problema de estudio, la misma que será proporcionada por los usuarios de la empresa Electro Oriente.

2.4.2. Instrumento

En el estudio se utilizará el cuestionario, según Zapata (2006, p. 195) expone que el diseño del cuestionario admite organizar una agrupación de asuntos que están en el planteo del problema, pero que clarifica las ideas, opiniones o suposiciones que posee el investigador.

El cuestionario de la investigación estará establecido de acuerdo a los componentes de los canales de atención digital y de la variable servicio al cliente, el cual ayudará a recopilar información para medir dichas variables, asimismo, estará dirigido a la población de estudio, con elecciones de contestaciones en escala Likert y un tiempo de aplicación de 10 a 15 minutos aproximadamente.

2.4.3. Validez

Según Hernández et al., (2000) la validez, en expresiones colectivas, se trata al nivel en que un instrumento precisa realmente la variable que ambiciona medir.

Según la definición, el cuestionario será expuesto a la validez según el juicio de expertos en la materia, es decir, bajo su conocimiento brindarán el

grado de conformidad que tiene el instrumento para medir lo que realmente se busca medir.

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento de medición se explica al nivel en que su empleo repetido al mismo sujeto u materia provoca desenlaces semejantes (Hernández et al., 2013; Kellstedt y Whitten, 2013; Ward y Street, 2009).

En la investigación, el cuestionario será sometido al Alfa de Cronbach, el mismo que ayudará a determinar la fiabilidad del instrumento para posteriormente ser aplicado a la población de estudio. Como juicio absoluto, George y Mallery (2003, p. 231) exhortan las sugerencias siguientes para calcular los coeficientes de alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa $>.9$ a 1 es excelente

Coeficiente alfa $>.8$ es bueno

Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable

Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable

Coeficiente alfa $>.5$ es bajo

2.5. Procedimiento de análisis de datos

Se utilizará dos herramientas: (el SPSS versión 25 y el Excel), las mismas que nos permitirán desarrollar el proceso de datos. El SPSS versión 25 nos ayudará a determinar la confiabilidad del instrumento y también a procesar los datos de manera ordenada. De otro lado, el Excel permitirá distribuir los datos en tablas y figuras para un mejor entendimiento.

2.6. Aspectos éticos

Los autores Noreña et al., (2012) sustentan que los investigadores han de llevar en cuenta criterios éticos al instante de hacer la investigación y para el posterior recojo de datos.

Consentimiento informado: El empleo del consentimiento informado reconoce a una ética kantiana donde las personas deben ser atendidas como un propósito en ellos y nunca como una vía para obtener algo. Los colaboradores del estudio deben estar conformes con ser informantes y deben saber tanto sus derechos como sus responsabilidades en la investigación.

Confidencialidad: Los caracteres de ética hacen importancia en la seguridad y defensa de la identificación de las personas que cooperan como unos comunicadores de la investigación. La confidencialidad apunta tanto al anonimato en la identidad de los individuos colaboradoras en el estudio, como a la reserva de la información que es expuesta por los mismos, por tal motivo, para conservarla se fija un número o un pseudónimo a los entrevistados.

Manejo de riesgos: Se comprometerá exponer a los informantes que los resultados de la investigación no crearán ningún daño institucional, profesional o personal a efectos de la información conseguida; en este sentido, debe estar manifiesto para el investigador que los descubrimientos del estudio no corresponderán ser manejados con desenlaces diferentes a los que anteriormente se han planeado.

Observación participante: La exploración del investigador en el campo de estudio involucra un compromiso ético por las consecuencias que pueden originarse de la relación social establecida con las personas. Esta tarea está estipulada por la penetración del investigador en la vida habitual de los colaboradores y por las particularidades de la indagación que reúne tanto de la situación como de los individuos.

2.7. Criterios de Rigor Científicos

Según Noreña et al., (2012) se agrupan dichos criterios:

Consistencia: Este juicio hace reseña a la persistencia de los datos. Para alcanzar la estabilidad de los datos se usan instrucciones determinados como son: la triangulación de investigadores, de métodos y de resultados; el uso de un evaluador exterior, y la representación minuciosa del progreso de reunida, estudios y comentario de los datos; conjuntamente, la táctica de paralelo firme que accede inspeccionar y confrontar los efectos procedentes con proposiciones anticipadamente expuestas. Dichos componentes afirman tanto la creencia como la seguridad.

Reflexividad: Designado asimismo imparcialidad u rectitud, bajo este juicio los resultados de la investigación deben avalar la autenticidad de los detalles efectuados por los participantes. La conformabilidad admite enterarse la función del investigador durante la labor de campo y reconocer sus capacidades y restricciones para verificar los probables criterios o apreciaciones que produce el acontecimiento o las personas colaboradoras.

Credibilidad: La información estadística y descriptiva simbolizará una proximidad a la realidad problemática de la empresa Electro Oriente respecto al canal de atención digital y servicio al cliente.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y figuras

Tabla 1

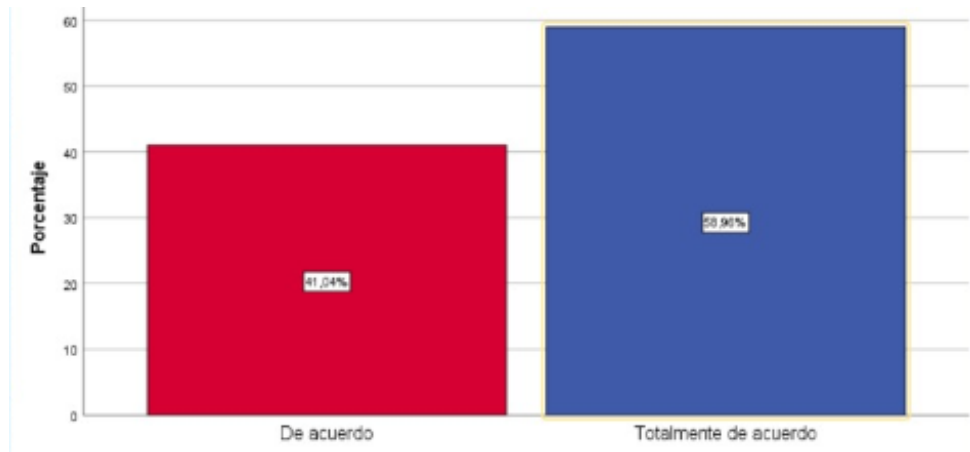
¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	158	41,0
Totalmente de acuerdo	227	59,0
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 1

¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?



Nota: De los 385 encuestados, el 41.04%, respondió de acuerdo, mientras 58.96%, respondió totalmente de acuerdo. Frente a ello, se manifiesta que en la actualidad los usuarios desean realizar trámites desde la comodidad de su hogar. Obtenido de la tabla 4.

Tabla 2

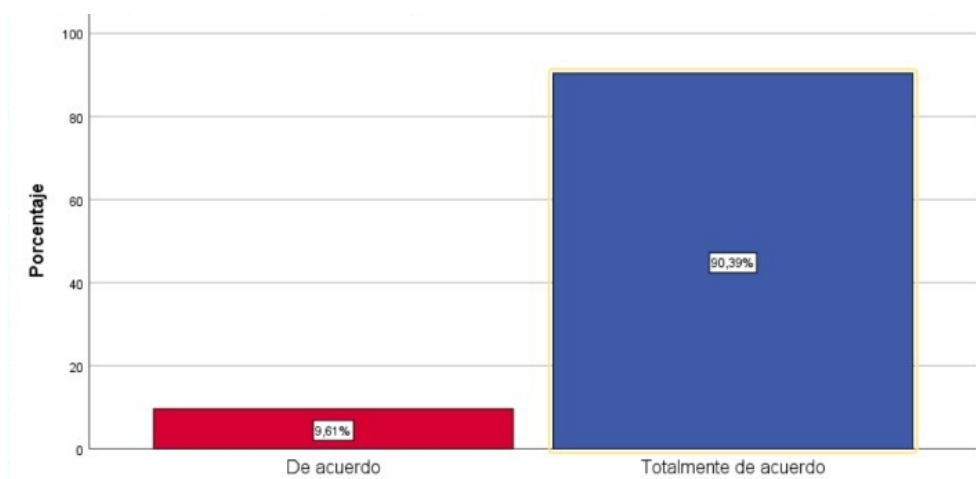
¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	37	9,6
Totalmente de acuerdo	348	90,4
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 2

¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 9.61%, respondió de acuerdo, mientras que un 90.39%, respondieron totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, los usuarios valoran el buen rendimiento de los canales de atención digital, para lograr una atención de calidad. Obtenido de la tabla 5.

Tabla 3

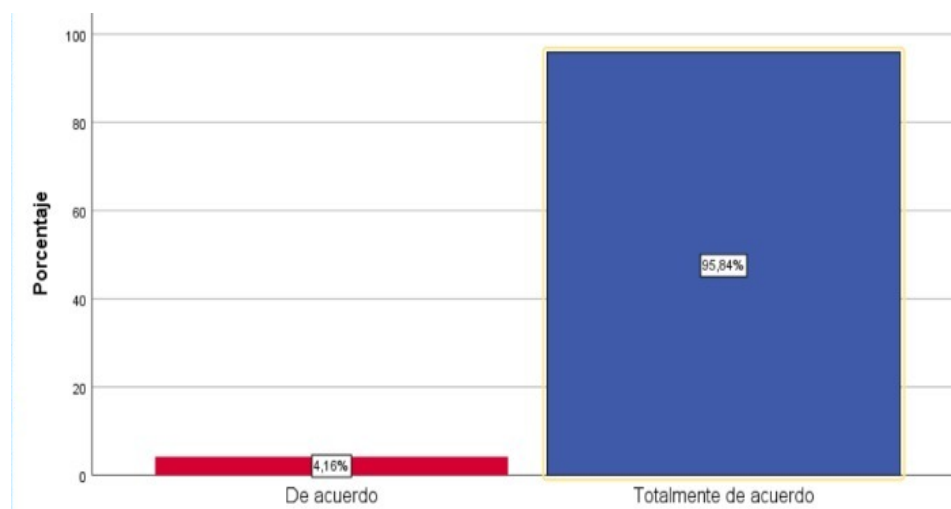
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	16	4,2
Totalmente de acuerdo	369	95,8
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 3

¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 4.16% respondió de acuerdo, mientras que el 95.84% respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, la expectativa de los clientes es alta, respecto al buen rendimiento del Internet para la correcta funcionalidad del Aplicación de WhatsApp. Obtenido de la tabla 6

Tabla 4

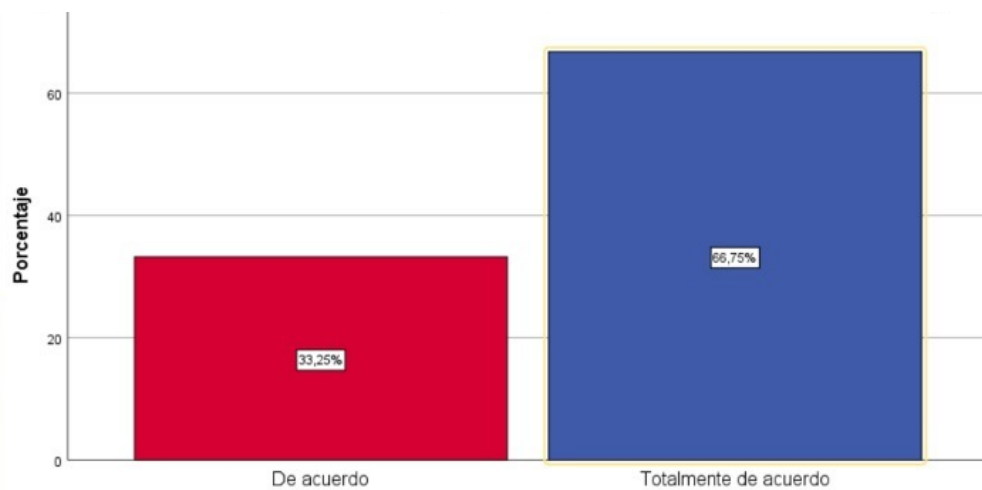
¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	128	33,2
Totalmente de acuerdo	257	66,8
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 4

¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, 33.25% respondieron de acuerdo, mientras que un 66.75% respondieron totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, los usuarios consideran importante añadir alertas que puedan avisar de un problema en la red, que pueda crear problemas la atención al cliente. Obtenida de la tabla 7.

Tabla 5

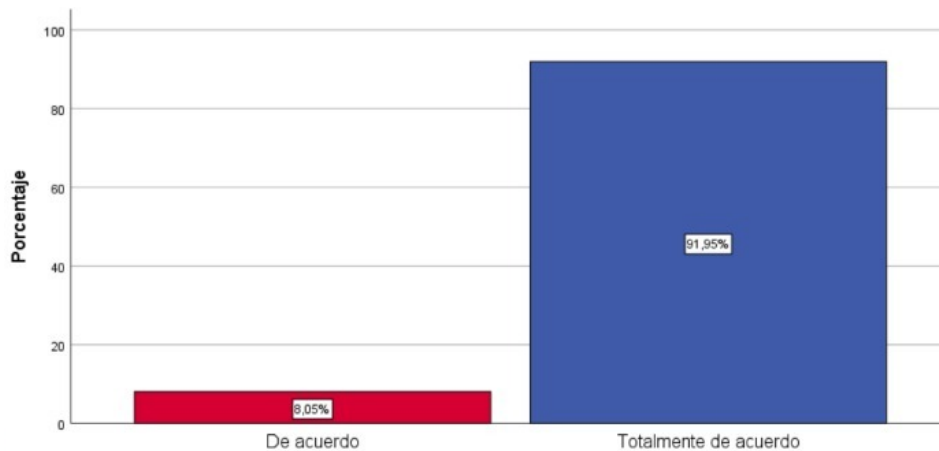
¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	31	8,1
Totalmente de acuerdo	354	91,9
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 5

¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 8.05% respondieron de acuerdo, mientras que un 91.95% respondió totalmente de acuerdo. Respecto a esta interrogante, el cliente valora de manera positiva que la empresa cuente con una buena velocidad de Internet para el buen funcionamiento y actualización de la Aplicación WhatsApp. Obtenida de la tabla 8.

Tabla 6

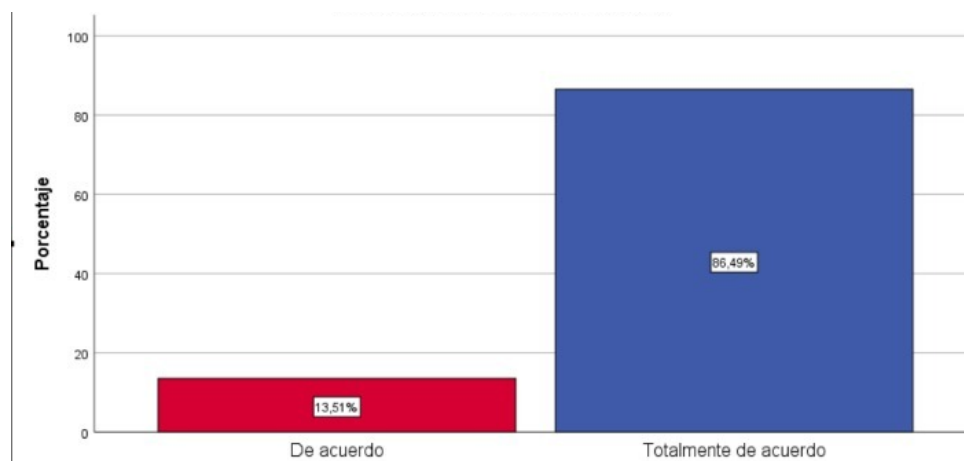
¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	52	13,5
Totalmente de acuerdo	333	86,5
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 6

¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 13.51% respondieron de acuerdo, mientras que un 86.49% respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, el cliente, califica de manera positiva, alertarlos sobre problemas con la Aplicación para conocimiento. Obtenido de la tabla 9.

Tabla 7

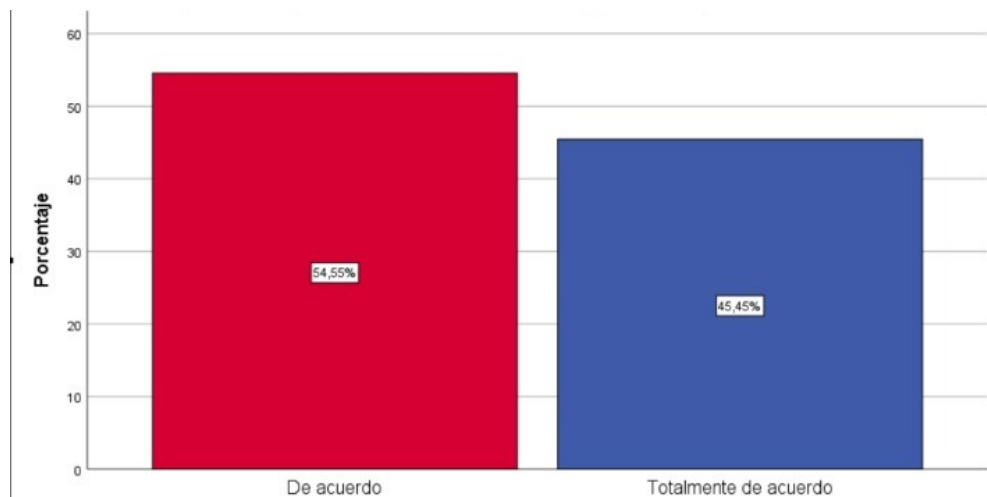
¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	210	54,5
Totalmente de acuerdo	175	45,5
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 7

¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 54.55% respondió de acuerdo, y un 45.45% respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, para el cliente es importante que Electro Oriente cuente con equipos modernos, lo que proyecta una buena imagen de la empresa. Obtenida de la tabla 10.

Tabla 8

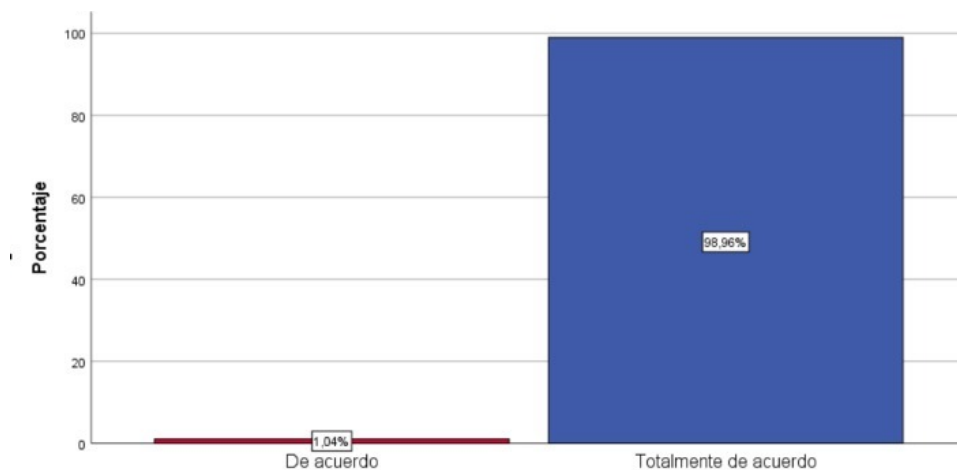
¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	4	1,0
Totalmente de acuerdo	381	99,0
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 8

¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 1.04% respondió de acuerdo, frente a un 98.96% que respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, se percibe la importancia que tiene para el usuario la señalización de las diferentes áreas de la empresa y también para casos de emergencia. Obtenida de la tabla 11.

Tabla 9

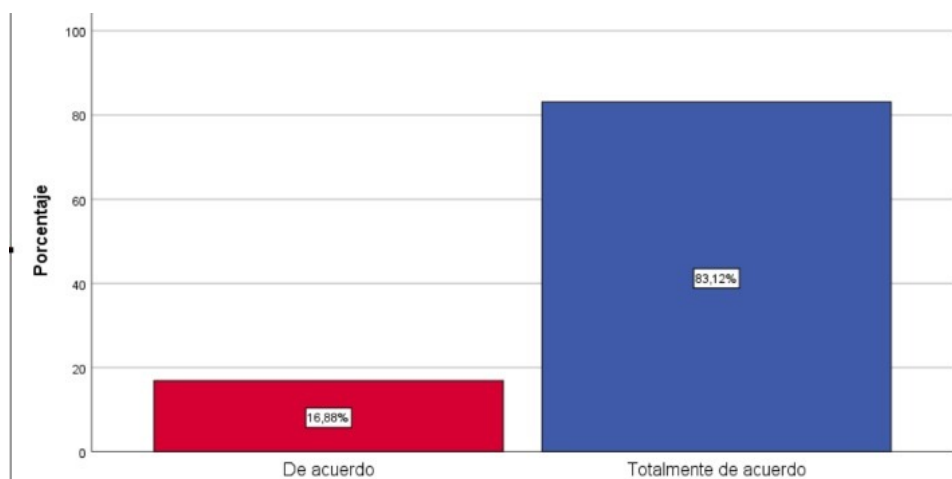
¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	65	16,9
Totalmente de acuerdo	320	83,1
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 9

¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 16.88% respondió de acuerdo, frente a un 83.12% que respondió totalmente de acuerdo. Respecto a dicha interrogante, podemos observar si bien es cierto un gran porcentaje tiene una buena percepción, hay que seguir trabajando para lograr el 100% de atención eficiente y eficaz, frente a las necesidades de los usuarios. Obtenida de la tabla 12.

Tabla 10

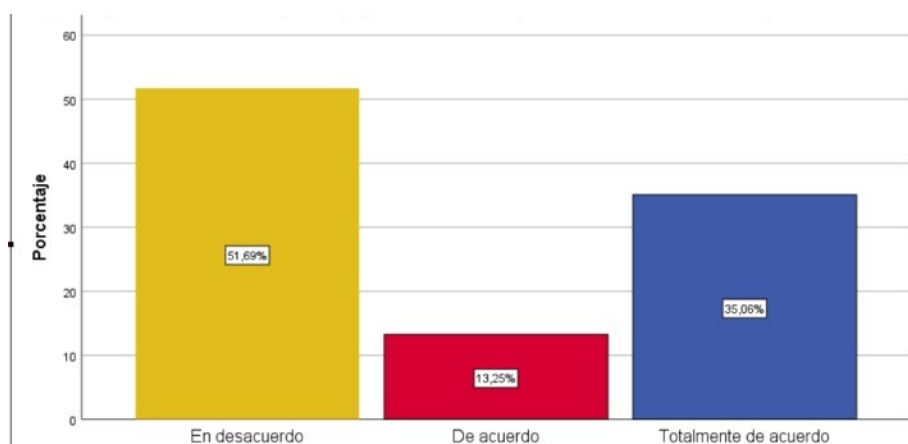
¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	199	51,7
De acuerdo	51	13,2
Totalmente de acuerdo	320	35,1
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 10

¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?



Nota: De los 385 encuestados, el 51.69% respondieron en desacuerdo, el 13.25% de acuerdo y el 35.06% respondieron totalmente de acuerdo. Frente a este escenario, los clientes, en gran parte tienen una imagen negativa, respecto al capacidad de respuesta. Obtenida de la tabla 13.

Tabla 11

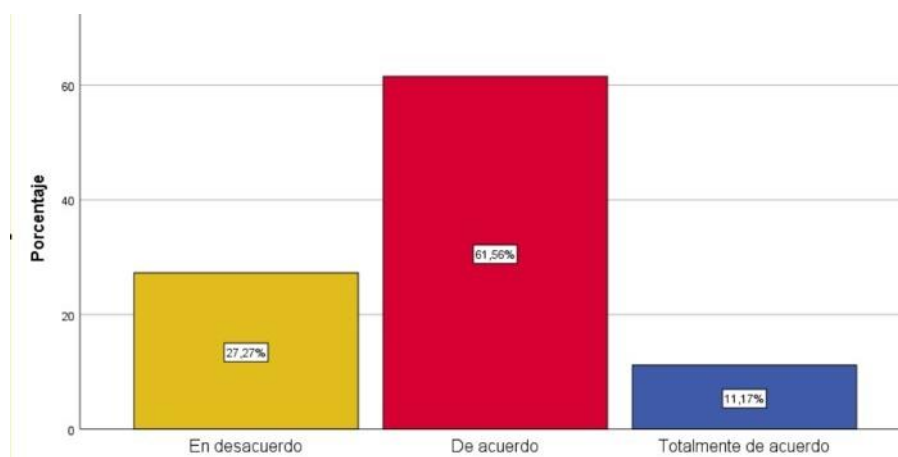
¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	105	27,3
De acuerdo	237	61,6
Totalmente de acuerdo	43	11,2
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 11

¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?



Nota: De los 385 encuestados, el 27.27% respondió en desacuerdo, el 61.56% en acuerdo y el 11.17% totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, el usuario valora mucho que sus solicitudes sean atendidas en los plazos establecidos, por lo que Electro Oriente, de acuerdo a la encuesta no tiene una percepción de los usuarios. Obtenida de la tabla 14.

Tabla 12

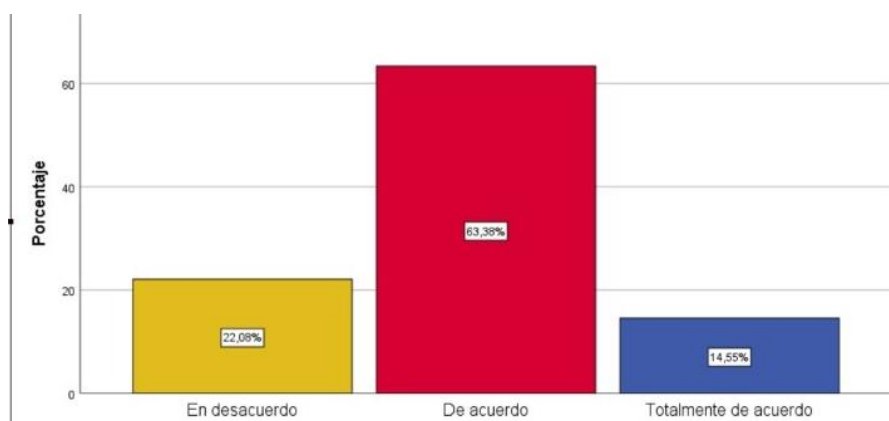
¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	85	22,1
De acuerdo	244	63,4
Totalmente de acuerdo	56	14,5
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 12

¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 22.08% respondió en desacuerdo, el 63.38% de acuerdo y el 14.55% totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, también podemos observar que un porcentaje considerado de los usuarios, cuentan con malas experiencias, respecto a la atención de solicitudes. Obtenido de la tabla 15.

Tabla 13

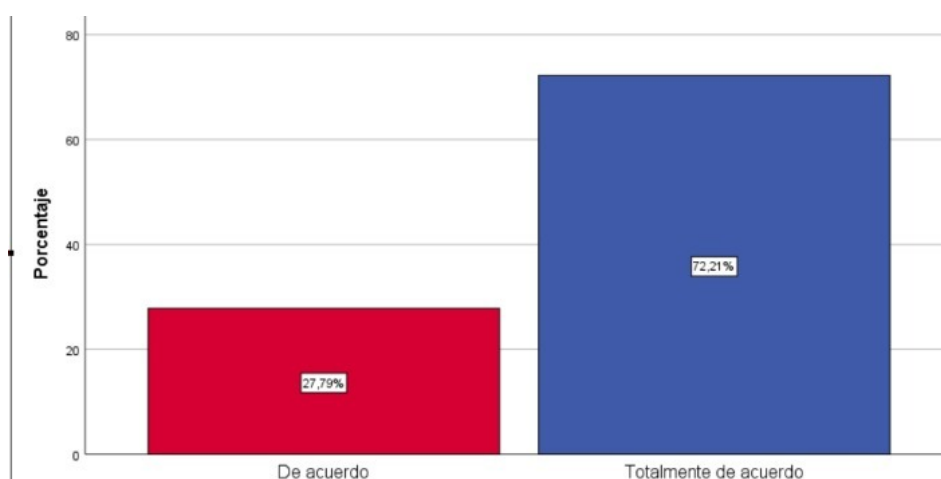
¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	107	27,8
Totalmente de acuerdo	278	72,2
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 13

¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?



Nota: De los 385 encuestados, el 27.79% respondió de acuerdo, frente a un 72.21% que respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante, podemos concluir que los usuarios, cuentan con una buena imagen del trato de los trabajadores hacia el cliente. Obtenido de la tabla 16.

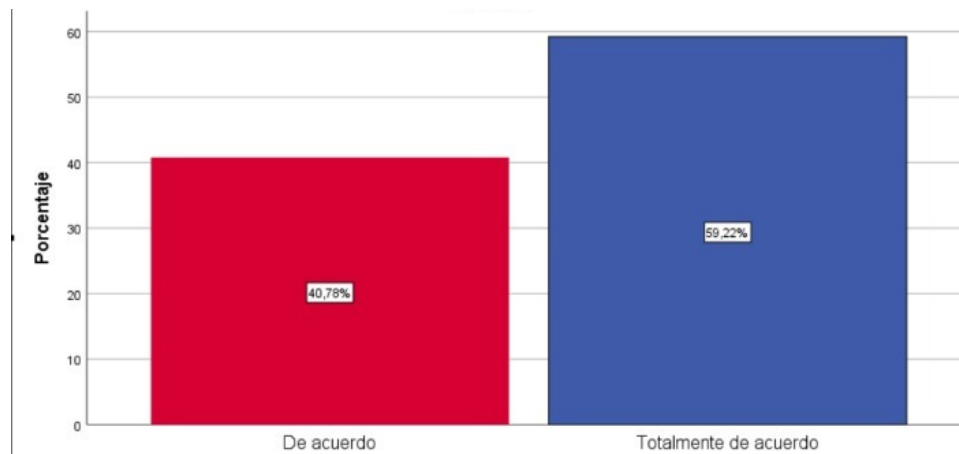
Tabla 14

¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	157	40,8
Totalmente de acuerdo	228	59,2
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 14: ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?



Nota: De los 385 encuestados, el 40.78% respondieron de acuerdo y el 59.22%, respondió totalmente de acuerdo. Frente a esta interrogante los usuarios, tienen una imagen positiva frente a la preparación y experiencia profesional de los colaboradores de Electro Oriente. Obtenida de la tabla 17.

Tabla 15

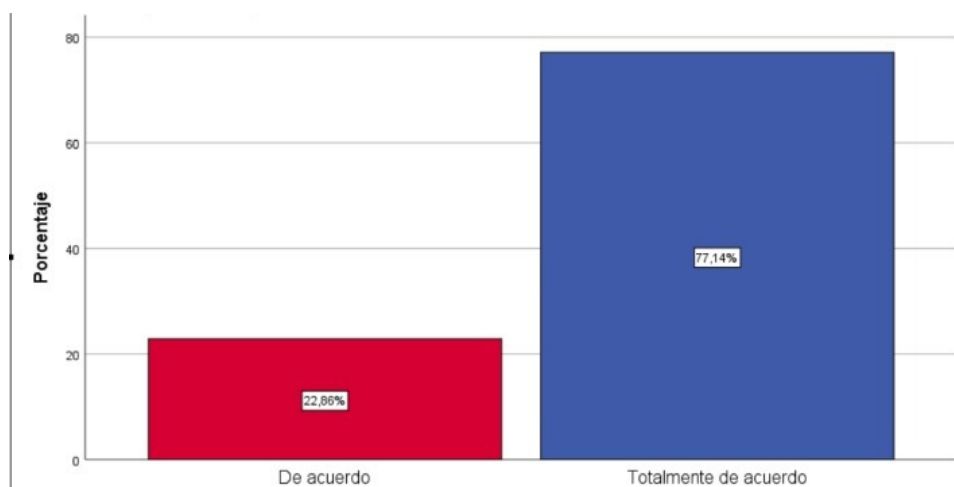
¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	88	22,9
Totalmente de acuerdo	287	77,1
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 15

¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?



Nota: De los 385 encuestados, el 22.86% respondió de acuerdo, frente a una 77.14% que respondió totalmente de acuerdo. Referente a esta interrogante, el usuario valora la atención que se les brinda al ser escuchados y brindar la solución a sus inconvenientes respecto al servicio eléctrico. Obtenida de la tabla 18.

Tabla 16

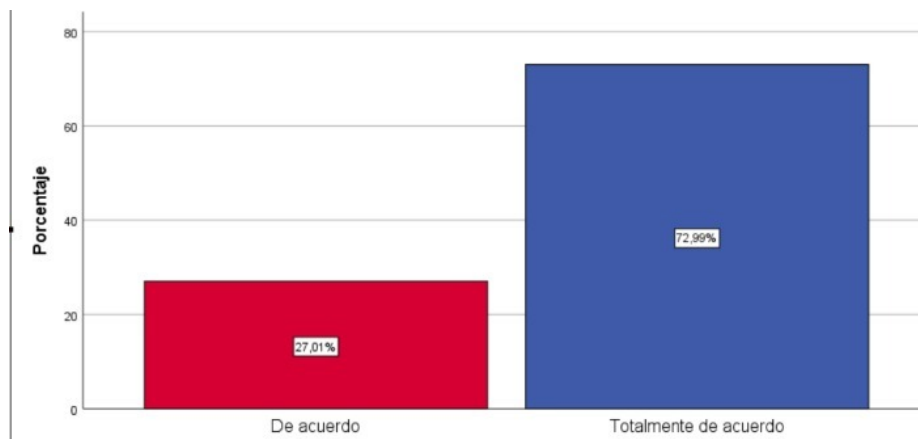
¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	104	27,0
Totalmente de acuerdo	281	73,0
Total	385	100,0

Nota: Encuesta aplicada a los usuarios de Electro Oriente.

Figura 16

¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?



Nota: De los 385 usuarios encuestados, el 27.01% respondió de acuerdo, frente a 72.99% que respondió totalmente de acuerdo. Referente a esta interrogante, podemos concluir que el usuario cuando recurre a oficinas de Electro Oriente, es atendido de manera empática y comprensible. Obtenida de la tabla 19.

3.2. Discusión de resultados

OE1. Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

Con respecto a la dimensión Elementos tangibles, el 54.55% y 45.45% de los usuarios encuestados, manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos (Tabla 10 – Figura 7). Adicionalmente, el 98.96% y 1.04%% respondió que estaba totalmente de acuerdo y de acuerdo con que las instalaciones de Electro Oriente cuentan con señalización adecuada de las diferentes áreas (Tabla 11 – Figura 8). Esta información tiene similitud con lo mencionado en el estudio de Quesada, Fontana, Sánchez y Fonseca (2011), que señalaron que se basan en la apariencia de las instalaciones (incluido empleados y equipos), por lo que, si la empresa tiene alto nivel en esta dimensión, dará una mejor impresión a los clientes.

En relación a la dimensión Confiabilidad, el 83.12% y el 16.88% manifestó estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido. (Tabla 12 – Figura 9). Por otro lado, el 51.69% respondieron que estaban en desacuerdo que Electro Oriente se preocupe por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio, sin embargo, un 13.25% y un 35.06% manifestaron en estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con la interrogante (Tabla 13 – Figura 10). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Palma (2004), la fiabilidad es la facultad de realizar los servicios prometidos de manera confiable y cuidadosa, en otras palabras, esta dimensión está relacionada con brindar servicios que sean conformes y precisos, cumpliendo con promesas y expectativas. Por tanto, es muy importante tener cuidado al respecto.

Con respecto a la dimensión Capacidad de respuesta, el 61.56% y el 11.17% está de acuerdo y totalmente de acuerdo con que Electro Oriente tiene buena capacidad de respuesta a sus solicitudes, sin embargo, un 27.27% manifestaron estar en desacuerdo (Tabla 14 – Figura 11).

Adicionalmente, un 63.38% y un 14.55% respondieron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que Electro Oriente ha cumplido en resolver sus solicitudes o reclamos en los plazos establecidos, sin embargo, un 22.08% resulta estar en desacuerdo (Tabla 15 – Figura 12). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Cottle (1991) quien demostró que la capacidad de respuesta se basa en como una empresa y sus colaboradores apoyan a los clientes a través de servicios eficientes. En este sentido, se recomienda que las empresas brinden servicios más ágiles de manera más efectiva.

En relación a la dimensión Seguridad, el 27.79% y un 72.21% de los usuarios encuestados, manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés (Tabla 16 – Figura 13). Por otro lado, un 40.78% y 59.22% respondieron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo respecto a que consideran que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios. (Tabla 17 – Figura 14). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Gil y Giner (2013), que es el conocimiento y la atención que muestran los colaboradores, lo que puede inspirar su confianza y credibilidad, en conclusión, al contar con seguridad la empresa mejorará su relación con los clientes en un cierto periodo de tiempo.

Con respecto a la dimensión Empatía, un 22.86% y un 77.14% respondieron que estaban de acuerdo y totalmente de acuerdo con que consideran que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada. (Tabla 18 – Figura 15). Adicionalmente, un 27.01% y un 72.99% de los usuarios encuestados manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que consideran que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuarios respecto al servicio que brindan. (Tabla 19 – Figura 16). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Pérez (2005), empatía significa que los colaboradores realicen actividades personalizadas para el cliente, de esta manera, la empresa puede brindar cuidadosamente servicios de calidad.

OE2. Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.

En relación a la dimensión Disponibilidad, un 41.04% y 58.96% de los usuarios encuestados, manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes (Tabla 4 – Figura 1). Adicionalmente, un 9.61% y 90.39% están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que la empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp (Tabla 5 – Figura 2). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Crovetto y Yupanqui (2020), quienes mencionan en su estudio que los entrevistados afirmaron que no fue necesario la obtención de plataformas virtuales y software, debido a que ya se viene usando softwares existentes. Concluye, que la transformación digital, sí influye de manera positiva en el proceso de despacho aduanero de importación de las sucursales de aduana de Lima y Callao durante el periodo julio 2018 a julio 2020, brindando mayor agilidad, simplicidad y facilidad en los trámites documentarios.

Con respecto a la dimensión Funcionalidad, un 4.16% y 95.84% de los usuarios encuestados, manifestaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que se cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp (Tabla 6 – Figura 3). Por otro lado, un 33.25% y un 66.75% respondieron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp (Tabla 7 – Figura 4). Esta información es comparada con lo mencionado por Culqui y Callao (2021), quienes en su investigación aplicaron un cuestionario a 77 trabajadores de la EPS Marañón S.A. De dicha investigación se concluyó que la gestión digital, detalla deficiencias, siendo el principal factor la afectación directa a la calidad de servicio en la atención que se brinda a los clientes de la EPS Marañón S.A. – Jaén.

En relación a la dimensión Velocidad, un 8.05% y 91.95% de los usuarios encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que,

crea que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención (Tabla 8 – Figura 5). Adicionalmente, un 13.51% y un 86.49% respondieron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp (Tabla 9 – Figura 6). Esta información tiene similitud con lo mencionado por Luna (2019), quien en su estudio obtuvo como resultados que, la utilización de tecnologías crea confianza en los ciudadanos, confianza en sus operaciones y seguridad en sus transacciones. En su investigación dio a conocer que los servicios que se brindan a través de los cajeros, optimizan el tiempo de entrega del servicio.

3.3. Aporte práctico

3.3.1. Título

Estrategia para potenciar el Servicio al Cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca (2021) mediante Canales de Atención Digital.

3.3.2. Resumen

La propuesta "Estrategia para potenciar el Servicio al Cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca (2021) mediante Canales de Atención Digital" se centra en mejorar la atención al cliente en la empresa Electro Oriente ubicada en Jaén, Cajamarca. Las estrategias propuestas se enfocan en la optimización de la experiencia del cliente a través de la implementación y potenciación de canales de atención digital. Estos canales digitales buscan agilizar y mejorar la comunicación entre la empresa y sus clientes, brindando un servicio más eficiente y adaptado a las necesidades actuales. La adopción de tecnologías digitales se presenta como una herramienta clave para fortalecer la relación empresa-cliente, ofreciendo una atención más rápida, personalizada y accesible.

3.3.3. Introducción

La estrategia para potenciar al servicio no es simplemente un concepto; es una filosofía que coloca al cliente en el centro de todas las

operaciones y decisiones empresariales. En el contexto de Electro Oriente Jaén, Cajamarca, esta estrategia se convierte en un vehículo para mejorar significativamente la calidad y eficiencia de los servicios ofrecidos.

La digitalización de los canales de atención juega un papel crucial en este enfoque. En un mundo cada vez más conectado, los clientes esperan acceder a los servicios de manera rápida, eficiente y conveniente. Al implementar canales digitales, Electro Oriente Jaén busca no solo mantenerse al día con las expectativas del cliente, sino superarlas.

Los canales digitales no solo facilitan la comunicación, sino que también ofrecen soluciones más rápidas a los problemas, reduciendo los tiempos de respuesta y optimizando la satisfacción del cliente.

3.3.4. Formulación del problema

¿La implementación de estrategias de canales de atención digital son efectivas para potenciar el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca, en el año 2021?

3.3.5. Justificación

La implementación de una estrategia para potenciar el servicio al cliente a través de canales de atención digital en Electro Oriente Jaén, Cajamarca, se justifica por varias razones fundamentales que van en línea con las tendencias actuales del mercado y las necesidades cambiantes de los clientes.

En la actualidad, los clientes prefieren cada vez más la comodidad y la rapidez en la atención. El uso generalizado de dispositivos digitales y la conectividad constante han creado una demanda creciente de servicios en línea. Implementar canales de atención digital permite adaptarse a este cambio en el comportamiento del cliente.

Por otro lado, los canales de atención digital ofrecen la posibilidad de brindar servicio al cliente las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Esto

mejora la accesibilidad para los clientes que pueden necesitar asistencia en cualquier momento, independientemente de la hora del día o la ubicación geográfica.

Asimismo, la implementación de canales digitales permite optimizar los recursos humanos y financieros al automatizar procesos rutinarios y proporcionar respuestas automáticas a consultas frecuentes. Esto libera a los empleados para abordar problemas más complejos y brindar un servicio personalizado cuando sea necesario.

En resumen, la implementación de una estrategia centrada en canales de digital en Electro Oriente Jaén, Cajamarca, se justifica en función de la necesidad de adaptarse a las cambiantes expectativas de los clientes, mejorar la eficiencia operativa y mantener la competitividad en el mercado actual.

3.3.6. Objetivos

Objetivo general

Desarrollar estrategia de mejora para potenciar el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca, 2021, mediante la optimización y expansión de canales de atención digital, con el fin de incrementar la satisfacción del cliente. y fortalecer la relación empresa-cliente en el contexto de la transformación digital.

Objetivos específicos

Diseñar estrategias para la implementación de una plataforma omnicanal que integre de manera efectiva los canales digitales de atención al cliente.

Diseñar estrategias para implementar un programa de capacitación integral para el personal de atención al cliente, enfocado en las habilidades necesarias para brindar un servicio excepcional a través de los canales digitales.

3.3.7. Desarrollo de la propuesta

Objetivo 1: Diseñar estrategias para la implementación de una plataforma omnicanal que integre de manera efectiva los canales digitales de atención al cliente.

- a. Implementación de una plataforma tecnológica sólida que permite la integración de múltiples canales, como chat en línea, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones móviles.

La implementación de una plataforma tecnológica sólida para la integración de múltiples canales es una estrategia clave para mejorar la comunicación y la interacción con los clientes. A continuación, se detalla actividades para llevar a cabo esta estrategia:

- Crear canales de comunicación más relevantes. Esto podría incluir chat en línea, redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.) y correo electrónico.
- Se sugiere la integración de los canales seleccionados en la plataforma elegida. La plataforma pueda manejar la comunicación bidireccional en tiempo real y la gestión de mensajes asíncronos.
- Implementación de herramientas de automatización para agilizar procesos, como respuestas automáticas, enrutamiento inteligente de consultas y generación de tickets de soporte.
- Utilización de chatbots para gestionar consultas frecuentes y proporcionar respuestas instantáneas.

Tabla 20

Estrategia – Implementación de una plataforma tecnológica sólida que permite la integración de múltiples canales, como chat en línea, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones móviles.

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Canales de comunicación	Crear canales de comunicación más relevantes. Esto podría incluir chat en línea, redes sociales y correo electrónico.	1 mes	Mensual	Equipo de marketing
Integración de canales	Se sugiere la integración de los canales seleccionados en la plataforma elegida. La plataforma pueda manejar la comunicación bidireccional en tiempo real y la gestión de mensajes asíncronos.	1 mes	Mensual	Equipo de marketing
Implementación de herramientas de automatización	Implementación de herramientas de automatización para agilizar procesos, como respuestas automáticas, enrutamiento inteligente de consultas y generación de tickets de soporte.	1 mes	Mensual	Equipo de marketing
Utilización de Chatbots	Utilización de chatbots para gestionar consultas frecuentes y proporcionar respuestas instantáneas.	1 mes	Mensual	Equipo de marketing

Nota: Aporte práctico

Tabla 21

Presupuesto

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Canales de comunicación	5	0	0
Integración de canales	5	0	0
Implementación de herramientas de automatización	1	280	3360
Utilización de Chatbots	1	300	3600

Nota: Aporte práctico

- b. Utilización de soluciones de software de atención al cliente que ofrecerán una visión unificada de la información del cliente a través de todos los canales.

El desarrollo de una estrategia que involucre soluciones de software de atención al cliente para ofrecer una visión unificada de la información del cliente a través de todos los canales es fundamental para mejorar la experiencia del cliente y optimizar la eficiencia operativa. A continuación, se detalla actividades para llevar a cabo esta estrategia:

- Establecer procesos estandarizados para garantizar una experiencia consistente en todos los puntos de contacto.
- Implementar métricas clave para evaluar el rendimiento de la estrategia (tiempo de resolución, satisfacción del cliente, etc.).

Tabla 22

Estrategia – Utilización de soluciones de software de atención al cliente que ofrecerán una visión unificada de la información del cliente a través de todos los canales.

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Procesos estandarizados	Establecer procesos estandarizados para garantizar una experiencia consistente en todos los puntos de contacto.	1 mes	Mensual	Equipo de operaciones y procesos
Implementar métricas	Implementar métricas clave para evaluar el rendimiento de la estrategia (tiempo de resolución, satisfacción del cliente, etc.).	1 mes	Mensual	Equipo de operaciones y procesos

Nota: Aporte práctico

Tabla 23**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Procesos estandarizados	1	450	5400
Implementar métricas	1	280	3360

Nota: Aporte práctico

- c. Centralización de la información del cliente en una base de datos única y accesible para todos los canales.
- Realizar un inventario de los sistemas actuales que almacenan información del cliente.

- Elegir una plataforma de base de datos central que se ajuste a las necesidades específicas de la empresa (por ejemplo, CRM, sistemas de gestión de clientes, etc.).

Tabla 24

Estrategia – Centralización de la información del cliente en una base de datos única y accesible para todos los canales.

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Inventario de los sistemas	Realizar un inventario de los sistemas actuales que almacenan información del cliente.	1 mes	Mensual	Equipo de operaciones y procesos
Plataforma de base de datos	Elegir una plataforma de base de datos central que se ajuste a las necesidades específicas de la empresa (por ejemplo, CRM, sistemas de gestión de clientes, etc.).	1 mes	Mensual	Equipo de operaciones y procesos

Nota: Aporte práctico

Tabla 25

Presupuesto

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Inventario de los sistemas	1	200	2400
Plataforma de base de datos	1	350	4200

Nota: Aporte práctico

Objetivo 2: Diseñar estrategias para implementar un programa de capacitación integral para el personal de atención al cliente, enfocado en las habilidades necesarias para brindar un servicio excepcional a través de los canales digitales.

Diseñar un programa de capacitación integral para el personal de atención al cliente centrado en habilidades digitales es crucial para garantizar un servicio excepcional a través de canales digitales.

- a. Ofrecer capacitación específica en la redacción de correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales.

Desarrollar una estrategia efectiva para ofrecer capacitación específica en la redacción de correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales puede ser clave para mejorar la comunicación escrita en un entorno empresarial. A continuación, se detalla actividades para llevar a cabo esta estrategia:

- Desarrollar un programa estructurado que abarque los aspectos esenciales de la redacción efectiva en correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales.
- Ofrecer sesiones presenciales o en línea, con la opción de participación interactiva.
- Implementar evaluaciones regulares para medir el progreso de los participantes.

Tabla 26**Estrategia – Ofrecer capacitación específica en la redacción de correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales.**

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Programa estructurado	Desarrollar un programa estructurado que abarque los aspectos esenciales de la redacción efectiva en correos electrónicos, mensajes de chat y respuestas en redes sociales.	1 mes	Mensual	Equipo de marketing
Sesiones presenciales	Ofrecer sesiones presenciales o en línea, con la opción de participación interactiva.	1 mes	Mensual	Equipo de Formación y desarrollo
Evaluaciones regulares	Implementar evaluaciones regulares para medir el progreso de los participantes.	1 mes	Mensual	Equipo de Formación y desarrollo

Nota: Aporte práctico

Tabla 27**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Programa estructurado	1	0	0
Sesiones presenciales	4	200	2400
Evaluaciones regulares	1	100	1200

Nota: Aporte práctico

- b. Establecer un programa de actualización regular para mantener al personal informado sobre las últimas tendencias y tecnologías en el servicio al cliente digital.

Establecer un programa de actualización regular para mantener al personal informado sobre las últimas tendencias y tecnologías en el servicio al cliente digital es crucial para asegurar que el equipo esté bien preparado y pueda ofrecer un servicio de alta calidad. A continuación, se detalla actividades para llevar a cabo esta estrategia:

- Crear un plan de actualización que incluya módulos específicos para las áreas identificadas.
- Utilizar una plataforma en línea para facilitar la colaboración y la discusión entre los miembros del equipo.

Tabla 28

Estrategia – Establecer un programa de actualización regular para mantener al personal informado sobre las últimas tendencias y tecnologías en el servicio al cliente digital.

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Plan de actualización	Crear un plan de actualización que incluya módulos específicos para las áreas identificadas.	1 mes	Mensual	Gestión de proyectos
Plataforma en línea	Utilizar una plataforma en línea para facilitar la colaboración y la discusión entre los miembros del equipo.	1 mes	Mensual	Gestión de proyectos

Nota: Aporte práctico

Tabla 29**Presupuesto**

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Plan de actualización	1	0	0
Plataforma en línea	1	0	0

Nota: Aporte práctico

- c. Fomentar la participación en cursos en línea y eventos relacionados con el servicio al cliente digital.

Fomentar la participación en cursos en línea y eventos relacionados con el servicio al cliente digital puede ser crucial para mejorar las habilidades de tu equipo y mantenerse actualizado en las tendencias y tecnologías

emergentes. A continuación, se detalla actividades para llevar a cabo esta estrategia:

- Desarrolla un programa de desarrollo que incluya una combinación de cursos en línea, webinars y eventos presenciales o virtuales.
- Destaca las oportunidades de networking y aprendizaje que estos eventos pueden ofrecer.
- Implementa políticas que permitan a los empleados dedicar tiempo regular a la formación sin comprometer sus responsabilidades diarias.

Tabla 30

Estrategia – Fomentar la participación en cursos en línea y eventos relacionados con el servicio al cliente digital.

Actividad	Descripción	Duración	Periodo de ejecución	Responsable
Programa de desarrollo	Desarrolla un programa de desarrollo que incluya una combinación de cursos en línea, webinars y eventos presenciales o virtuales.	1 mes	Mensual	Equipo de Formación y desarrollo
Networking	Destaca las oportunidades de networking y aprendizaje que estos eventos pueden ofrecer.	1 mes	Mensual	Equipo de Formación y desarrollo
Políticas	Implementa políticas que permitan a los empleados dedicar tiempo regular a la formación sin comprometer sus responsabilidades diarias.	3 meses	Trimestral	Recursos Humanos

Nota: Aporte práctico

Tabla 31

Presupuesto

Actividad	Cantidad	Monto Mensual	Monto Anual
Programa de desarrollo	1	200	2400
Networking	1	200	2400
Políticas	1	0	0

Nota: Aporte práctico

1.1.1. Presupuesto

Tabla 32

Presupuesto

Estrategia	Actividad	Periodo de ejecución	Responsable	Presupuesto
Implementación de una plataforma tecnológica	Crear canales de comunicación	Mensual	Equipo de marketing	6960
	Integración de los canales	Mensual		
	Implementación de herramientas de automatización	Mensual		
	Utilización de Chatbots	Mensual		
Utilización de soluciones de Software	Establecer procesos estandarizados	Mensual	Equipo de operaciones y procesos	8760
	Implementar métricas claves	Mensual		
Centralización de la información del cliente	Realizar un inventario de los sistemas	Mensual	Equipo de operaciones y procesos	6600
	Elegir una plataforma de base de datos	Mensual		
Ofrecer capacitación	Desarrollar un programa estructurado	Mensual	Equipo de marketing	3600
	Ofrecer sesiones presenciales	Mensual	Equipo de formación y desarrollo	
	Implementar evaluaciones regulares	Mensual	Equipo de formación y desarrollo	
Establecer un programa de actualización regular	Crear un plan de actualización	Mensual	Gestión de proyectos	0
	Utilizar una plataforma en línea	Mensual	Gestión de proyectos	

Fomentar la participación en cursos en línea	Desarrolla un programa de desarrollo	Mensual	Equipo de formación y desarrollo	
	Destaca la oportunidad del Networking	Mensual	Equipo de formación y desarrollo	4800
	Implementar políticas	Trimestral	Recursos humanos	
TOTAL				30720

Nota: Aporte práctico

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Electro Oriente ha mostrado, problemas de servicio al cliente, debido a que no cuenta con canales de atención digital para atender las solicitudes de los consumidores ante los requerimientos de muchos trámites, los mismos que se pueden realizar mediante un canal digital. Se diagnosticó las debilidades respecto al servicio al cliente, encontrando que un se tiene un nivel bajo de 25.8% en confiabilidad y un 24.7% en capacidad de respuestas. Por lo cual, es necesario implementar canales de atención digital para solucionar la problemática encontrada.

Electro Oriente mostró niveles del servicio al cliente del 100% en elementos tangibles, 74.2% en confiabilidad, 75.33% en capacidad de respuesta, 100% en seguridad y 100% en empatía. Logrando un nivel general de 89.9% en el servicio al cliente.

Se comprobó que en Electro Oriente es necesario implementar canales de atención digitales, pues se obtuvo un resultado de 100% en disponibilidad, 100% en funcionalidad y 100% en velocidad. Los usuarios encuestados sugieren que se implemente un Canal de WhatsApp, asimismo, creen que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp y por último, Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp.

Se plantearon estrategias para mejorar el servicio al cliente a través de la implementación de canales digitales de atención al cliente. Estos canales digitales buscan agilizar y mejorar la comunicación entre la empresa y sus clientes, brindando un servicio más eficiente y adaptado a las necesidades actuales

4.2. Recomendaciones

Se recomienda informar de la importancia y ventajas que tiene el uso de una nueva aplicación de comunicación digital en Electro Oriente, Jaén - Cajamarca; puesto que permitirá agilizar la atención a los usuarios y darles soluciones a sus problemas con el servicio.

Se recomienda a la Gerencia de Electro Oriente – Unidad Jaén, implementar un canal de atención digital, de acuerdo a lo evaluado sería WhatsApp, esto después de haber realizado una investigación respecto al área de atención al cliente y viendo la necesidad que tienen los miles de usuarios para realizar un trámite o requerir algún servicio, concluimos que es de suma importancia brindarles una opción sencilla para realizar sus requerimientos desde la comodidad de su hogar. Además, con ello fomentamos el uso de la tecnología en un mundo globalizado con el contamos hoy en día.

Se recomienda a los encargados de programar capacitaciones en Electro Oriente, contratar a personal preparado en atención digital para que brinden capacitación y adiestramiento al personal que se encargaría de dicha área. Con ello, se mejorará la atención al cliente, asimismo mejorará sus problemas con el servicio, tomando como insumo lo propuesto en esta investigación, ya que se identificó en nuestros resultados que un porcentaje de usuarios están en desacuerdo (51,7%). Por tal motivo se sugiere orientar a los trabajadores para que dispongan de una mejor atención a los usuarios.

Se recomienda al área de gerencia de Electro Oriente que evalúe la aplicación y funcionamiento de un canal de atención digital (Aplicación WhatsApp Business) para mejorar la atención en un tiempo mínimo donde se solucionen los inconvenientes y reclamos de los usuarios, según nuestros resultados acerca de conocer qué opinan los usuarios de implementar otro canal de atención, respondieron con un totalmente de acuerdo (59,0%) respecto a un canal de WhatsApp con buen rendimiento ;y otra parte también

totalmente de acuerdo (91,9%) respecto a una buena velocidad del canal de WhatsApp para una más rápida atención.

Se recomienda al gerente general, incluir en el presupuesto del año 2022 la puesta en marcha de la propuesta con el fin de tener más canales de atención digital, los cuales proyectarán una buena satisfacción a los usuarios de Electro Oriente, Jaén, Cajamarca -2021.

REFERENCIAS

- Agencia Bloomberg (23 de junio del 2018). Aplicaciones móviles, la nueva amenaza para las eléctricas. *Gestión*.
<https://gestion.pe/tecnologia/aplicaciones-moviles-nueva-amenaza-electricas-236474-noticia/?ref=gesr>
- Albán, W. R. (2017) *Plataforma web-móvil para el servicio al cliente en el área de taller de la empresa Corporación Romero Hnos. Jursaparts Cia. Ltda* [Tesis de Maestría, Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES"]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/6265>
- Andina (27 de agosto de 2019). *Empresas estatales trabajan por mejorar percepción sobre calidad de servicio eléctrico*.
<https://andina.pe/agencia/noticia-empresas-estatales-trabajan-mejorar-percepcion-sobre-calidad-servicio-electrico-764742.aspx>
- Arias, J., Villasís, M. Á., y Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*,63(2),201-206.
<https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/181/273>
- Artica, E. C. (2020) *Implementación de un asistente virtual para la atención al cliente en Electrocentro S. A. de Huancayo* [Tesis de Grado, Universidad Continental].
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8251>
- Blanchar, C. (28 de enero de 2021). Barcelona ayuda a los vecinos y comerciantes a reclamar por los cortes de luz. *El País*.
<https://elpais.com/espana/catalunya/2021-01-28/barcelona-ayuda-a-los-vecinos-y-comerciantes-a-reclamar-por-los-cortes-de-luz.html>
- Blog de Zendesk. (13 de febrero de 2023). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad*.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Carhuanambo, K. M. (2019) *Nivel de Digitalización de los Clientes de la Agencia Principal del Bnaco de Crédito del Perú en la ciudad de Cajamarca, I Trimestre del Año 2019* [Tesis de Grado, Universidad Privada del Norte].
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25304>
- Carrillo, V. N. (2020) *Estrategias de comunicación para potenciar la utilización de canales virtuales de la Mutualista Pichincha en la ciudad de Riobamba* [Tesis de Maestría, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
<https://dspace.esepoch.edu.ec/handle/123456789/14401>
- Chávez, C. L. N. (2020) *Implementación de un plan de medios digitales y su impacto en las ventas en una empresa de consultoría, Cajamarca 2020* [Tesis de Grado, Universidad Privada del Norte].
<https://hdl.handle.net/11537/24810>

- CincoDías (15 de mayo de 2020). Iberdrola inicia la reapertura de sus 500 tiendas de atención al cliente. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/05/15/companias/1589547960_937883.html
- Cottle, D. W. (1991). *El servicio centrado en el cliente: cómo lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios*. Ediciones Díaz De Santos, S.A. <https://books.google.com.pe/books?id=o37JeJi0qoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Crovetto, M. A. y Yupanqui, L. Z. (2020) *La transformación digital de la Aduana peruana y sus consecuencias en el proceso de despacho aduanero de importación de las agencias de aduanas de Lima y Callao durante el periodo Julio 2018- Julio 2020* [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/655468>
- Culqui, M. y Callao, M. (2021). Gestión digital para la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A-Jaén. *Ñeque - Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales*. Vol.4(No.10). http://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/1741/1/Articulo_No_4_Ñeque_N10V4.pdf
- Donayre, M. C. (2021) *Los Canales Digitales y la Atención a los clientes del Money Market del Banco Interbank Tienda 408 Ica en el año 2019*. [Tesis de Grado, Universidad Alas Peruanas]. https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/10359/1/Tesis_CanalesDigitales_Atenci%C3%B3n.Clientes_MoneyMarket-Interbank_Tda.408_ica.pdf
- Electro Oriente. (17 de febrero de 2021). *Mesa de Partes Digital*. Obtenido de https://www.elor.com.pe/portal_elor/Noticias/IndexNoticias?idNoticia=11232
- Electro Oriente. (s.f.). *Servicio al Cliente*. https://www.elor.com.pe/portal_elor/ServicioCliente/IndexSC?idPagina=108
- Gil Estallo, M. A., y Giner de la Fuente, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9gkbAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Gil,+A.,+y+Giner,+F.+\(2013\).+Para+una+empresa.+Madrid:+ESIC.&ots=DOb3U0S4ob&sig=7cpgQMTTrT0AZfcT7lbehjrNqfEA#v=onepage&q=Gil%2C%20A.%2C%20y%20Giner%2C%20F.%20\(2013\).%20Para%20una%20empresa.%20Madrid%3A%20ESIC.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9gkbAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=Gil,+A.,+y+Giner,+F.+(2013).+Para+una+empresa.+Madrid:+ESIC.&ots=DOb3U0S4ob&sig=7cpgQMTTrT0AZfcT7lbehjrNqfEA#v=onepage&q=Gil%2C%20A.%2C%20y%20Giner%2C%20F.%20(2013).%20Para%20una%20empresa.%20Madrid%3A%20ESIC.&f=false)
- Grau, H. (22 de noviembre de 2017). *¿Qué es un canal digital? La guía definitiva*. Telamatel. <https://www.telamatel.com/blog/canal-digital-que-es->

- La Recoleta – Cajamarca - 2017* [Tesis de Grado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/662/INFORME%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Naranjo, E.L. (2017) *Plataforma tecnológica en la nube y el servicio al cliente externo e interno de la Cooperativa Génesis De Babahoyo* [Tesis de Maestría, Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDÉS"]. <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8427>
- New Relic. (04 de diciembre de 2019). *Las Tres Dimensiones de Monitoreo de la Experiencia Digital del Consumidor (DCX)*. <https://newrelic.com/resources/articles/3-dimensions-monitoring-DCX-es>
- New Relic. (2019). *Mejores prácticas para monitorear la experiencia digital del cliente*. <https://newrelic.com/resources/tutorials/digital-customer-experience-best-practices>
- Palma, S. (2000). Motivación y Clima Laboral en personas de Entidades Universitarias. *Revistas de Investigación UNMSM. Revista de Investigación en Psicología. Vol 3 (No1)* <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/4909/4764>
- Pérez. (2005). *Empatía de recursos humanos en el servicio al cliente*. Puebla: am editorial.
- Quesada, R., Fontana, Y., Sánchez, A. & Fonseca, C. (2011). *Gestión de Empresas Turísticas Sostenibles*. San José: EUNED.
- Rasco, E.E. (2019) *Implementación de una herramienta tecnológica Enterprise Resource Planning (ERP) y su impacto en la gestión empresarial de la empresa C&M Cajamarca* [Tesis de Grado, Universidad Privada del Norte]. <http://hdl.handle.net/11537/23926>
- Telematel. (22 de noviembre de 2017). *¿Qué es un canal digital? La guía definitiva*. <https://www.telematel.com/blog/canal-digital-que-es-telematel/>
- Valera, T. (2020). La satisfacción del cliente en tiempos de COVID19. *Revista Energía.pe*. <https://revistaenergia.pe/electricidad/la-satisfaccion-del-cliente-en-tiempos-de-covid19/>
- Walter B. (21 de agosto de 2020). *Mejores Prácticas para Atención al Cliente en Canales Digitales*: <https://www.walterbridge.com/mejores-practicas-para-la-atencion-al-cliente-en-canales-digitales/>
- Zamora, K. (2021) *La transformación digital en la gestión de servicio al cliente en las empresas odontológicas del distrito de Miraflores en el año 2020*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16738/Zamora_rk.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zaragoza, E. A. (2015) *Aplicación del modelo de calidad del servicio SERVQUAL en el área de Recursos Humanos de la Empresa National Car Rental en México (Grupo Antyr)* [Tesis de Maestría, Universidad Jesuita de Guadalajara].

<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3422/TOG%20National%20Car%20Rental.pdf?sequence=2>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera la implementación de canales de atención digital mejorará el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuál es el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?</p> <p>¿Cuáles son los canales de atención digital que viene aplicando Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021?</p> <p>¿Cómo será el diseño de la propuesta de canales de atención digital que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Diseñar una propuesta de canales de atención digital, que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021.</p>	<p>La implementación de canales de atención digital mejora el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca 2021.</p>	<p>Canales de atención digital</p> <p>Servicio al cliente</p>

Anexo 2. Cuestionario

**IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA
MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAEN,
CAJAMARCA 2021.**

Estimado usuario: Lea detenidamente las siguientes afirmaciones y responda de acuerdo su punto de vista. La información que usted proporcione se mantendrá en absoluta reserva.

(TD) Totalmente en desacuerdo.

(ED) En desacuerdo.

(I) Indiferente

(DA) De acuerdo.

(TA) Totalmente de acuerdo.

	TD	ED	I	DA	TA
CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL					
1. ¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?					
2. ¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?					
3. ¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?					
4. ¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?					
5. ¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?					
6. ¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?					

SERVICIO AL CLIENTE				
7. ¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?				
8. ¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?				
9. ¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?				
10. ¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?				
11. ¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?				
12. ¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?				
13. ¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?				
14. ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?				
15. ¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?				
16. ¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?				

Anexo 3. Validación por juicio de expertos

Experto N°1



Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

ANEXO 3:

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Dr. Mirko Núñez Merino
2.	PROFESIÓN	Licenciado en Administración
	ESPECIALIDAD	Gestión
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	20
	CARGO	DTC
IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN, CAJAMARCA, 2021.		
3. DATOS DEL TESISISTAS		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	Martínez Córdova, Analí Tantaleán Cabrejos, José Ricardo Martín
3.2	PROGRAMA DE ESTUDIOS	Administración – Investigación I
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Entrevista () Cuestionario (X)
		<u>GENERAL</u> Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio el

	Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Diseñar una propuesta de canales de atención digital, que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021.</p>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud., los evalúe marcando con un aspa (x) en “TA” si está totalmente de acuerdo o en “TD” si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias		
N	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 16 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
CANALES DE ATENCION DIGITAL		
01	<p>¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- -----</p>
	<p>¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?</p>	<p>TA (X) TD ()</p>

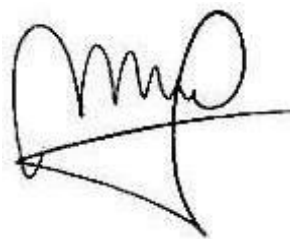
02	a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	SUGERENCIAS: ----- -----
03	¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- ----- --
04	¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: -----
05	¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- ----- -----

06	<p>¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
SERVICIO AL CLIENTE		
07	<p>¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
08	<p>¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
09	<p>¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p>

	<p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>-----</p> <p>-----</p>
10	<p>¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
11	<p>¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
12	<p>¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

	e) Totalmente de acuerdo	
13	<p>¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
14	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
15	<p>¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
16	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

	e) Totalmente de acuerdo	
1. PROMEDIO OBTENIDO:	TA (16)	TD ()
2. COMENTARIOS GENERALES.		
3. OBSERVACIONES.		



DR. MIRKO MERINO NÚÑEZ
N° de Colegiatura CLAD 16064



Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		EMMA VERONICA RAMOS FARROÑAN
2.	PROFESIÓN	Lic. en Administración
	ESPECIALIDAD	Administración
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	12 años
	CARGO	Docente tiempo completo
IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN, CAJAMARCA, 2021.		
3. DATOS DEL TESISISTAS		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	Martínez Córdova, Analí
		Tantaleán Cabrejos, José Ricardo Martín
3.2	PROGRAMA DE ESTUDIOS	Administración – Investigación I
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Entrevista () Cuestionario (X)
		<p><u>GENERAL</u></p> <p>Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p>

<p>5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO</p>	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.</p> <p>Diseñar una propuesta de canales de atención digital, que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021.</p>						
<p>A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud., los evalúe marcando con un aspa (x) en “TA” si está totalmente de acuerdo o en “TD” si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias</p>							
<p>N</p>	<p>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</p> <p>El instrumento consta de 16 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación</p>						
<p>CANALES DE ATENCION DIGITAL</p>							
<p>0 1</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="244 1397 1038 1879"> <p>¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p> </td> <td data-bbox="1038 1397 1501 1879"> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="1038 1397 1197 1879"> <p>TA (X)</p> </td> <td data-bbox="1197 1397 1501 1879"> <p>TD ()</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1038 1518 1501 1879"> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p> </td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	<p>¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="1038 1397 1197 1879"> <p>TA (X)</p> </td> <td data-bbox="1197 1397 1501 1879"> <p>TD ()</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1038 1518 1501 1879"> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p> </td> </tr> </table>	<p>TA (X)</p>	<p>TD ()</p>	<p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>	
<p>¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="1038 1397 1197 1879"> <p>TA (X)</p> </td> <td data-bbox="1197 1397 1501 1879"> <p>TD ()</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1038 1518 1501 1879"> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p> </td> </tr> </table>	<p>TA (X)</p>	<p>TD ()</p>	<p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>			
<p>TA (X)</p>	<p>TD ()</p>						
<p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>							

0 2	<p>¿La empresa debe hacer un seguimiento periódico sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>
0 3	<p>¿Usted como usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediatamente de su canal de WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>
0 4	<p>¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>
05	<p>¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----</p>

	e) Totalmente de acuerdo	
06	<p>¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>---</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
SERVICIO AL CLIENTE		
07	<p>¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>---</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
08	<p>¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>---</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
09	<p>¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p>

	c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----
10	¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----
11	¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----
12	¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- --- ----- ----- -----
13	¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés? a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo d) De acuerdo	TA (X) TD () SUGERENCIAS: ----- ---

	e) Totalmente de acuerdo	----- ----- -----
14	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- -----</p>
15	<p>¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- -----</p>
16	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: ----- --- ----- -----</p>
1. PROMEDIO OBTENIDO:		TA (16) TD ()
2. COMENTARIOS GENERALES.		

3. OBSERVACIONES.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Emma Ramos', is centered on a light gray rectangular background.

EMMA VERONICA RAMOS FARROÑAN

Colegiatura N°: 015066

DNI: 40545530

1. NOMBRE DEL JUEZ		CARLA ANGELICA REYES REYES
2.	PROFESIÓN	MAGISTER EN ADMINISTRACION
	ESPECIALIDAD	MG. GESTIÓN PÚBLICA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	9 AÑOS
	CARGO	DOCENTE
IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE – JAÉN, CAJAMARCA, 2021.		
3. DATOS DEL TESISISTAS		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	Martínez Córdova, Analí Tantaleán Cabrejos, José Ricardo Martín
3.2	PROGRAMA DE ESTUDIOS	Administración – Investigación I
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Entrevista () Cuestionario (X)
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<u>GENERAL</u> Proponer la implementación de canales de atención digital para mejorar el servicio al Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021.
		<u>ESPECÍFICOS</u> Diagnosticar el nivel del servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021. Identificar los canales de atención digital para mejorar el servicio al cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021. Diseñar una propuesta de canales de atención digital, que mejorarán el servicio al cliente en Electro Oriente Jaén, Cajamarca 2021.

A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud., Los evalúe marcando con un aspa (x) en "TA" si está totalmente de acuerdo o en "TD" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias

N	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 16 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la valides de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación
CANALES DE ATENCION DIGITAL		
01	<p>¿Electro Oriente debe implementar un canal de WhatsApp con buen rendimiento para mejorar el servicio a clientes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
02	<p>¿La empresa debe hacer un seguimiento periódicamente sobre el rendimiento del canal de WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
03	<p>¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente solucione errores de funcionalidad inmediateamente de su canal de WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p>

	<p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>-----</p> <p>-----</p>
04	<p>¿Electro Oriente debe añadir alertas de error para evitar problemas de funcionamiento en el WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
05	<p>¿Usted cómo usuario, cree que es fundamental que Electro Oriente configure una buena velocidad de su canal de WhatsApp para una más rápida atención?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
06	<p>¿Electro Oriente debe añadir alertas de velocidad de carga de página para evitar problemas de espera al usuario en la atención por WhatsApp?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

SERVICIO AL CLIENTE

<p align="center">07</p>	<p>¿Considera que Electro Oriente cuenta con equipos de cómputo modernos?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p align="center">08</p>	<p>¿Las instalaciones de Electro Oriente cuenta con señalización adecuada de las diferentes áreas?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p align="center">09</p>	<p>¿Considera que Electro Oriente atiende sus requerimientos en el tiempo prometido?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p align="center">10</p>	<p>¿Cree que Electro Oriente se preocupa por solucionar los problemas de sus usuarios respecto al servicio?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

	<p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	
11	<p>¿Cómo evalúa la capacidad de respuesta de Electro Oriente respecto a sus solicitudes?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p>
12	<p>¿Cuándo ha presentado alguna solicitud o reclamo, Electro Oriente ha cumplido en resolver en los plazos establecidos?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
13	<p>¿Considera usted que el trato de los trabajadores de Electro Oriente es amable y cortés?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
14	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente tienen conocimientos suficientes para atender a los usuarios?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

15	<p>¿Considera que Electro Oriente brinda a sus usuarios una atención individualizada?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
16	<p>¿Considera que los trabajadores de Electro Oriente comprenden sus necesidades como usuario respecto al servicio que brindan?</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo</p> <p>b) En desacuerdo</p> <p>c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</p> <p>d) De acuerdo</p> <p>e) Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: -----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
1. PROMEDIO OBTENIDO:		TA (16) TD ()
2. COMENTARIOS GENERALES.		
3. OBSERVACIONES.		



CARLA ANGÉLICA REYES REYES
Colegiatura N°: 008889
DNI: 17435695

Anexo 4. Solicitud de permiso y apoyo en investigación de empresa



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Jaén, 30 de junio del 2021

GWJC – 437- 2021

Dra.
JANET ISABEL CUBAS CARRANZA
Km5Carretera a Pimentel
Chiclayo. -

ASUNTO : AUTORIZACIÓN PARA QUE REALICE LA INVESTIGACIÓN.

De nuestra especial consideración.

Es grato dirigirme a usted con la finalidad de hacerle llegar mi saludo cordial; así mismo manifestarle que según lo solicitado, nuestra representada cumple con brindarle la autorización y apoyo para realizar la investigación, así como también aplicar sus instrumentos de recolección de datos que serán debidamente solicitadas a la jefatura Comercial de la UUU.NN Jaén. El estudiante asume que toda información brindada y los resultados obtenidos de la investigación serán de uso exclusivamente académico.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes.

Atentamente,


Víctor Jan Carlos Castillo Gutiérrez
Jefe Comercial UUNN Jaén

Anexo 5: Resolución



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 0409-FACEM-USS-2021

Chiclayo, 25 de mayo de 2021.

VISTO:

El Oficio N°0115-2021/FACEM-DA-USS, de fecha 24 de mayo de 2021, presentado por la Directora de la Escuela Académico Profesional de Administración, y el proveído del Decano de la FACEM de fecha 24/05/2021, donde solicita la aprobación de Proyectos de Tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 21° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado por Resolución de Directorio N°086-2020/PD-USS de fecha 13 de mayo de 2020, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los Proyectos de Tesis, de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración, del IX ciclo - semestre 2021 - I, a cargo del docente Dr. José William Córdova Chirinos, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(e)
Facultad de Ciencias Empresariales



Mg. Carla Angélica Reyes Reyes
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc.: Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN Nº 0409-FACEM-USS-2021**

Nº	AUTOR	TITULO	LÍNEA
1.	- ALCALDE VIDAURRE MARTIN JESÚS JOSIFAT - MUSAYÓN DÍAZ FIORELLA ARACELI	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CUJILLO, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2.	- BRAVO VILLEGAS NATALIE MIRELLA - CALLE YACTAYO CARLOS LUIS	GESTIÓN MUNICIPAL Y LA SEGURIDAD CIUDADANA EN LA URBANIZACIÓN FRANCISCO BOLOGNESI, DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3.	- GONZALES CHAMBA LUIS FERNANDO - DAVILA DAVILA ANA MELBA	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE MARCA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA INSTITUCION TÉCNICA CERTUS, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4.	- SAMAMÉ CALDERÓN CARLOS ALBERTO - VERA CANCINO ERIKA CATHERINE	RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN EFECTIVA COMO HERRAMIENTA PARA LOGRAR UN MAYOR RENDIMIENTO DE EMPLEADOS EN FQ SERVICIOS DIGITALES S.A.C. - CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
5.	- LLAMO MONDRAGÓN JUAN CARLOS	PLAN DE EXPANSIÓN DE LA EMPRESA CORDILLERA DEL NOR ORIENTE S.A.C., COPALLIN - BAGUA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
6.	- MARTÍNEZ CORDOVA ANALÍ - TANTALEÁN CABREJOS JOSÉ RICARDO MARTÍN	IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE - JAÉN, CAJAMARCA, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
7.	- CHILÓN CHÁVEZ FREDDY ALONSO - GÁLVEZ VÁSQUEZ CARLOS ALBERTO	ESTRATEGIAS DE MARKETING 3.0 PARA LA CAPTACIÓN DE CUENTES EN LA FERRETERIA DANYEL, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
8.	- QUISPE HUAMAN CARMEN ROSA - HUERTADO PAREDES GILMER	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, EN TIEMPOS DE PANDEMIA, PARA OPTIMIZAR EL POTENCIAL DE LOS COLABORADORES DE LA CURACAO, JAÉN, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
9.	- BALDERA DAMIAN MARIA ALEXANDRA - SABRERA AYQUIPA NORMA MERCEDES	MARKETING DE REDES SOCIALES PARA INCREMENTAR LAS VENTAS, EN TIEMPOS DE COVID, EN LA EMPRESA CORPORACIÓN EWITTO, CHICLAYO, 2021	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10.	- DAVILA TORRES JORGE LUIS CAMPOS LUCANO OMAR	EL CLIMA LABORAL Y SU RELACIÓN CON EL DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL BCP - SUCURSAL CHICLAYO, 2021.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
11.	- ALVAREZ JIMENEZ SEGUNDO STEFHANO - CHINGUEL CARHUALLOCCLO ROGER	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE "HEALTHY FOOD" EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2021.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ADMISIÓN E INFORMES

074 481610 - 074 481632

CAMPUS USS

Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

Anexo 6. Formato N° T1 – C1 – USS (autorización del autor)



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 25 de julio de 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

Los suscritos:
Martínez Córdova Analí con DNI 71592940, Tantaleán Cabrejos José Ricardo Martín con DNI 77575696

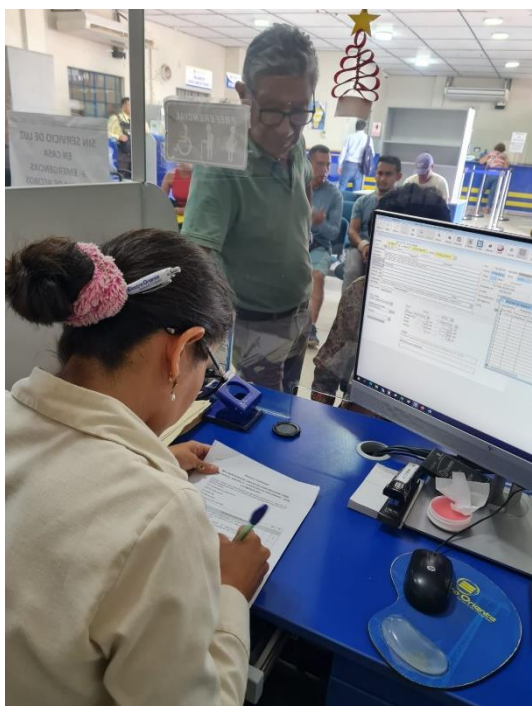
En nuestra calidad de autores exclusivos de la investigación titulada: IMPLEMENTACIÓN DE CANALES DE ATENCIÓN DIGITAL PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN ELECTRO ORIENTE-JAEN, CAJAMARCA 2021 presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizamos al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre nuestro trabajo y muestra al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.]

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
MARTÍNEZ CÓRDOVA ANALÍ	71592940	
JOSÉ RICARDO MARTÍN TANTALEÁN CABREJOS	77575696	

Anexo 7: Fotos de la aplicación de la encuesta



Anexo 08: Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Investigación Martínez Córdova y Tantaleán Cabrejos - CORRIGIENDO 2.docx

AUTOR

Martínez Córdova Analí Tantaleán Cabrejos José Ricardo Martín

RECuento DE PALABRAS

14386 Words

RECuento DE CARACTERES

80500 Characters

RECuento DE PÁGINAS

73 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

916.1KB

FECHA DE ENTREGA

Nov 29, 2023 12:55 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 29, 2023 12:56 PM GMT-5

● 19% de similitud general

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

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Anexo 9. Acta de originalidad de la investigación



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0409-FACEM-USS-2021, presentado por el/la Bachiller, Martínez Córdova Anali y el Bachiller Tantaleán Cabrejos José Ricardo Martín, con su tesis Titulada: **Implementación de Canales de Atención Digital para mejorar el Servicio al Cliente en Electro Oriente – Jaén, Cajamarca, 2021**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 19 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 12 de diciembre de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. García Yovera', is written over a horizontal line.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.