

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**



**El sistema CRM y la gestión administrativa de los colaboradores de  
la Universidad Privada TELESUP, Huacho - 2021**

Tesis para obtener título profesional de Licenciada en Administración

**Autora:**

**Bach. Cisneros Pinto, Heidy Estefanny**

**Código ORCID: 0000-0003-1408-1836**

**Asesora:**

**Mg. Ávila Alcalde, Yesenia Margot**

**Código ORCID: 0000-0001-5509-4460**

**Huacho-Perú**

**2022**

## INDICE GENERAL

INDICE GENERAL.....	i
INDICE DE TABLAS.....	ii
INDICE DE FIGURAS.....	iii
PALABRAS CLAVE:.....	vi
TITULO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
1. INTRODUCCION.....	1
1.1 ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA.....	1
1.2 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	18
1.3 PROBLEMA.....	20
1.4 CONCEPTUACION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES....	20
1.5 HIPOTESIS.....	29
1.6 OBJETIVOS.....	29
2. METODOLOGÍA.....	30
2.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	30
2.2 POBLACION Y MUESTRA.....	31
2.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	31
2.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	33
3. RESULTADOS.....	34
4. ANALISIS Y DISCUSION.....	58
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
5.1. CONCLUSIONES.....	63
5.2. RECOMENDACIONES.....	65
6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66
7. <u>ANEXOS</u> .....	<u>72</u>

## ÍNDICE DE TABLAS

N.º Tabla		Pág.
<b>Tabla 1:</b>	Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada	34
<b>Tabla 2:</b>	Cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario.	35
<b>Tabla 3:</b>	Considera que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada.	36
<b>Tabla 4:</b>	Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema.	37
<b>Tabla 5:</b>	Cree usted que este sistema CRM es confiable para el almacenamiento de la información ingresada.	38
<b>Tabla 6:</b>	Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada.	39
<b>Tabla 7:</b>	Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM.	40
<b>Tabla 8:</b>	Cree usted que con la implementación del sistema CRM, aportado con la fidelización del usuario	41
<b>Tabla 9:</b>	Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado.	42
<b>Tabla 10:</b>	El CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil.	43
<b>Tabla 11:</b>	Considera que las metas que se programan se cumplen.	44
<b>Tabla 12:</b>	Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional.	45
<b>Tabla 13:</b>	Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución.	46
<b>Tabla 14:</b>	Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema.	47
<b>Tabla 15:</b>	Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema.	48
<b>Tabla 16:</b>	Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador.	49
<b>Tabla 17:</b>	Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema.	50
<b>Tabla 18:</b>	Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM.	51
<b>Tabla 19:</b>	Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas.	52
<b>Tabla 20:</b>	Presenta su jefe un buen liderazgo.	53
<b>Tabla 21:</b>	La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes.	54
<b>Tabla 22:</b>	Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada.	55
<b>Tabla 23:</b>	Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos.	56
<b>Tabla 24:</b>	Resultado de correlación de las variables.	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

N.º Tabla		Pág.
<b>Tabla 1:</b>	Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada	34
<b>Tabla 2:</b>	Cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario.	35
<b>Tabla 3:</b>	Considera que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada.	36
<b>Tabla 4:</b>	Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema.	37
<b>Tabla 5:</b>	Cree usted que este sistema CRM es confiable para el almacenamiento de la información ingresada.	38
<b>Tabla 6:</b>	Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada.	39
<b>Tabla 7:</b>	Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM.	40
<b>Tabla 8:</b>	Cree usted que con la implementación del sistema CRM, aportado con la fidelización del usuario	41
<b>Tabla 9:</b>	Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado.	42
<b>Tabla 10:</b>	El CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil.	43
<b>Tabla 11:</b>	Considera que las metas que se programan se cumplen.	44
<b>Tabla 12:</b>	Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional.	45
<b>Tabla 13:</b>	Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución.	46
<b>Tabla 14:</b>	Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema.	47
<b>Tabla 15:</b>	Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema.	48
<b>Tabla 16:</b>	Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador.	49
<b>Tabla 17:</b>	Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema.	50
<b>Tabla 18:</b>	Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM.	51
<b>Tabla 19:</b>	Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas.	52
<b>Tabla 20:</b>	Presenta su jefe un buen liderazgo.	53
<b>Tabla 21:</b>	La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes.	54
<b>Tabla 22:</b>	Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada.	55
<b>Tabla 23:</b>	Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos.	56
<b>Tabla 24:</b>	Resultado de correlación de las variables.	57

**Palabras clave:**

<b>TEMA</b>	Sistema CRM, Gestión administrativa
<b>ESPECIALIDAD</b>	Administración

<b>Theme</b>	CRM system, Administrative management
<b>Specialty</b>	Management

**Línea de Investigación:**

<b>Línea de Programa</b>	<b>OCDE</b>		
	<b>Área</b>	<b>Sub Área</b>	<b>Disciplina</b>
Gerencia Estratégica	Ciencias Sociales	Economía y Negocios	Negocios y Management

**Research Line:**

<b>Program Line</b>	<b>OCDE</b>		
	<b>Área</b>	<b>Sub Área</b>	<b>Discipline</b>
Strategic management	social Sciences	Economy and business	Business and Management

**“El sistema CRM y la gestión administrativa de los  
colaboradores de la Universidad Privada Telesup, Huacho –  
2021.”**

**"The CRM system and the administrative management of  
the collaborators of the Telesup Private University, Huacho  
- 2021."**

## **Resumen**

El propósito de la investigación fue explicar que el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021, siguiendo sus lineamientos en su metodología corresponde a una investigación básica de enfoque cuantitativo de tipo correccional debido a que se pretenden probar las Hipótesis formulada en el proyecto la cual se diseñó un cuestionario que fue validado por el juicio de expertos y su confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach con una población muestral de 7 colaboradores. Para el procesamiento se hará uso del programa de Excel, que permitió organizar la información obtenida con datos numéricos y porcentuales.

Se afirma que existe una relación significativa moderada entre el sistema CRM y la gestión administrativa, Rho Spearman es 0,625  $p=0,000 < 0,05$ , en cuanto al sistema CRM no se está dando buen uso ya que solo un 43% de los colaboradores manifiesta que siempre las metas programadas se cumplen, la gestión administrativa es deficiente ya que solo un 57% indica que siempre tiene establecidas sus funciones a realizar dentro del sistema, incidiendo en una buena gestión ya que un 43% considera que siempre la comunicación es clara y fluida entre el personal y los jefes.

## **Abstract**

The purpose of the research was to explain that the CRM system is related to the administrative management of the collaborators of the private university Telesup, Huacho - 2021, following its guidelines in its methodology, it corresponds to a basic research with a quantitative approach of a correctional type because The hypotheses formulated in the project are intended to be tested, in which a questionnaire was designed that was validated by expert judgment and its reliability through Cronbach's Alpha with a sample population of 7 collaborators. For the processing, the Excel program will be used, which allowed organizing the information obtained with numerical and percentage data.

It is stated that there is a moderate significant relationship between the CRM system and administrative management, Rho Spearman is  $0.625$   $p = 0.000 < 0.05$ , in terms of the CRM system it is not being used well since only 43% of the collaborators manifest that the programmed goals are always fulfilled, the administrative management is deficient since only 57% indicate that they always have established their functions to be carried out within the system, influencing good management since 43% consider that communication is always clear and flow between staff and manage

## **1. Introducción**

### **1.1. Antecedentes y Fundamentación científica.**

#### **Antecedentes**

##### **En lo internacional:**

**Guerola (2021)**, Esta tesis tuvo como objetivo automatizar la fuerzas de ventas de la organización en lo cual menciona que toda acción que se puede generar a través de este sistema CRM en las diversas áreas que tiene la organización siendo las fundamentales el área de ventas, marketing y servicios, las cuales les permitan con este sistema unificar y poder generar una correcta base de datos, esta investigación se tomó inicio como un estudio bibliométrico y esto es porque quiere detectar los focos de la investigación llegando a la conclusión que el estudio para poder tener una buena relación con el cliente es tener una buena cultura de gestión los cuales deben estar de la mano con cada área.

**Saavedra (2019)**, La tesis de investigación tuvo como principal objetivo encontrar si la gestión administrativa y la calidad de servicio entre lazan una relación, teniendo una población de 33 colaboradores el análisis que realizaron fue hipotético deductivo usando un diseño de tipo no experimental de nivel correlacional, como instrumentó fue la escala de LIKERT, donde se como resultado tuvo que se da una relación significativa entre la gestión administrativa institucional y la calidad del servicio, en su prueba estadística de la Rho de Spearman se observó que mantiene una relación entre ambas variables de estudio con un coeficiente de correlación del 0.721.

**López y Alfonso (2018)**, En esta tesis de investigación tuvo el objetivo de dar a conocer una nueva idea de implementación de software de gestión de clientes a la organización Pri5ma S.A.S, ya que carecía de poder contar con una buena estructura organizacional de tener en sus fila una buena planeación comercial efectiva ya que no tenía en cuenta en tener contacto directo con sus clientes y

esto se debía a no contar con un sistemas de información que puedan apoyar a la organización a mejorar los procesos una investigación de tipo descriptiva ya que la organización necesita tener como prioridad la opinión de sus clientes con los que cuenta y dar un énfasis en potenciar sus debilidades y ofrecer un servicio adecuado a lo que requiere el mercado en donde se obtuvo la opinión de los encuestados

**Sabogal y Vargas (2017)**, La presente tesis tuvo como finalidad dar a conocer una manera de como la gestión administrativa va a fortalecer el rendimiento de los colaboradores, donde su metodología tuvo un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo donde se utilizó una encuesta para recolección de datos llegando a los resultados de que se muestra una necesidad de replantear cambios dentro de la empresa , adecuar y reformular como se tenía organizada el lineamiento orgánico gerencial, donde se debe dar a conocer nuevas estrategias de seguimiento a cada colaborador que permita saber y poder valorar su desempeño, así como estimular un intercambio de experiencias académicas e investigativas entre las áreas.

**Sousa (2017)**, Tuvo como finalidad analizar la competitividad de como el sistema CRM ha revoluciona el mercado de las organizaciones como se debe basar la relación con el cliente y como se debe dar énfasis en apoyar las estrategias de poder mantener una buena relación con la tecnología. Este sistema funciona dentro de una organización y como se relaciona con la formación de los colaboradores su investigación fue de carácter mixto, cualitativo y cuantitativo desarrollando dos cuestionarios aplicando a una población de 39 personas y 139 clientes donde indica que la organización cuenta con dos ópticas diferentes y concluyendo que las empresas de servicios tienen innumerables ventajas al utilizar este sistema.

**Gallego (2017)**, En la tesis tuvo como propósito establecer el estado de maduración de los sistemas CRM y como el sector bancario ha podido

implementarlo y podido utilizarlo para el beneficio del mismo con el único fin de poder desarrollar capacidades dinámicas a su vez también el poder generar capacidades que sean dinámicas y que vayan de la mano con la tecnología en cuanto a su metodología utilizada es hipotético-deductivo con una población encuestada de 44 personas esta investigación nos da a concluir que las variables organizativas explican con resultados favorables el poder contar con un herramienta que pueda orientar al usuario y así poder explorarlo, obteniendo los resultados de que se acople a esta manera de poder ver los procesos y que con ello los colaboradores puedan tener buenas capacidades a través de su implantación.

**En lo Nacional:**

**Cajaleon (2021)**, Esta investigación se enfocó en determinar como la gestión administrativa tiene una estrecha unión con la satisfacción de los clientes su metodología fue de nivel descriptivo ya que solo recabo información dando a conocer como la gestión administrativa dentro de una organización es primordial porque va permitir en poder planificar, organizar, direccionar y controlar las tareas para poder así cumplir con todo lo requerido por la empresa llegando a la conclusión de que la organización se debe evocar a proyectarse en el tiempo que realiza cada pedido, debe haber una mejor comunicación entre las áreas y dar un énfasis al servicio que brinda a cada usuario y poder implementar una oficina de control de calidad para poder ver los cuellos de botella antes de que culmine la entrega del servicio.

**Vadillo (2019)**, En su estudio de trabajo tuvo como finalidad poder dar a conocer cómo se puede mejorar la gestión administrativa a través del sistema ERP, una empresa tuvo en cuenta el poder solucionar las siguientes problemáticas como operacionales, gestión, estrategia, estructura y organizacionales donde planteo los objetivos de cómo identificar y analizar los efectos que tiene, cómo repercute en la empresa llegando a la conclusión que la gestión administrativa mejora con la implementación con dicho sistema

permitiéndoles mejorar en diversas áreas de la empresa.

**Villegas (2019)**, En su tesis planteada su investigación tuvo la finalidad de observar como la gestión administrativa de la municipalidad provincial Anta, donde se obtuvo los resultados de que el área administrativa cuenta con un nivel regular viendo que tiene una tendencia a la negatividad y eso porque las dimensiones presentan falencias donde no hay un compromiso de los colaboradores esto se da porque no están bien establecidas las labores y funciones donde los objetivos no están siendo canalizados por todos los no son colaboradores y en con ello repercute de manera negativa por ello se evaluó de forma necesaria tomar medidas y acciones para poder corregir, plantear soluciones a los inconvenientes presentados dentro de la organización.

**López (2019)**, En su tesis se enfocaron en platear poder ver la influencia que tenía la gestión administrativa en la calidad de servicios de tecnológicos de información del sector público del distrito de Tarapoto asimismo llegó a concluir que el uso de la tecnología mejora el desarrollo y da una manera diferente de ver los cambios y acoplarse a esta nueva era tecnológica las cuales les permiten a los colaboradores el poder gestionar y tener un mejor desarrollo de los servicios que brinda.

**Tejada (2019)**, En la presente tesis tuvo la idea de poder implementar un sistema CRM para el área de gestión administrativa en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María”, la cual tuvo una investigación de tipo no experimental – transversal se realizó una encuesta a una cantidad de 30 personas entre trabajadores y cliente se validó con el instrumento de juicio de expertos y realizada para observar que la gestión administrativa pueda mejorar el rendimiento, solicitudes la atención al cliente donde se pueda obtener diversas ventajas que le permitan poder utilizarlas como una herramienta de apoyo para la gestión administrativa, el cual será de ayuda para para la organización y así poder obtener óptimos resultados con los resultados hallados

de Rho de Spearman resultado de 0.59, indicando así que observa que existe relación entre el sistema CRM es de manera moderada dando como análisis que la implementación de dicho sistema se acopla significativamente en la rendición de procesos.

**Gonzales (2018)**, En su investigación planteo la finalidad la relación que existe entre el control interno y la gestión administrativa de la empresa Leval Distribuidora, su investigación que de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional y no experimental transversal, realizando una evaluación documental apoyándose en la recopilación de la información brindada en la herramienta de la encuesta teniendo una de 0.954 a través de alfa Cronbach, obteniendo una relación positiva entre control interno y gestión administrativa con un nivel de correlación de 0.814, llegando a la conclusión de se debe implementar un adecuado seguimiento a los colaboradores que permita tener mejoras en las operaciones, procesos, controles de la organización, y ello podrá dar en enfoque de mejora en cuanto a las gestiones realizadas

**Mendoza (2018)**, La investigación tuvo como finalidad plantear la incidencia de la gestión que se realiza en el área administrativa, donde su metodología empleada fue de tipo cuantitativa analítica cuyo diseño fue no experimental, transversal, correlacional causal donde para medir como ambas variables influían entre sí para ello se determinó usar la prueba del coeficiente de correlación de Spearman (Rho) llegando a la conclusiones de que los resultados alcanzados indican que se debe implementar nuevas objetivos dentro de la gestión administrativa para mejorar la relación que existe entre los colaboradores y la organización para así poder definir bien sus objetivos para poder trabajar de manera organizada.

**Noriega (2018)**, Tuvo como finalidad su investigación en poder tener una mejora en el área de ventas en la empresa Sociedad Globalizada de Consultores S.A., implementando la utilización de un sistema CRM el cual les permita

obtener una mejor fidelización, captación y calidad de servicio para con el cliente utilizando en esta investigación un diseño experimental obteniendo las muestras de todos los clientes que tiene la empresa la cual les permitió obtener un resultado favorable de que este sistema implementado mejoras para la empresa, áreas comerciales y las áreas operativas de la empresa la cual conto con una metodología de tipo aplicativo porque va tener un carácter práctico, empírico y tecnológico ya que buscara encontrar una solución para poder incrementar sus ventas, se tuvo una población de 25 clientes y se usó la técnica de observación, experimental, análisis y observación de campo. Para la validación se sometió a la técnica de juicio de expertos para ver la validación de la misma.

**Abanto y Plasencia (2018)**, En su tesis tuvo como fuente principal el demostrar en cuanto influye la aplicación de los procesos de gestión administrativa, con la ayuda de un software para poder así optimizar la atención del cliente, donde para poder obtener los resultados realizaron una encuesta como instrumento de investigación llegando a la conclusión la mejora en la atención de las mesas teniendo también la mejora en cuanto a cada colaborar para tener una mejor atención y adecuada integración dentro de la empresa.

**Sánchez (2017)**, Tuvo como objetivo el analizar como la gestión administrativa tiene influencia en la fidelización de los usuarios en el banco, aplico un método cuantitativo, no exploratorio transversal con una población de 384 usuarios, aplicó la prueba de Chi cuadrado que las estrategias utilizadas en el banco son la fidelización del usuario planteando así nuevas ideas sobre la calidad del servicio de atención; la capacitación del personal; y, la atención personalizada. Concluyendo así que el banco tiene una gran influencia en cuanto a fidelizar a los usuarios lo cual se vio que para ellos la atención personalizada es la clave del éxito.

**Carrillo (2017)**, En su tesis de investigación planteo como el grado de influencia de “Customer Relationship Management – CRM” para la empresa donde el aplico una investigación de tipo descriptivo, ya que realizó un análisis de cada una de sus variables de estudio, planteado estrategias su tipo de investigación es pre experimental encontrándose que existe una diferencia significativa, concluyendo así que el sistema CRM tiene una repercusión positiva en la fidelidad de los comensales. Concluyendo que existe una diferencia significativa entre las variables y que la mejor estrategia que puede tener la empresa es haber implementado el sistema CRM ya que tiene una gran repercusión en la fidelización de los clientes.

**Ocampos y Valencia (2017)**, En su trabajo de investigación tuvo el objetivo determinar la relación entre la gestión administrativa y la calidad del usuario en una red fue de tipo descriptivo correlacional para la obtención de los datos se utilizó la técnica de la encuesta donde el instrumento fue el cuestionario con una muestra de 39 trabajadores, desarrollando el método estadístico descriptivo e inferencial obteniendo como resultado que si existe una relación una relación significativa entre las variables de estudio, donde se nota que la adecuada gestión administrativa es la clave para brindar un servicio de calidad.

**Aguilar y Quispe (2017)**, En su trabajo de investigación tu como fin el plantear un análisis de los procesos de la empresa GAMEL, cuyo enfoque fue una metodología de tipo tecnológico su esquema de investigación está dirigido a la ejecución y producción de brindar soluciones a través de este sistema de información CRM, la cual cuenta con una serie de dificultades en el control de adquisición de alguna compra o venta que realizan por ello se plantea brindar una solución para que de esta manera la empresa pueda tomar de decisiones. Se utilizará la metodología Hefesto, el cual se enfoca en la inteligencia de los negocios el cual les permitirá a través de diversas preguntas obtener los hechos y perspectivas de la organización.

**Rojas (2017)**, En su investigación planteo como objetivo específico el poder analizar la gestión de la atención al usuario a través de la implementación de un sistema CRM su muestra estuvo constituida por todos los comensales y personal de contaba la empresa con un total de población encuestada de 26 personas dando como un resultado que puede a través de este sistema obtener una mejora también en los procesos administrativos su metodología de investigación es correlativa ya que busca ver la relación que tiene dos o más conceptos permitiéndole hacia evaluar también como se viene desarrollando la atención al cliente. En lo cual se realizó la recolección de datos mediante encuesta la cual se utilizó con el fin de recolectar la opinión de su población para medir su magnitud de confiabilidad se empleó el coeficiente de Cronbach donde se da conocer que se obtiene como resultado que se llega a aceptar la hipótesis que se cumple mejorar la gestión administrativa mediante la implementación del sistema.

**Marin y Saldaña (2017)**, En su tesis tuvo el fin de poder ver cómo repercute el impacto de implementar un software web y un móvil teniendo como autor principal el sistema CMR con la finalidad de poder dar una mejora sobre la atención de los usuarios, donde llagaron a concluir de que la el poder ejecutar la aplicación de un software web y móvil basado en CRM puede mejorar considerablemente el poder tener un menor tiempo de espera a los comensales facilitando los procesos y la atención, una mejor decisión en la toma de decisiones permitiendo a la administración de este negocio tener un mejor control y así poder responder de manera adecuada a las necesidades de sus comensales.

### **Fundamentación científica.**

#### **a) Sistema CRM**

**García (2010)**, Nos habla que entre los años 50 y 60 es donde surge la necesidad de satisfacer al usuario apostando así por optar de nuevos sistemas tecnológicos CRM, que ayuden a satisfacer al cliente.

**Enciso (2016)**, Nos dice que hoy en día es inevitable no hablar de tecnología y optar por sistemas CRM, que se ha vuelto una necesidad dentro de las empresas el poder acoplarlas dentro de sus áreas administrativas que se pueda integrar de manera eficiente y con mucha fluidez no solo para acelerar procesos sino también para reducir costos.

**Valle (2015)**, Indica que es un indicador muy utilizado hoy en día por las empresas porque les permite la adecuarse a todos los usuarios y así relacionarse mejor con las áreas.

**Revista científica: Visión de Futuro (2013)**, Nos mencionan que el servicio que brinda busca que las empresas siempre puedan satisfacer los que los clientes requieren ya que también forma un factor fundamental dentro de la organización y que este sistema CRM le permite tener diversas herramientas con el objetivo de mejorar los servicios que presta la organización.

#### **Que es el sistema CRM**

**Abad (2017)**, Nos dice que una buena gestión se da con la relación de los usuarios cuando se analiza las interacciones que tiene con la organización y esto se puede ver haciendo un análisis de las llamadas, reuniones, emails, compras, reclamaciones o incidencias. CRM es análisis de datos y toma de decisiones a partir de estas relaciones.

**Brunetta (2014)**, Da un enfoque de que el sistema CRM es una herramienta fundamental en cuanto a la buena ejecución de estrategias en los negocios de las organizaciones priorizando así optimizar sus aumentos de ganancias y la satisfacción de sus comensales. Le da un enfoque en el nivel de los negocios diciendo que se busca es generar un balance entre el valor de

mercado de la compañía y el valor del consumidor en donde le el enfoque es la utilización de la tecnología y como conecta y se aplica en las empresas. La era tecnológica permite tener un alto conocimiento del cliente es una estrategia que deben ser aplicadas por las organizaciones ya que permite poder ver, atraer y retener a los clientes. Así mismo la utilización de herramientas para el apoyo es fundamental ya que facilitaran su aplicación a través de una base de datos del cliente para una mejor toma de decisiones.

### **Importancia del sistema CRM**

**Gallego (2017)**, Nos indica que tiene 3 formas de ver el sistema CRM:

El primero va orientado al análisis del mercado donde nos dice que va tener un factor fundamental en las estrategias de la compañía y se va centrar en desarrollar un servicio de calidad.

El segundo que va orientado al tema de procesos en esto se relaciona en los procesos internos de la organización deduciendo así que las relaciones que tienen con sus usuarios la importancia adecuada que debe ser un aspecto fundamental dentro de las organizaciones.

El tercero es que los sistemas CRM van a poder dar una mejor aplicación al uso de los datos formando una base de información de lo que se ingresa en el software pudiendo así facilitar el poder determinar una estrategia efectiva acerca de cómo abarcar los propósitos de los usuarios.



**Figura 1. Función del CRM**  
Fuente: Elaboración Propia

### **Características:**

**Bonanno y Peláez (2020)**, Las principales características del Sistema CRM según son los siguientes:

- Gestión de contactos el poder contar con una interacción disponible en la Web o en algún dispositivo, reduciendo así el grado de usabilidad y la necesidad de realizar capacitaciones prolongadas.
- Un seguimiento a las interacciones, controlar la organización y poder conocer y saber poner en ejecución las actividades de cada función que se realice.
- Gestión de oportunidades de venta la clave para tener un proceso de gestión claro y con una mayor aceptación es contar con herramientas tecnológicas que permitan un menor tiempo de respuestas al usuario a la vez se ajuste a lo requiere la organización.
- Un punto fundamental también es el uso de medios de correos las cuales se integrarán de manera adecuada y permitirá realizar un buen control y segmentar los contactos que cuenta la organización.
- A esto también se suma el poder recopilar de manera optimo cada información que llegue y se ingresa a este CRM facilitando el acceso a todos los miembros de la empresa a tener a la mano toda lo recopilado.
- Automatización de los trabajos que se realiza dentro del sistema creando flujos de trabajo que activan diferentes maneras de poder saber administrar el uso de esta herramienta ya que envía recordatorios de las actividades que debe dar prioridad para tener un optimó resultado.

### **Objetivo del sistema CRM**

**Gonzalo (2014)**, Los principales objetivos que persigue el sistema CRM serian:

- Conocer a fondo a sus usuarios.
- Fidelizar con los usuarios.
- Hacer relación con nuevos usuarios.

## **Implementación de un sistema CRM**

**Brunetta (2014)**, Nos dice que para poder implementar un sistema se debe contar con una orientación en el cual se debe enfatizar en el usuario donde se debe sincronizar principalmente la organización, también nos recomienda 10 pasos que se deben tener en cuenta:

- ✓ **Justificar la necesidad:** aquí nos aporta que se debe desarrollar un sistema como herramienta tecnológica.
- ✓ **Determinar objetivos:** dar énfasis en centrar como se encuentra en ese momento la organización y cuáles son sus metas establecidas.
- ✓ **Designar un líder:** optar por tener un responsable del monitoreo de las tareas asignadas.
- ✓ **Asegurar una amplia participación:** automatizar la participación de todos dentro de la organización.
- ✓ **Relevamiento y diagnóstico:** se debe ver los recursos que cuenta la organización y delinear estrategias y tácticas.

## **Estrategias del sistema CRM**

**Walterman (2018)**, Nos hace mención que esta estrategia se basa en dar conocer una herramienta para dar posibles soluciones a la realización de un buen uso del sistema CRM, ya que en esta era es de suma importancia contar con las herramientas que agilicen la atención al usuario y así poder fidelizar, llegando con esto a que el usuario que pueda identificar más con la organización para ello también es fundamental que se planteen objetivos donde la creatividad y la imaginación son de sus importancias para su formulación. Estas estrategias son aplicadas dentro de la organización, pero centrarse en el eje principal que son los usuarios donde cita la siguiente: “resulta de mucha importancia el poder modificar la estructura organizativa y los procesos para conseguir una empresa centrada y que se ha bien recibida al ojo del cliente. Sus procesos deben ser bien establecidos y redefinidos para mejorar su eficacia y eficiencia” basándose en:

- Enfatizar con el usuario.

- Crear un vínculo con el usuario.
- Ver la manera de enfocar estrategias a gusto del usuario.
- Aplicar como dar interés al servicio o producto que ofrece la empresa.
- Cuidado, atención, soporte al usuario.

### **Dimensiones del sistema CRM**

**Clavijo (2022)**, En el mercado existen muchas opciones que ofrecen un sistema de CRM, ya sea local o en la nube. Es poder dar un énfasis de cómo identificar, capturar, llegar, sostener y potenciar las relaciones que se debe dar con el usuario para lograr los objetivos de las partes involucradas” teniendo 3 partes que se debe tener en cuenta:

- ✓ **CRM ANALITICO:** Es el cual se basa en analizar al usuario y luego a tomar decisiones importantes la cual están generando mediante herramientas operacionales con la finalidad de administrar el desempeño de la organización.
- ✓ **CRM OPERACIONAL:** Es la encargada de permitir que el proceso de la organización se enfoque en aumentar la eficiencia a la vez que pueda medir diariamente las operaciones del cliente dando un seguimiento a todas las dudas que presente ya que se obtendrá una base de datos que se la herramienta para generar estrategias según el sistema CRM.
- ✓ **CRM COLABORATIVO:** van hacer todos aquellos servicios que colaboren a la organización y que puedan dar un valor agregado a la organización que le permita diferenciarse y que les permita mediante todos los canales de comunicación poder llegar al usuario y que así puedan obtener la información de primera línea.

#### **b) Gestión administrativa:**

**Roque (2016)**, Él nos habla que la clave es saber dar puntos clave para enfatizar en las estrategias de gestión administrativa en la mejora a la atención al cliente están relacionadas en las estrategias que de esa manera se

tiene una mayor efectividad y se debe tener la opinión de las personas comprometidas dentro de la organización como son los colaboradores.

**Guerra (2015)**, Da un punto de vista de cómo se debe tener en cuenta la gestión administrativa que es un conjunto de las acciones mediante el cual los directivos podrán desarrollar actividades para el mejor cumplimiento de sus funciones las cuales se deben enfatizar en la planeación, organización, coordinación y control.

**Huamán (2018)**, En su trabajo nos habla que las gestiones administrativas para lograr crecer se deben tener en consideración las funciones que se deben desarrollar y que para llegar a ello se deben dar un énfasis a que cada colaborador aplique la planeación, direccionar y control de cada información recolectada.

**Bachenheimer (2016)**, Nos habla que la gestión administrativa tanto como la toma de decisiones son realizados por los órganos de dirección, administración y control de una organización se basan en principios y métodos de administración que son los puntos fundamentales dentro de la organización y les permite tener una mejor toma de las decisiones que deben ser las adecuadas para la institución.

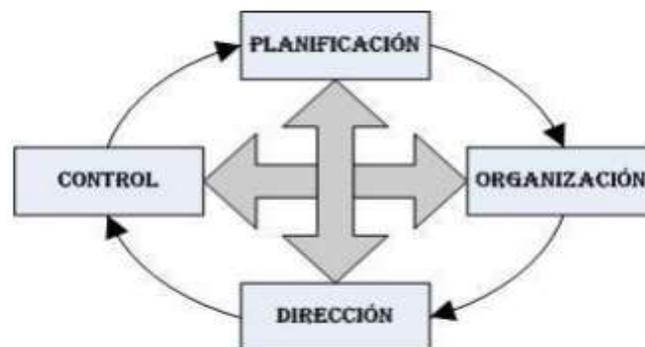
### **Características de la gestión administrativa**

**Huamán (2018)**, Nos indica que las principales características están basadas en la teoría o explicación de las cuales son las siguientes:

- ❖ Universalidad: nos dice que fundamental el tener en cuenta el grupo social dentro de la empresa.
- ❖ Valor instrumental: su finalidad es poder en práctica lo establecido.
- ❖ Multidisciplinar: utiliza el conocimiento de otras ciencias y técnicas.
- ❖ Especialidad: indica que la administración es de acción específica lo cual no puede confundirse con otras disciplinas.
- ❖ Flexibilidad: es porque adoptan a lo que requieren cada organización por lo cual se llegara a poder aplicar de manera establecida.

### **Importancia de la gestión administrativa**

**Artículo Universidad Latina de Costa Rica (2022)**, Dentro de una organización es fundamental la gestión administrativa tiene como objetivo el de plantear contribuir con la mejora del crecimiento de la misma lo cual se debe realizar mediante varios procesos de aplicación como la planificación, organización, dirección y control buscando siempre la optimización de tener una buena gestión y la organización alcance sus objetivos.



*Figura 1: Los cuatro pilares de la gestión administrativa*

### **Objetivos que se propone la gestión administrativa**

**Blog Economipedia (2022)**, Nos menciona que se debe tener en cuenta el de incorporar a la gestión administrativa:

- El de optimizar los objetivos claros dentro de la gestión administrativa para poder lograr un mejor manejo del desempeño de los colaboradores.
- Tener un control de cada función de los procesos dentro de la empresa para una comprensión de lo que se está realizando.
- Que cada función que se realice de manera sencilla y eficaz para un mejor logro de los objetivos.
- Ofrecer un mejor servicio con el uso de la tecnología que puedan ayudar a mejorar las funciones de cada colaborador.

### **Principios de la gestión administrativa**

**Blog Economipedia (2022)**, Nos menciona que se rige por los siguientes principios:

- **Planificación:** esto sin duda se debe realizar apropiadamente delimitando los objetivos que se proponen alcanzar.
- **Coherencia:** en este punto se ven las tareas y responsabilidades que deben ser establecidas de forma racional.
- **Disciplina y orden:** son aquellas reglas que se deben establecer de forma sistemática y organizada.

### **Dimensiones de la gestión administrativa**

Los principales pilares de la administración según algunos investigadores:

#### **Planeación:**

**Louffat (2015)**, sostuvo que la planeación es una acción encargada de poder brindar un apoyo, orientación, que ofrece las pautas del camino que quiere seguir la organización, brindándole un panorama de cómo diagnosticar y percibir la mejor alternativa dentro de las áreas administrativas para llegar a una óptima realización para dar con la realización que sea acorde con lo que requiere la empresa y optimizar sus tiempos.

**Bernal y Sierra (2013)**, Su apreciación es que la planeación viene hacer una herramienta mediante el cual se fijan metas a corto, largo y mediano plazo que se debe cumplir y que para alcanzarlos y se puedan formular diversas maneras de integración ya sea con las actividades que se desarrollan por parte de la organización permitiéndoles así una óptima estrategia para el beneficio de la misma.

**Ocampos y Valencia (2017)**, Va ser una guía de cómo seguir y plantear cada función que se deben incorporar dentro de la organización sea de forma ordenada permitiendo así llegar a sus objetivos establecidos dentro de la empresa orientándolos a realizar las mejores estrategias y coordinación todo para el mejoramiento de poder sacar a delante cada área que este dentro de la empresa.

**Organización:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, Es donde se va ejecutar el poder tener de manera ordenada y distribuida las funciones del trabajo a realizar para así alcanzar los objetivos de la organización.

**Louffat (2015)**, Nos indica que la empresa va ser la encargada de poder establecer el ordenamiento de manera interna dentro de la organización y que debe estar relacionada con la planeación estratégica.

**Dirección:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, Es la ejecución de las actividades detalladas, teniendo como principal objetivo concluir hacia la eficiencia productiva.

**Louffat (2015)**, Sostuvo que se va encargar de poder observar toda aquella relación de la gestión administrativa que existe entre los colaboradores y las encargadas de hacer cumplir de llevar a cabo, todo aquello que se ha establecido por el bien la buena ejecución de cada objetivo establecido, planeado y organizado, por medio de los trabajadores quienes son el eje principal de la empresa.

**Chiavenato (2014)**, Nos hace mención de que uno de los papeles fundamentales de la dirección es poder ejecutar cada acción y dinamizar la empresa. La cual estará relacionada con cada acción que se realice y que dentro de ello se involucran los colaboradores. Estando encargado directamente la relación y la disposición de los recursos humanos de la organización.

**Control:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, Va ser el encargado de poder medir aquellas funciones que se de asegurarse de que se estén cumpliendo de manera óptima, planificada y corrigiendo todo aquello que no esté establecido dentro de la empresa.

**Louffat (2015)**, Nos habla de cómo se va dar a emplear y realizar un control para determinar el grado de eficacia y eficiencia teniendo como clave hallar

aquellos resultados logrados basándose en los objetivos establecidos por la empresa. El control se debe realizar cada periodo y nunca se debe realizar al final sino debe ser permanentemente para poder así tener la certeza de poder subsanar alguna deficiencia administrativa en el momento adecuado, y hace implementar controles que sean concurrentes y posteriores a las acciones administrativas.

**Chiavenato (2014)**, Nos afirma que la finalidad es poder regular todos aquellos resultados que se han planteado, organizado y dirigido, para que se ajusten tanto como sea posible a los objetivos establecidos y planteados dentro de la organización. La esencia va residir en comprobar cómo se lleva a cabo la actividad y poder así controlar si se consigue o no los objetivos establecidos y requeridos.

## **1.2. Justificación de la investigación**

Es la que va ser de suma importancia, ya que nos permitirá analizar cuan efectivo ha sido implementar este sistema dentro de la universidad privada telesup, también ver como esta se relaciona con las áreas de gestión administrativa de los colaboradores, por lo tanto, hemos creído conveniente justificar en los siguientes aspectos:

### **Justificación Teórica**

La elaboración y aplicación es de suma importancia para observar la influencia que va tener este sistema CRM en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, donde la presente investigación propone el poder implementar el uso de la tecnología ya que es de mucha ayuda para el desarrollo humano.

### **Justificación Científica**

Va ser un aporte a la ciencia porque valida el nivel de confiabilidad que permite implementar las estrategias CRM dentro de las organizaciones, por lo tanto, la presente investigación aporta a la ciencia y a la tecnología porque dará a

conocer nuevos enfoques teóricos en relación a las variables planteadas de estudio, ya que previamente se revisará otros aportes científicos para poder así hacer un análisis ante situaciones de un periodo que se dio en periodo determinando.

### **Justificación Practica**

Esta investigación estuvo realizada con el propósito de aportar el crecimiento de los colaboradores de la universidad privada telesup , como instrumento de evaluación del logro de competencias en el uso de la importancia de la tecnología y así poder llegar de una manera adecuada al usuario, cuyos resultados de estuvieron detallados dentro de esta investigación donde se podrá sistematizar en una propuesta para ser incorporado como conocimiento en la organización y saber cuan efectivo asido poder implementar este sistema CRM, ya que se estaría demostrando que el uso de las tecnología mejora en gran parte el avance de la organización.

### **Justificación metodológica**

Para nuestro estudio se realizó de manera rigurosa el uso del instrumento, de una manera confiable y validada por profesionales expertos de la materia, con el fin de poder dar a conocer una información de la realidad actual en relación a la problemática planteada, tanto así que se dará a conocer una descripción de manera real de cómo se dieron los hechos en un momento determinado, la investigación será descriptiva correlacional y con un diseño no experimental donde no habrá ninguna alteración de las variables en estudio.

### **Justificación Social**

La elaboración de sistemas que ayuden a las empresas a la mejora y fidelización de la organización hoy en día es de suma importancia el que los colaboradores puedan contar con sistemas de software esto hará que haya mucha más demanda en obtener canales de acceso para poder tener una aproximación más adecuado al usuario.

### **1.3. Problema**

En el sistema CRM se observó que los colaboradores presentaban dificultades con la implementación de esta nueva herramienta y esto se debió a que la relación con la gestión administrativa carecía de un buen liderazgo porque no había una buena coordinación con el jefe y capacitaciones constantes para el buen uso del sistema, también la falta de interés de algunos colaboradores de poder adaptarse a los cambios tecnológicos y la comunicación entre cada uno de ellos que no era la adecuada ,pero también se pudo observar que algunos colaboradores indicaban que este sistema les facilitaba los tramites que realizaban los usuarios y que la veían como una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución.

¿De qué manera el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021?

### **1.4. Conceptualización y Operacionalización de Variables**

#### **1.4.1. Definición conceptual.**

##### **a) Sistema CRM.**

**Moreno (2017)**, Menciona que el sistema del CRM se basa más que todo en poder dar más efectividad a tener un canal de comunicación con el usuario a partir de sus necesidades y hacer que esas necesidades sean cubiertas para poder así contar con ventajas competitivas.

##### **Dimensiones del sistema CRM:**

##### **Integridad:**

**Gonzales (2016)**, Va corresponder a no optar por el grado de no corrupción de la documentación ingresada al dicho sistema web para una buena distribución del mejor manejo de información los cuales responderán a un mejor control de manera ordenado de la información y del proceso general de capacitación. A través de esta dimensión se

puede observar que cada información generada cumpla con lo requerido por la empresa.

**Velocidad:**

**Essays.club (2014)**, Nos dice que va de la mano con la alta rapidez de poder dar soluciones , y que el uso de aquellas herramientas son de suma importancia para poder simplificar en gran parte las capacitaciones lo cual producirá la disminución del tiempo en el registro de la información.

**Confiabilidad:**

**Essays.club (2014)**, Va corresponder al grado de aceptación de los indicadores y como a través del sistema aumenta la confianza del poder usar el sistema y poder adaptarse.

**Fidelización:**

**Blog amo CRM. (2020)**, Nos indica que deber ver una interacción con clientes con el sistema CRM es una combinación para los procesos y de la mano de la tecnología que va buscar principalmente comprender al cliente ya que el énfasis que debe prevalecer en la empresa es llegar a fidelizar al cliente dentro de la organización, ya para cada empresa siempre está en busca de sumar nuevos clientes y poder así asegurar la fidelidad de ellos ya que es el eje principal dentro de cada organización ya que eso a la larga será la clave para el crecimiento del negocio. Las principales estrategias para poder llegar a los clientes con el uso de esta herramienta son:

- ✓ Poder saber cuáles son las necesidades de los clientes.
- ✓ Tener un mejor manejo de los mensajes personalizados.
- ✓ Estar en contacto en el adecuado.
- ✓ Poder optimizar el cierre de venta.
- ✓ Poder incorporar los programas de recompensas.
- ✓ Dar de manera oportuna descuentos con facilidad.

- ✓ Facilidad al momento de la inscripción.
- ✓ Saber quiénes son esos clientes fieles a la empresa.

### **Capacitación:**

**Blog Go Virtual (2019)**, Se sabe que la era digital vino para poder dar soluciones a tener un mejor manejo y rapidez de brindar la información y es de suma importancia el involucrar a todos los trabajadores en adaptación de esta nueva herramienta permitiéndoles así la adopción y aprovechamiento del nuevo sistema. Este propósito solo se pondrá como ejemplo para ver todos los beneficios que dicha herramienta brinda, desde los niveles jerárquicos hasta todas las áreas involucradas. Donde se tiene que adoptar el sistema de Gestión de Relación de Clientes con el único propósito de que se pueda ver el liderazgo y también analizar el objetivo debe claramente ir acompañado con una capacitación y un puntual seguimiento de los colaboradores para que puedan comprender no solo sus alcances sino también lo utilicen de manera correcta para obtener el mayor provecho. Es por ello que se puede deducir el éxito del sistema CRM recae mucho en el área de marketing y ventas que deben ejecutar estas tres tácticas:

- ❖ Impulsar el cambio de cultura desde la cima.
- ❖ Dar prioridad a la capacitación.
- ❖ Implementa un proceso de capacitación continua.

### **Indicadores del sistema CRM**

#### **Seguridad de la aplicación**

**Pérez y Merino (2021)**, Nos menciona que se va encargar de salvaguardar toda la información y la privacidad de cada documento ingresado en el sistema con el fin de proteger todo lo recopilado.

### **Promedio del tiempo de respuesta**

**Artículo Pentaconsulting (2021)**, En este artículo nos menciona que la medición del tiempo de respuesta al sistema debe ser constante especialmente en la fase de generación de la base de datos.

### **Gestión de documentos**

**Bonanno y Peláez (2020)**, En este artículo nos hace mención que el sistema recopila, sube, almacena y comparte los documentos permitiéndole así a los colaboradores un acceso más rápido a la información dándole más confianza al uso de la herramienta este siendo así decisivo para la toma de decisiones dentro de la empresa estén al día con la información de mantiene la organización.

### **Marketing**

**Blog foxter.io (2022)**, Es este artículo nos dice que el Marketing es lo más cambiante dentro de la organización y que día con día va evolucionando rompiendo paradigmas de lo transaccional a emplear nuevas técnicas de software dando su mayor énfasis en el área de ventas, al Marketing relacional potenciando su estrategia en torno al usuario buscando tener un lazo de relación de confianza.

Por lo cual puede aportar algunas ventajas competitivas:

**Segmentación y personalización:** Este punto es indispensable realizar campañas de marketing evocándose siempre al usuario, y teniendo como mayor aliado el realizar los envíos de emails a los clientes.

**Automatización de procesos:** Para poder tener una fluidez dentro del sistema se puede crear alertas dentro para que el personal sea

notificado y tenga una respuesta más rápida y de prioridad a dar la información solicitada.

**Coherencia en la comunicación:** Va a proporcionar una mejor información recolectada para poder así garantizar que el personal encargado de un mensaje que sea confiable y con lo que requiere el cliente.

**Aumento del compromiso del cliente:** Le permite que la información recolectada en el CRM, pueda tener una mejor relación con los usuarios, siendo así más confiable el de brindar lo que el cliente está requiriendo y que lo reciban de manera adecuada.

**Ahorro de tiempo:** El sistema CRM da una mejor optimización del tiempo de la información que le llega a cada usuario donde es fundamental la integración, permitiendo así que los sistemas con los que se trabaja se puedan comunicar entre sí, ofreciendo una mejor automatización de los procesos del negocio.

### **Recursos humanos**

La clave de un éxito dentro de la empresa es el capital humano y también el área de recursos humanos que va ser el encargado de poder proporcionar a la empresa el personal idóneo para poder cumplir con las funciones requeridas por la empresa siendo la parte vital de cualquier empresa, ya que cada colaborador siempre debe estar adecuado a todos los cambios que presente la organización para la búsqueda del crecimiento empresarial de la misma manera se búsqueda el contar con empleados de calidad para los propósitos requeridos.

#### **b) Gestión administrativa.**

**Chiavenato (2011)**, Nos da a conocer que la gestión va ser más que todo un proceso que va combinar diversos factores que van a ser indispensables para poder apoyar a la productividad de los distintos

componentes de la organización, haciéndose de esta manera eficaz para el área de recursos humanos las cuales deben ser utilizadas de una manera a favorable”.

### **Dimensiones de Gestión Administrativa:**

#### **Planeación:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, Nos señala que es un conjunto de pasos que se deben seguir ya que le permitirá a la organización definir sus objetivos, así como también sus políticas, estrategias para poder llegar a concretar con todos los objetivos. Dentro de ello se debe recalcar que se debe tener en cuenta las siguientes actividades tales como:

- ✓ Reconocer, aplicar, ejecutar y tener en claro cada objetivo.
- ✓ Establecer cuáles serán las políticas de cómo se realizará cada función.
- ✓ Seleccionar y poner en marcha las tareas a realizar.
- ✓ Establecer un plan de logros y desempeño de las funciones.
- ✓ Anticipar a cada uno de los inconvenientes que se presenten en el futuro.
- ✓ Siempre el saber cambiar los planes según como se vayan viendo los resultados.

#### **Organización:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, Es donde se va plantear, distribuir, definir el trabajo de cada autoridad y los recursos para poder definir que recurso y actividad va requerir para llegar a cumplir con los objetivos dentro de la organización. A su vez debe tener en cuenta algunas actividades necesarias tales como:

- ✓ Establecer las obligaciones de tendrá cada colaborador.
- ✓ Distribuir a cada operario su puesto que deben ocupar en las unidades manejables y relacionadas.
- ✓ Describir cada requisito de cada cargo.

✓ Selección para la colocación de personal idóneo.

**Dirección:**

**Ocampos y Valencia (2017)**, va ser el proceso de todas las actividades a realizar, teniendo como referencia el saber guiar a los colaboradores hacia la eficiencia productiva, cooperación, confianza y conectar diversas actividades con cada personal adecuado.

**Control:**

**Koontz et al. (2012)**, La función va comprender todas las acciones establecidas y de esta manera poder asegurar que las gestiones se adecuen a las planeadas. Todos los encargados de la empresa tienen responsabilidades de control y también el de evaluar el desempeño de cada colaborador realizando evaluaciones de cómo esta yendo su desempeño y aplicar de esta manera el tomar medidas para poder así minimizar deficiencias.

**Definición de los indicadores de gestión administrativa**

**Metas:**

**Koontz et al. (2012)**, Nos hace mención que los logros siempre buscan alcanzar en periodos establecidos donde así se puedan establecer metas y exactitud hacia dónde va dirigida la organización.

**Estrategias eficaces:**

**Historia de la empresa (2022)**, Nos hace mención de las claves para tener una adecuada gestión administrativa como un adecuado control de presupuesto, un control de adaptación al cambio y establecer objetivos fijos.

**Delegación de las funciones:**

**Historia de la empresa (2022)**, Nos hace énfasis que es de necesidad en la parte administrativa el poder gestionar un adecuado proceso de

cambio y a su vez el de evaluar.

**Procesos:**

**Historia de la empresa (2022)**, Se debe garantizar que cada proceso este diseñado para obtener el máximo rendimiento y se debe identificar los problemas de manera rápida para evitar retrasos.

**Comunicación:**

**Historia de la empresa (2022)**, Muchas empresas fracasan por no tener énfasis en esta parte que es fundamental dentro de cada organización porque la falta de ella puede conducir a decisiones errores y desinformadas.

**Motivación:**

**Historia de la empresa (2022)**, Una gestión siempre llevara una correcta distribución del trabajo de cada colaborador y les debe brindar la motivación que necesitan para que su rendimiento sea optimó.

**Liderazgo:**

**Historia de la empresa (2022)**, Dentro de una gestión administrativa eficaz esta promover el liderazgo para así potenciar sus habilidades.

**Gestión de rendimiento:**

**Historia de la empresa (2022)**, Las funciones del desempeño que se dan dentro de la empresa abarca un rol fundamental dentro de la misma porque si se mantiene una buena estrategia de gestión administrativa se aplicará una retroalimentación y dirección de los miembros ayudando al mejor desarrollo de cada colaborador.

**Gestión de cambios:**

**Historia de la empresa (2022)**, Siempre va ser un reto el hacer o realizar cambios dentro de una organización por ello se debe contar con una estrategia administrativa para gestionar, evaluar y aplicarlo en la organización.

### 1.4.2. Definición operacional.

#### a) Sistema CRM

V. 1	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Sistema CRM	Es un sistema que va más allá de una simple plataforma o software, ya que le permite a la organización ha optimizar la integridad de la información que almacena dentro del sistema a su vez les aporta tener una mejor velocidad a la hora de brindar una respuesta al usuario dando le así una confiabilidad de que es una herramienta de mucha importancia dentro de la organización.	Integridad	Seguridad de la aplicación	1 y 2
		Velocidad	Promedio de tiempo de respuesta	3 y 4
		Confiabilidad	Gestión de documentos	5,6 y 7
		Fidelización	Marketing	8
		Capacitación	RR.HH	9 y 10

#### b) Gestión administrativa:

V.2	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Gestión administrativa	Es la realización de las actividades para coordinar el esfuerzo de la organización donde se debe llegar a las metas y objetivos planteados, brindando la máxima prosperidad para cada colaborador basándose en el proceso distintivo que consiste en planear, organizar, direccionar y controlar los recursos.	Planeación	Metas	11
			Estrategias eficaces	12 Y 13
		Organización	Delegación de las funciones	14
			Procesos	15 Y 16
			Comunicación	17
		Dirección	Motivación	18 y 19
			Liderazgo	20 y 21
		Control	Gestión de rendimiento	22
			Gestión de cambios	23

### **1.5. Hipótesis**

“El sistema CRM se relaciona significativamente en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021”

### **1.6. Objetivos**

#### **Objetivo general.**

1. Explicar que el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021.

#### **Objetivos específicos.**

1. Determinar los beneficios del sistema CRM de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021.
2. Detallar la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021.
3. Demostrar que el sistema CRM mejora la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho – 2021.

## 2. Metodología

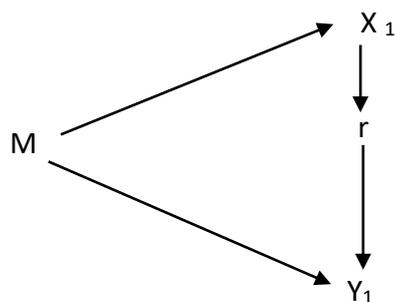
### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### Tipo de investigación.

Correspondió a una investigación básica, de enfoque cuantitativo de tipo correccional debido a que se pretenden probar las Hipótesis formulada en el proyecto parte de un marco teórico y permanece en él, con la finalidad de incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico, al respecto cabe mencionar que **(Rodríguez -2020)**, manifiesta que la investigación básica o fundamental va buscar el conocimiento de la realidad o aquellos fenómenos de la naturaleza, para contribuir a una sociedad que cada vez avanza más y más para que así pueda responder a mejorar los retos de la humanidad.

#### Diseño de investigación.

El diseño de investigación fue no experimental dado que no controlaremos las variables, observaremos el fenómeno en su espacio habitual. Fue una investigación no experimental transversal ya que se enfocará en una situación en determinado momento y utilizaremos una sola muestra. Al respecto **(Montaño 2021)**. Indica que el estudio transversal descriptivo, es donde se levantan toda la información pertinente al objeto de estudio y como está en un momento determinado dado que las mediciones y datos estadísticos jugaran un papel fundamental. En el estudio se utilizo el siguiente esquema:



Donde:

M: Muestra.

$X_1$ : Observación del sistema CRM.

$Y_1$ : Observación de la gestión administrativa.

r: relación entre  $X_1$   $Y_1$

## 2.2. Población muestral.

En el caso de la investigación científica, La población de estudio fue conformada por 7 colaboradores de la universidad privada telesup del año 2021. Según **Blog Economipedia (2022)**, nos dice que para estudiar a las poblaciones si son muy grandes se tomara una muestra, quiere decir se selecciona un subgrupo de la población objetivo y a ellos se les realiza una encuesta o prueba.

## 2.3. Técnicas e instrumentos

### Técnicas

La técnica del presente estudio fue la encuesta que se aplicará a los colaboradores de la Universidad Privada Telesup Huacho. Al respecto **Real Academia española (2021)**, Nos afirma que es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

### Instrumentos.

Se utilizó el cuestionario es la herramienta que estuvo constituida en base a cada variable con cada una de sus dimensiones, seguido de sus indicadores, el que tendrá cada ítem una escala valorativa, la cual ayudo a obtener la información para nuestra investigación. **QuestionPro (2022)**, Nos señala que es una herramienta de recopilación de información, un tipo de encuesta que cuenta con una serie de preguntas.

## **Validez y Confiabilidad de la Información**

### **La validación:**

Los instrumentos presentan validez basándonos en los antecedentes analizados y revisados según cada autor, sin embargo, en esta investigación también se ejecutó la validez por juicio de expertos.

### **Confiabilidad:**

En esta investigación para medir la confiabilidad de los instrumentos se usó el análisis del coeficiente del Alfa de Cronbach, según los trabajos previos revisados los instrumentos son confiables.

#### **Fiabilidad del instrumento del sistema CRM**

##### **Resultados de fiabilidad a nivel estadístico**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,446	10

Se puede ver con este resultado obtenido que la aplicación del alfa de Cronbach es de 0.446, mostrando que el instrumento del sistema CRM presenta una confiabilidad moderada, demostrando así que el instrumento es aplicable para poder obtener la información para nuestra investigación.

#### **Fiabilidad del instrumento de gestión administrativa**

##### **Resultados de fiabilidad a nivel**

##### **Estadístico**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,625	13

Se puede ver con este resultado obtenido que la aplicación del alfa de Cronbach es de 0.625, mostrando que el instrumento de gestión administrativa presenta una confiabilidad alta significativa, demostrando así que el instrumento es aplicable para poder obtener la información para nuestra investigación.

#### **2.4. Procesamiento y análisis de la información.**

Toda la información recolectada fue mediante la recopilación del instrumento que es el cuestionario, aplicado al personal administrativo de la universidad privada telesup huacho, se procedió a organizarlo en tablas y figuras mediante la ayuda de los programas informáticos como el Excel y el Word, el cual nos ayudara a interpretar la información recopilada en forma estadística ya que estarán ingresadas con valores numéricos y porcentuales, así podremos dar la apreciación del análisis descriptivo de la realidad actual, que nos dará lugar a dar las conclusiones y las mejoras de ser el caso.

### 3. RESULTADOS

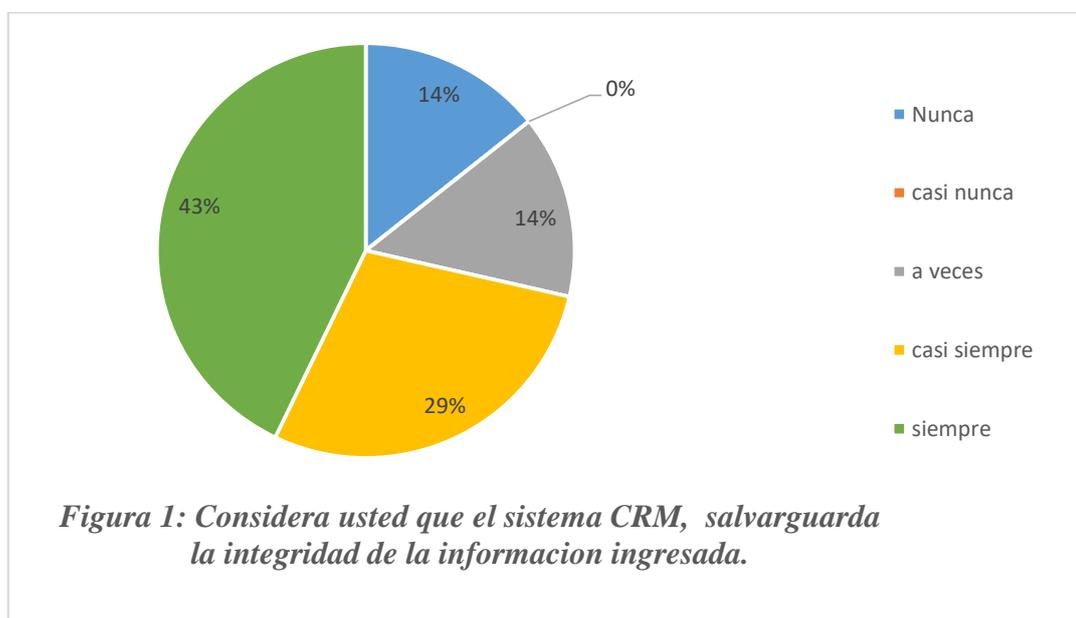
#### RESULTADO DE LA ENCUESTA A LOS COLABORADORES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP HUACHO- 2021

**TABLA 1.**

*Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	14%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	2	29%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio

#### **INTERPRETACIÓN:**

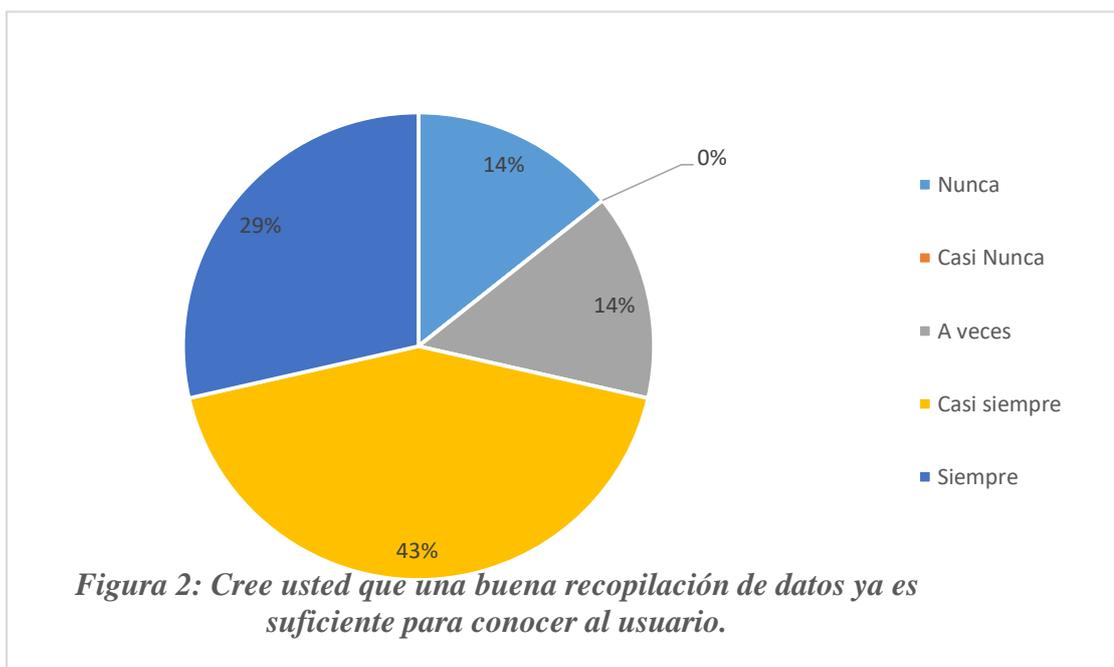
Observamos en la tabla 1, existe un 43% de colaboradores que manifiestan que siempre consideran que el sistema CRM salvaguarda la integridad de la información ingresada, por otro lado, un 29% indican que casi siempre, mientras un 14% de colaboradores coinciden que a veces y el otro 14% restante indican que nunca.

**TABLA 2.**

*Cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	14%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	3	43%
Siempre	2	29%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

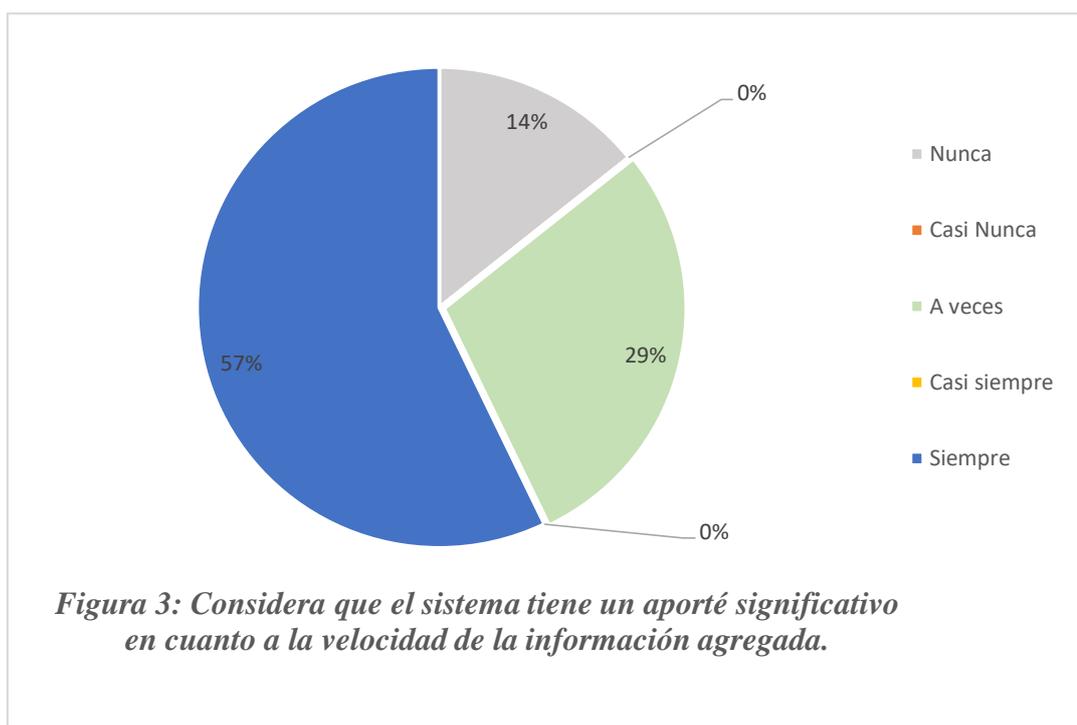
Nos muestra la tabla 2, existe un 43% de colaboradores manifiestan que casi siempre una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario, mientras que un 29% consignan que siempre, mientras un 14% de colaboradores indican que a veces y el otro 14% restante indican que nunca.

**TABLA 3.**

*Considera que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	14%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	29%
Casi siempre	0	0%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

**INTERPRETACIÓN:**

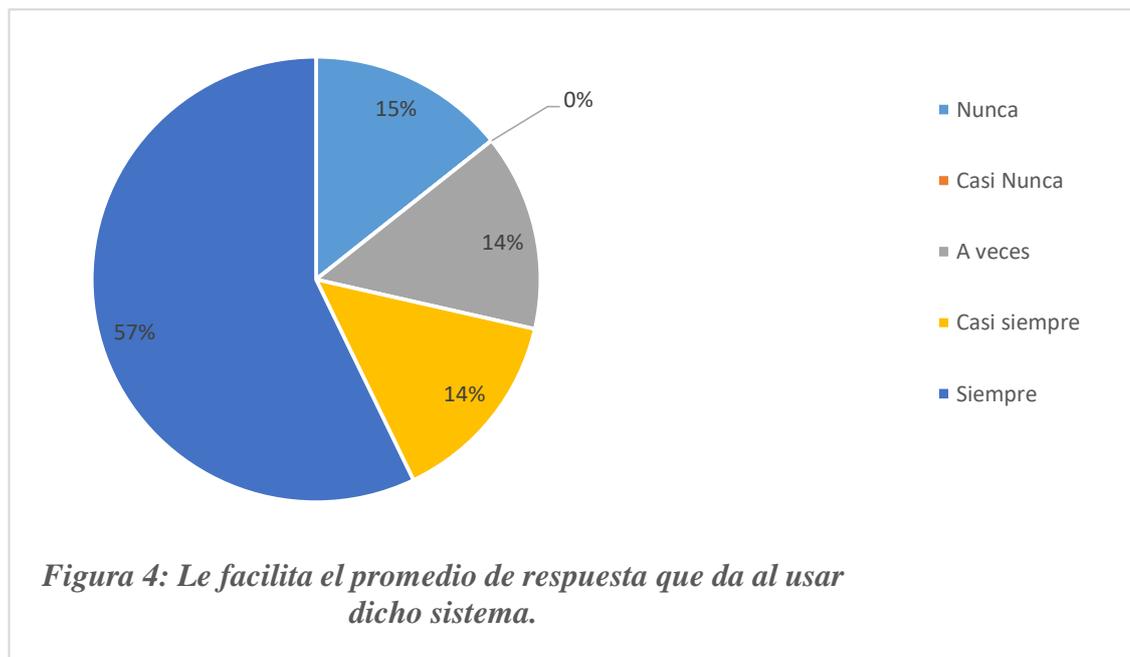
Observamos en la tabla 3, existe un 57% de colaboradores que manifiestan que siempre, el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada, mientras que un 29% manifiesta que a veces y el otro 14% de los colaboradores restantes consignan que nunca.

**TABLA 4.**

*Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	15%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	1	14%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

**INTERPRETACIÓN:**

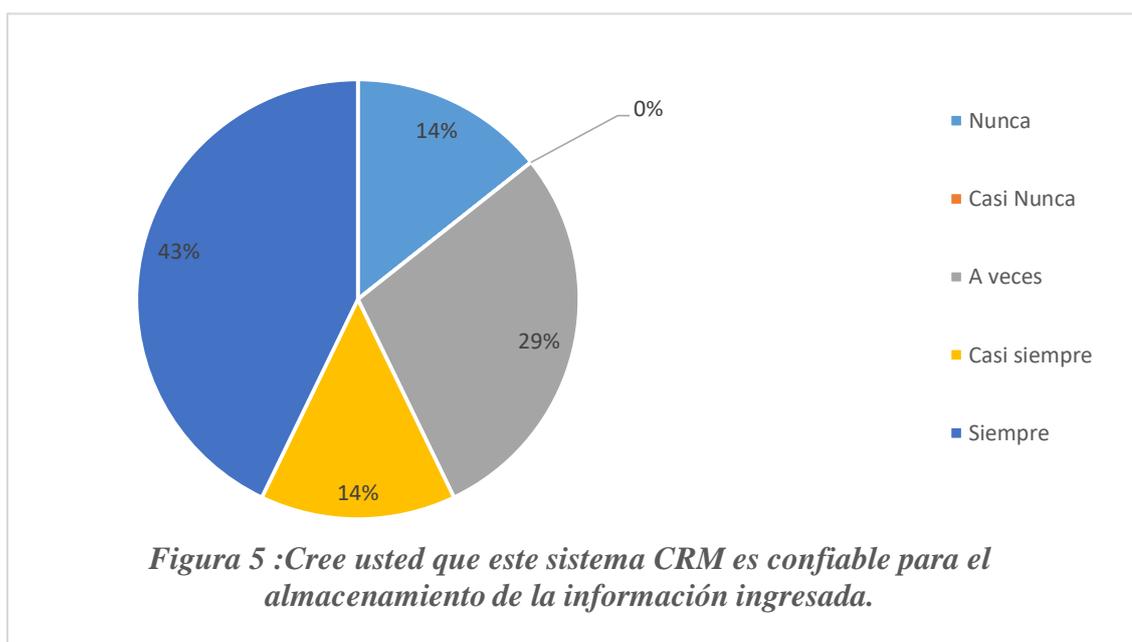
Podemos observar en la tabla 4, existe un 57% de colaboradores que indican que siempre facilita el promedio de respuesta que da a usar dicho sistema, mientras que un 15% manifiesta que nunca, mientras un 14% de colaboradores indica que casi siempre y el otro 14% restante que a veces.

**TABLA 5.**

*Cree usted que este sistema CRM es confiable para el almacenamiento de la información ingresada.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	14%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	29%
Casi siempre	1	14%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

**INTERPRETACIÓN:**

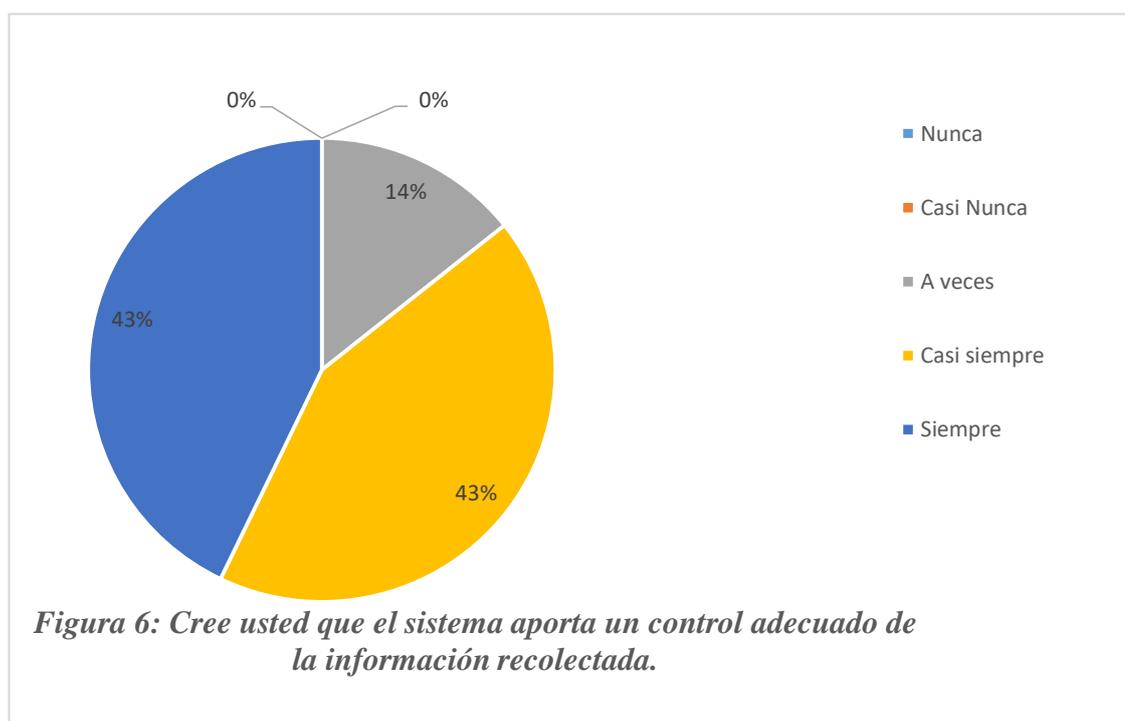
En la tabla 5, podemos ver que el 43% de los colaboradores manifiestan que siempre este sistema CRM es confiable para el almacenamiento de la información ingresada, por otro lado, un 29% indican que a veces, mientras un 14% de colaboradores afirman que casi siempre y el otro 14% restante que nunca.

**TABLA 6.**

*Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	3	43%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

**INTERPRETACIÓN:**

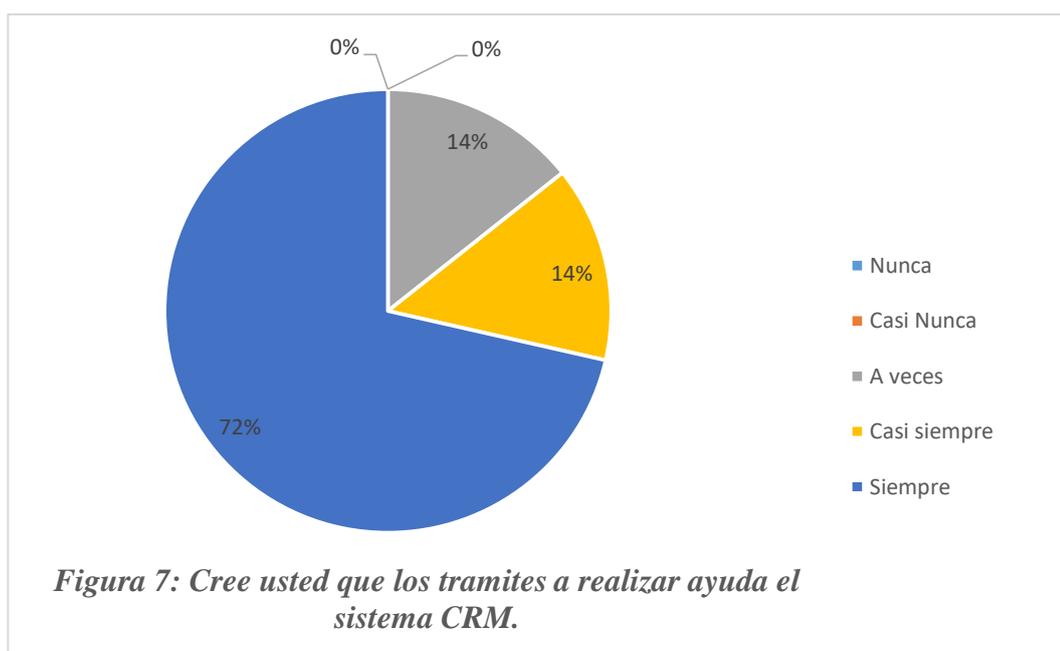
Podemos observar en la tabla 6, existe un 43% de los colaboradores que indican que siempre, mientras un 43% afirman que casi siempre, cree que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada, mientras un 14% restante de los colaboradores consideran que a veces.

**TABLA 7.**

*Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	1	14%
Siempre	5	72%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

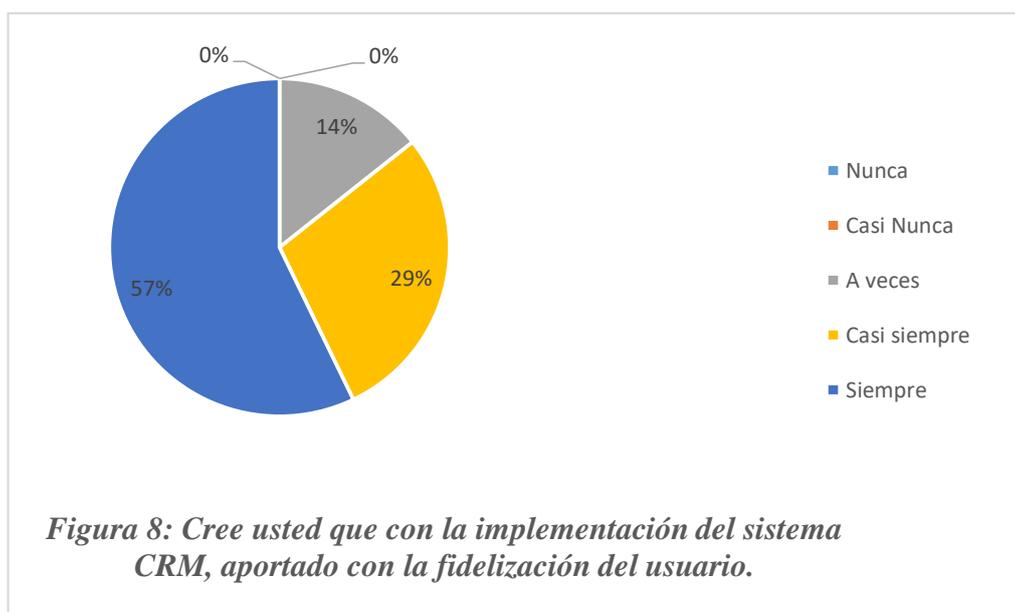
Podemos ver en la tabla 7, un 72% de los colaboradores manifiestan que siempre los tramites a realizar ayuda el sistema CRM, mientras un 14% de los colaboradores manifiesta que casi siempre y el otro 14% restante que a veces.

**TABLA 8.**

*Cree usted que con la implementación del sistema CRM, aportado con la fidelización del usuario.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	2	29%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

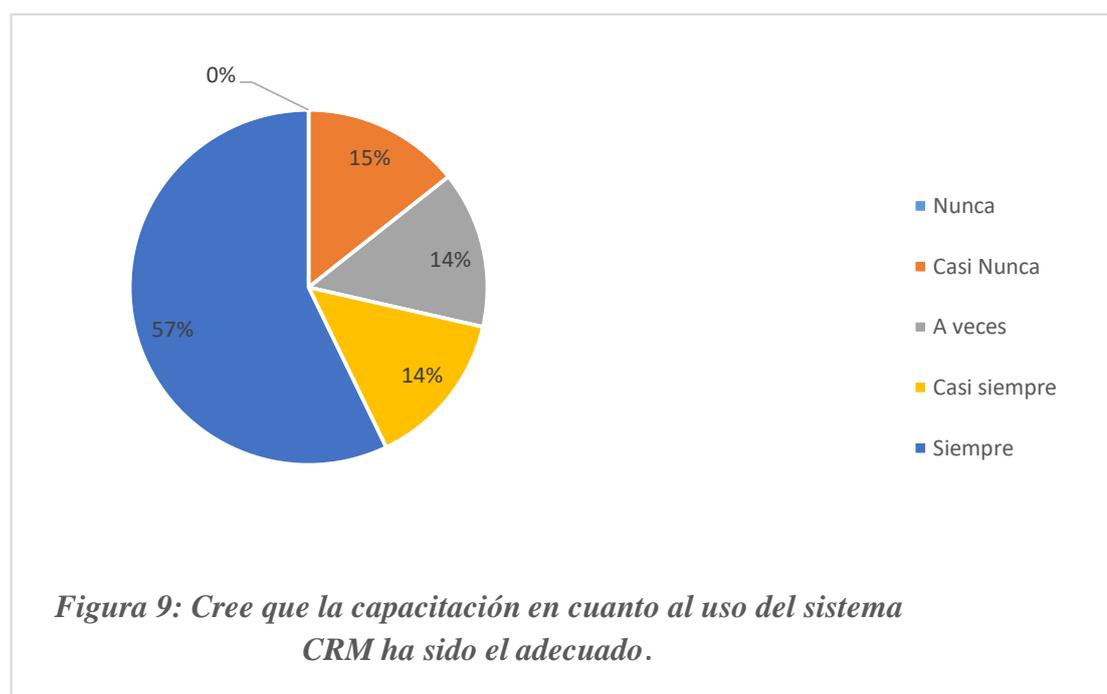
Observamos en la tabla 8, a un 57% de los colaboradores manifiestan que siempre cree que la implementación del sistema CRM, aportado con la fidelización del usuario, mientras que un 29% de los colaboradores indican que casi siempre y otro 14% restante de colaboradores manifiesta que a veces.

**TABLA 9.**

*Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	1	15%
A veces	1	14%
Casi siempre	1	14%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

**INTERPRETACIÓN:**

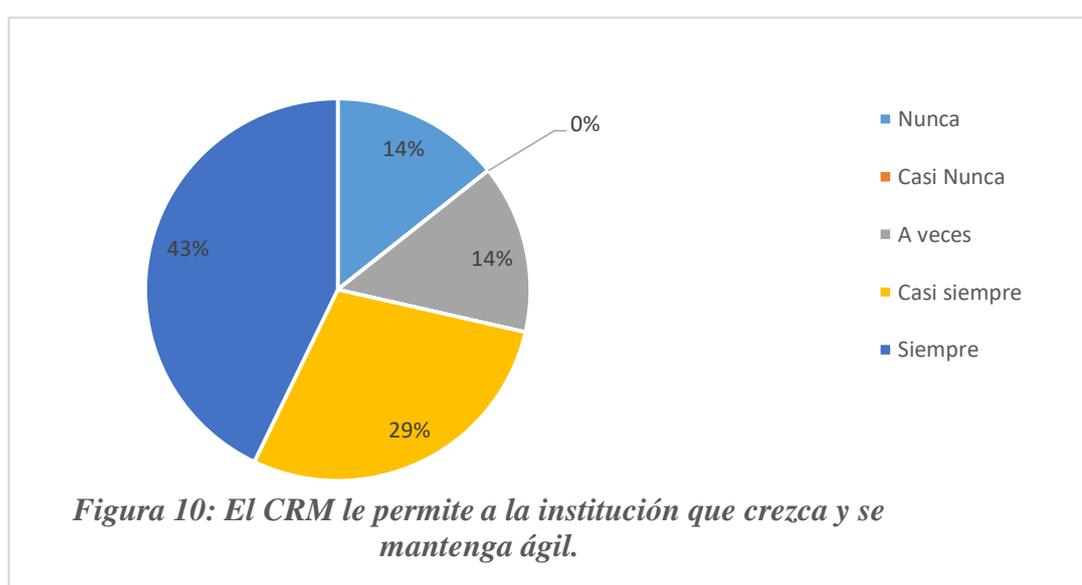
Se ve en la tabla 9, que a un 57% de los colaboradores sostienen que siempre cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado, mientras que un 15% da a conocer que casi nunca, mientras que un 14 % de colaboradores manifiesta que casi siempre y otro 14% restante indican a veces.

**TABLA 10.**

*El CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	1	14%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	2	29%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

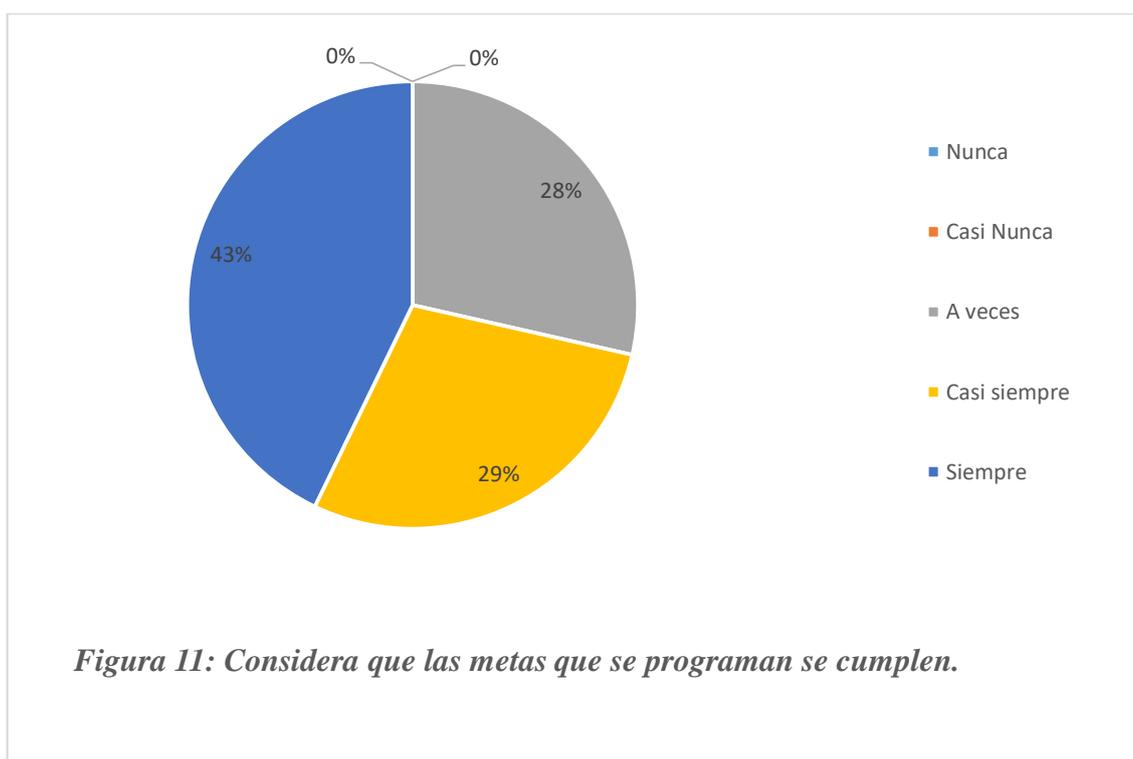
La tabla 10 nos muestra que un 43% de los colaboradores coinciden que siempre el CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil, en tanto el 29% concuerdan que casi siempre, mientras un 14% de los colaboradores manifiestan que a veces y otro 14% restante indican que nunca.

**TABLA 11.**

*Considera que las metas que se programan se cumplen.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	28%
Casi siempre	2	29%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

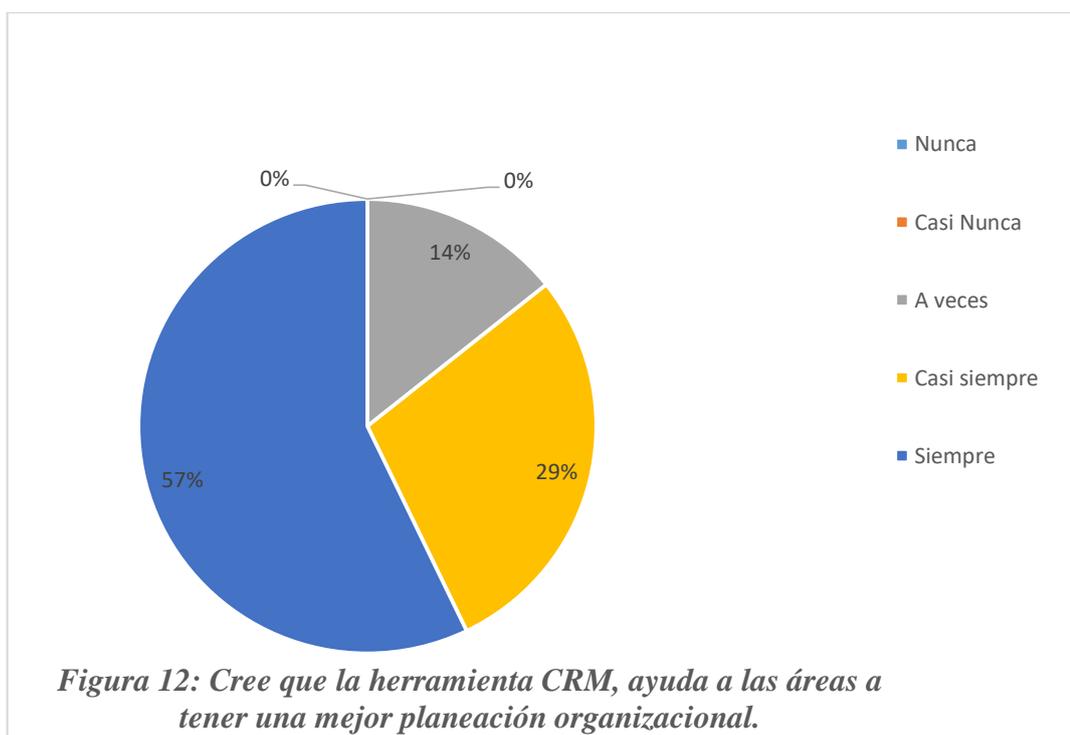
En la tabla 11 podemos observar que un 43% de los colaboradores sostienen que siempre consideran que las metas que se programan se cumplen, mientras que un 29% manifiesta que casi siempre y otro 28% de colaboradores indica que a veces.

**TABLA 12.**

*Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	2	29%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

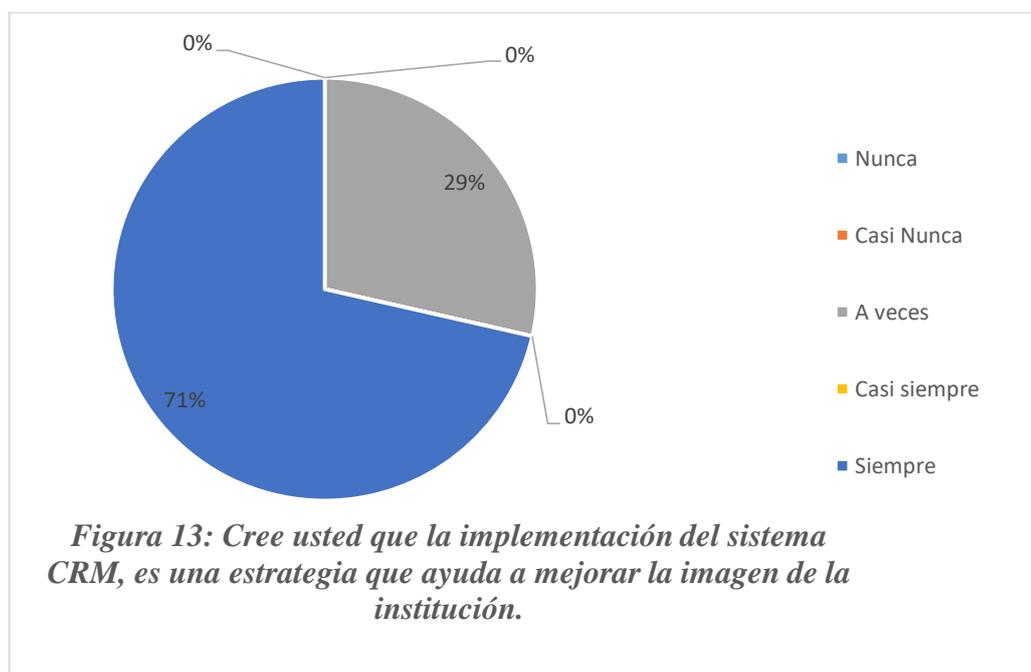
Obtenemos en la tabla 12, que hay un 57% de colaboradores coinciden que siempre cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional, por otro lado, un 29% indica que casi siempre y el 14% restante de colaboradores consignan que a veces.

**TABLA 13.**

*Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	29%
Casi siempre	0	0%
Siempre	5	71%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

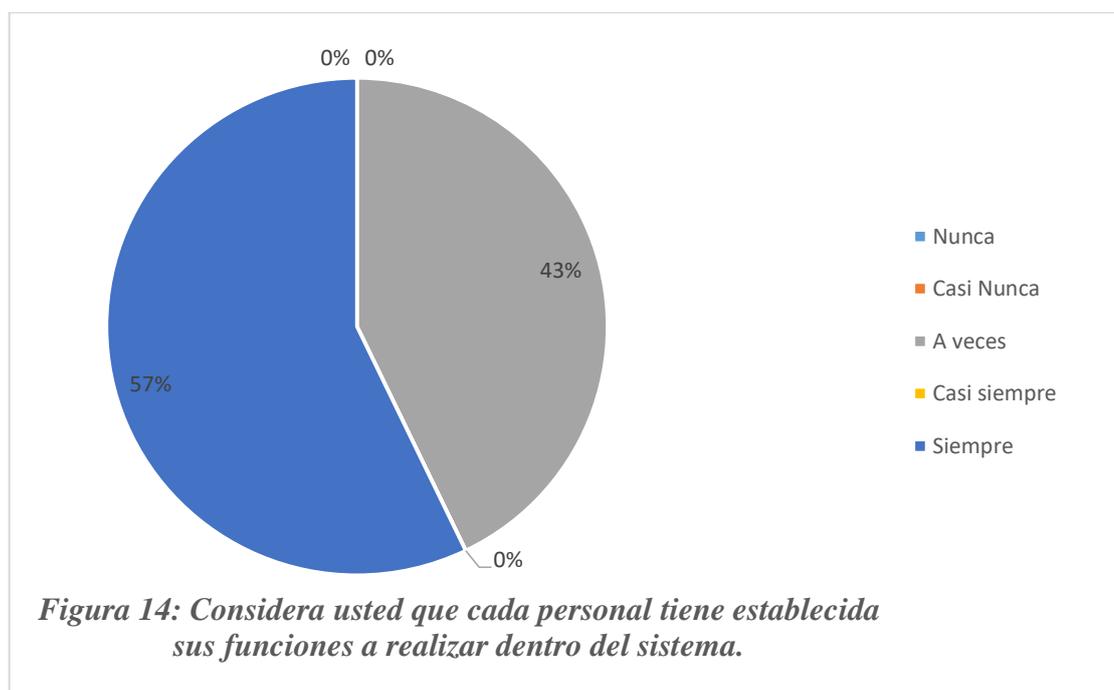
La tabla 13 nos hace referencia que un 71% de los colaboradores indica que siempre la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución, mientras que otro 29% restante manifiesta que a veces.

**TABLA 14.**

*Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	43%
Casi siempre	0	0%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

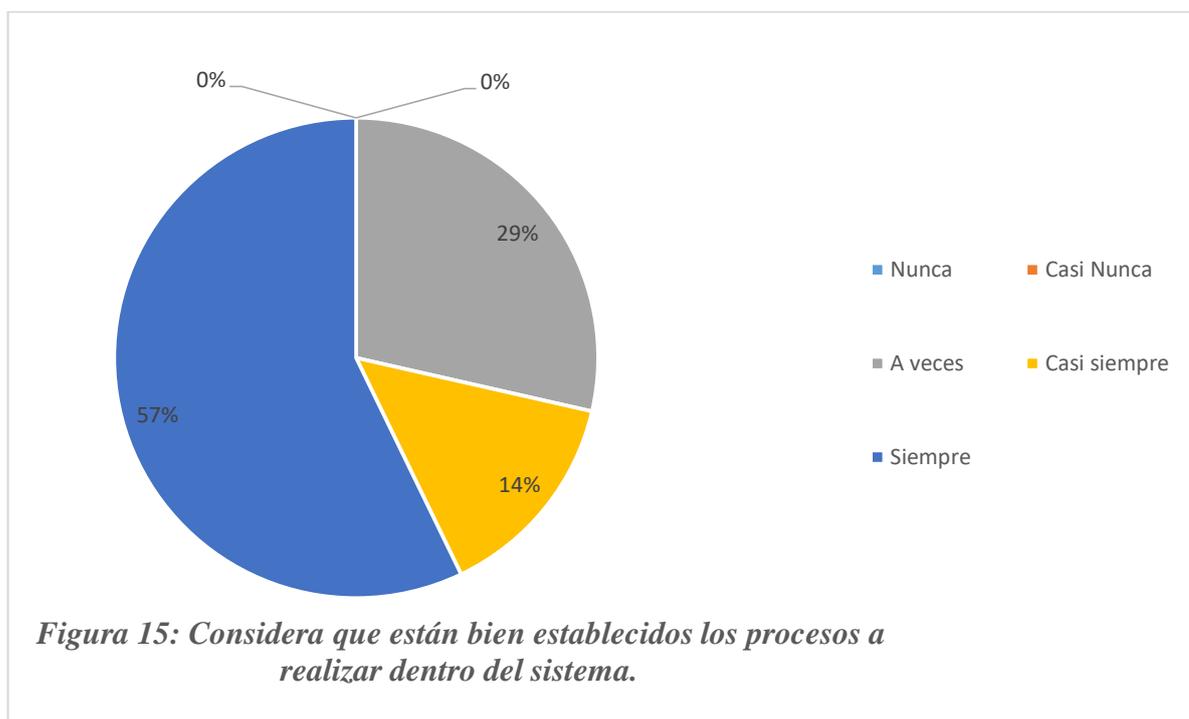
Nos muestra la tabla 14, a un 57% de los colaboradores manifiesta que siempre considera que tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema, mientras que un 43% restante manifiesta que a veces.

**TABLA 15.**

*Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	29%
Casi siempre	1	14%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

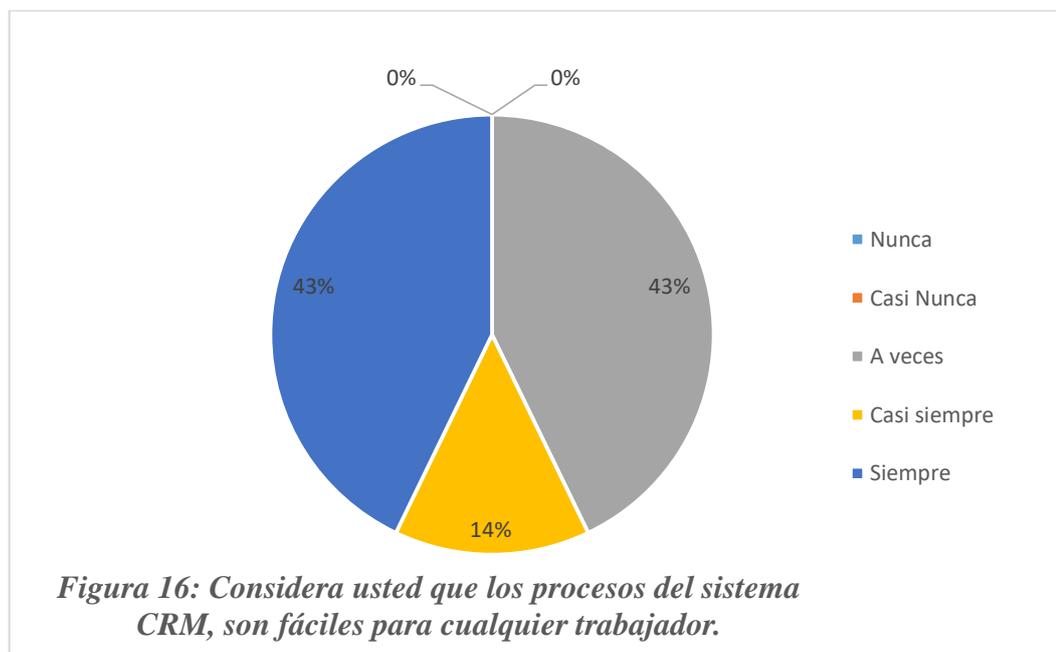
Podemos observar en la tabla 15, a un 57% de los colaboradores sostienen que siempre considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema, por otro lado, un 29% indican que a veces y el 14% restante de los colaboradores consignan que casi siempre.

**TABLA 16.**

*Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	43%
Casi siempre	1	14%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio.



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

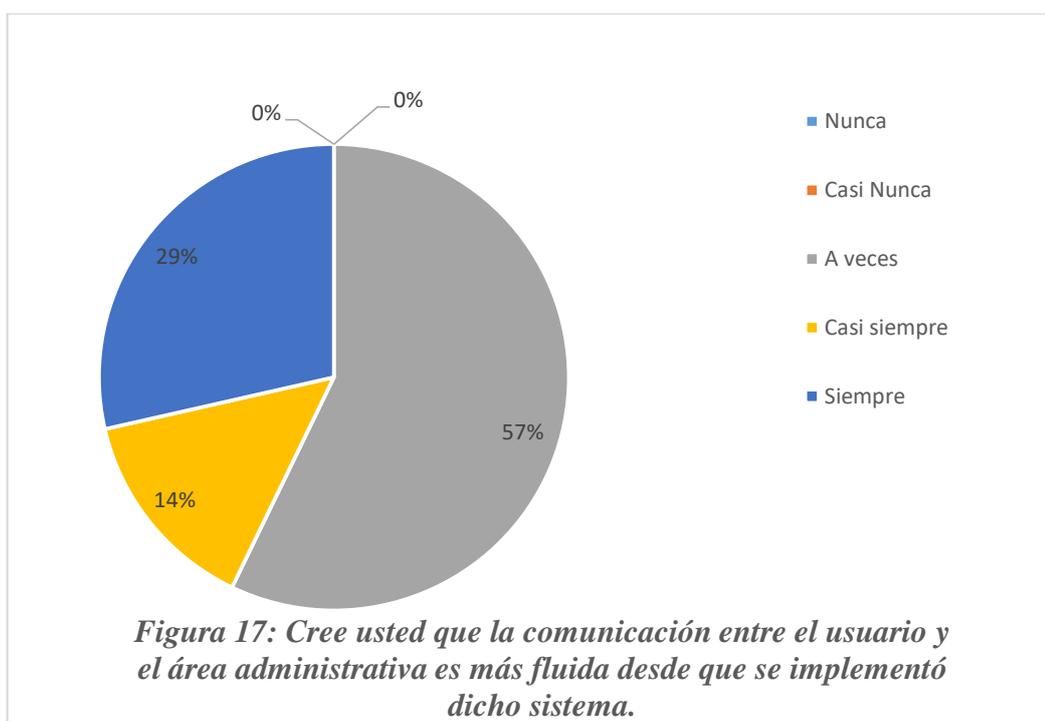
Observamos que la tabla 16, existe un 43% de colaboradores que dan a conocer que siempre, mientras un 43% indica que a veces consideran que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador y el otro 14% restante sostienen que casi siempre.

**TABLA 17.**

*Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	4	57%
Casi siempre	1	14%
Siempre	2	29%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

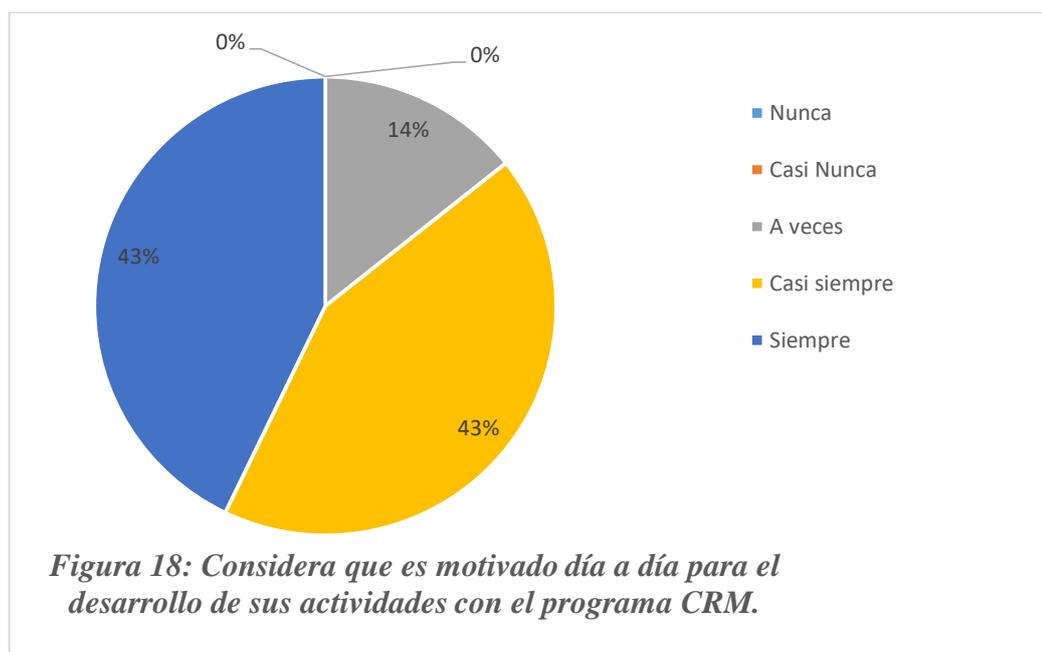
La tabla 17 se puede apreciar que hay un 57% de colaboradores que manifiestan que a veces cree que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema, así también un 29% de colaboradores consignan que siempre y el 14% de los colaboradores sostienen que casi siempre.

**TABLA 18.**

*Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	1	14%
Casi siempre	3	43%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

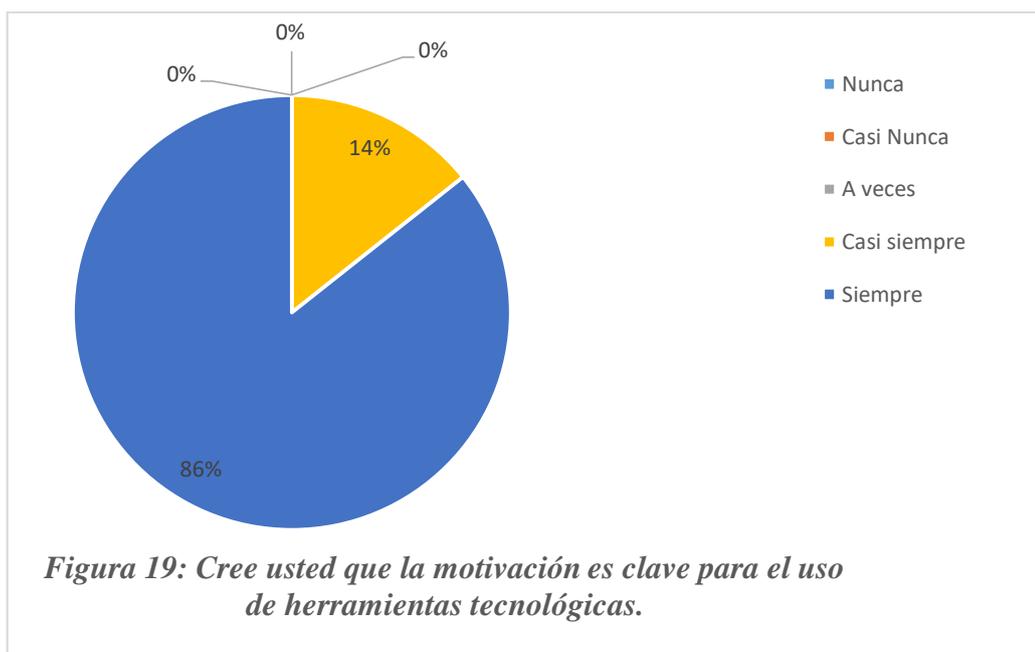
La tabla 18 nos permite observar que hay un 43% de los colaboradores que manifiestan que siempre, mientras un 43% casi siempre considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM, y el otro 14% restante sostienen que a veces.

**TABLA 19.**

*Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	1	14%
Siempre	6	86%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

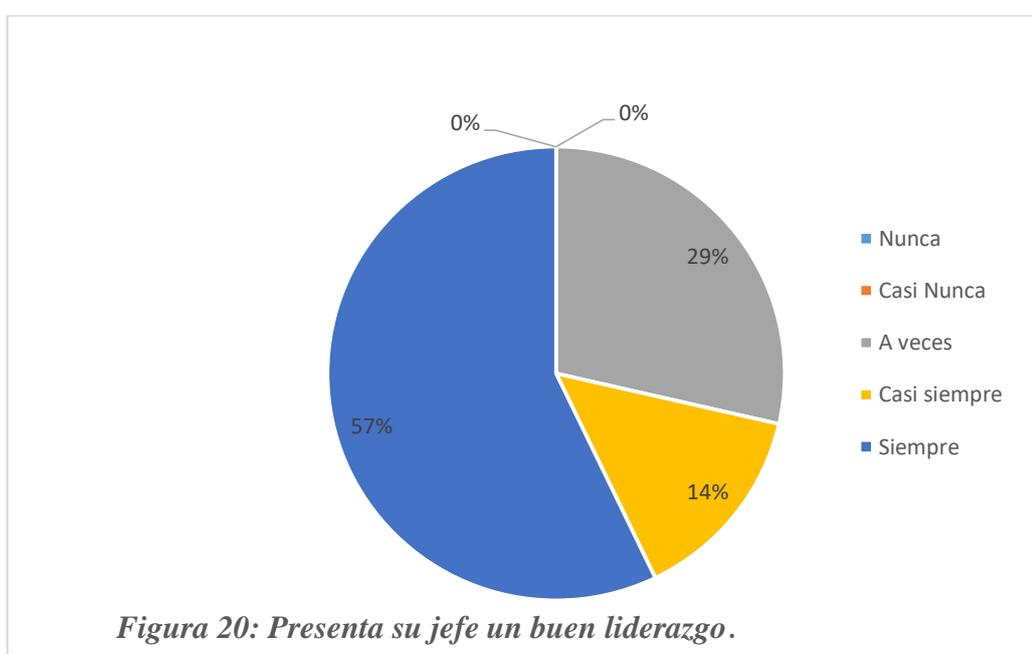
La tabla 19 nos representa que hay un 86% de colaboradores que manifiestan que siempre la motivación es la clave para el uso de herramientas tecnológicas, mientras que el 14% restante de los colaboradores sostienen que casi siempre.

**TABLA 20.**

*Presenta su jefe un buen liderazgo.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	2	29%
Casi siempre	1	14%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

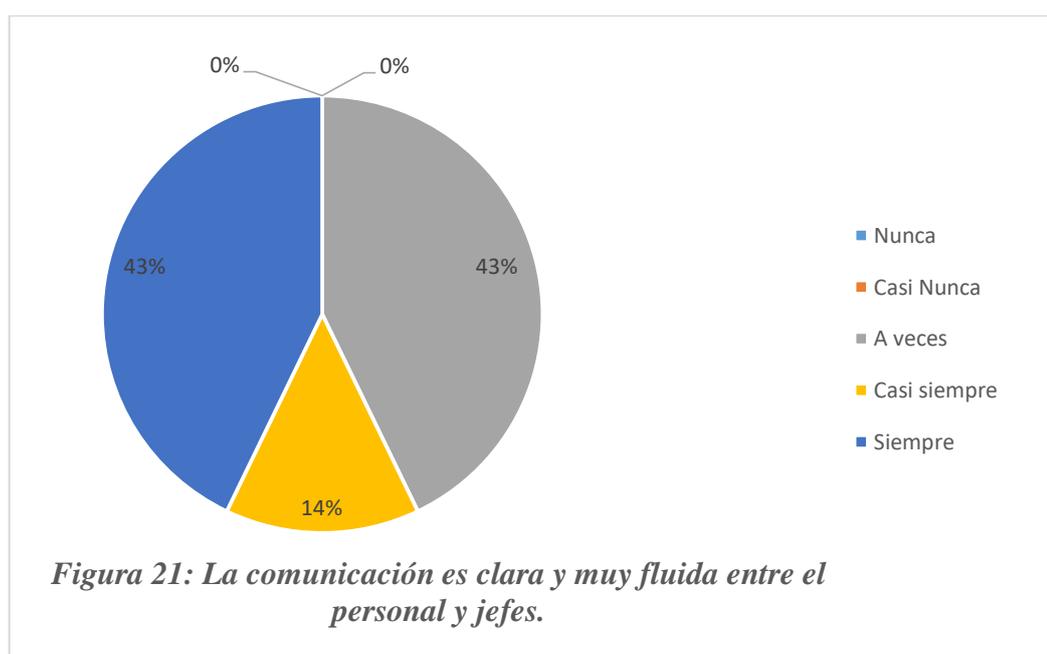
La tabla 20 nos denota que hay un 57% de colaboradores que indican que siempre presenta su jefe un buen liderazgo, mientras que otro grupo de 29% de colaboradores sostienen que a veces y el otro 14% de los colaboradores concuerdan que casi siempre.

**TABLA 21.**

*La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	43%
Casi siempre	1	14%
Siempre	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

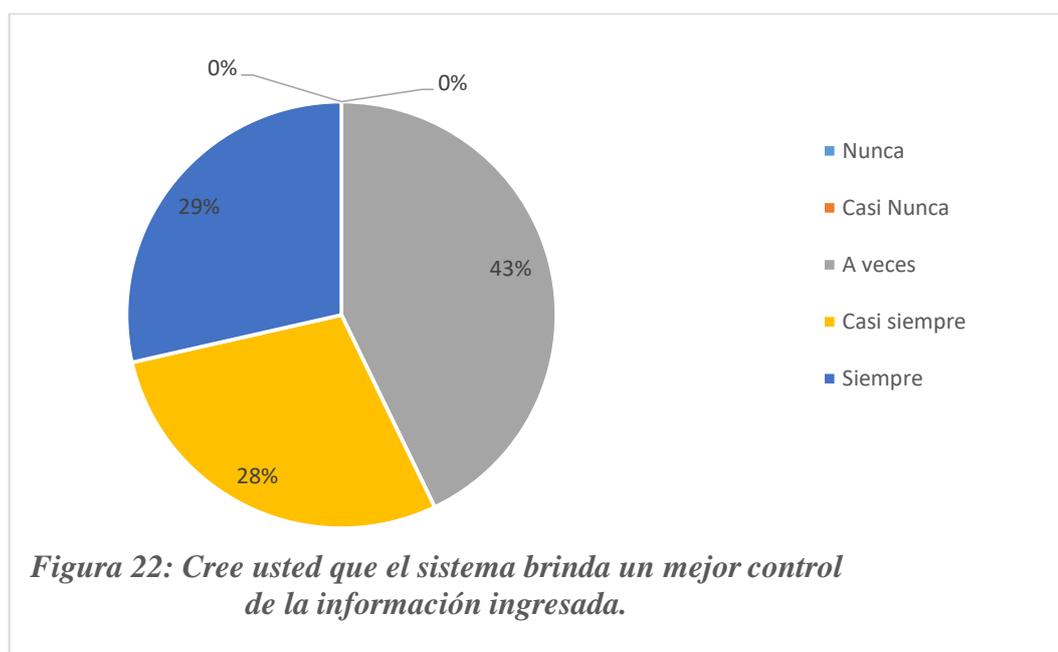
Podemos observar en la tabla 21 que existe un 43% de los colaboradores que consignan que siempre, mientras otro 43% a veces la comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes, en tanto un 14% de los colaboradores sostienen que casi siempre.

**TABLA 22.**

*Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	3	43%
Casi siempre	2	28%
Siempre	2	29%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

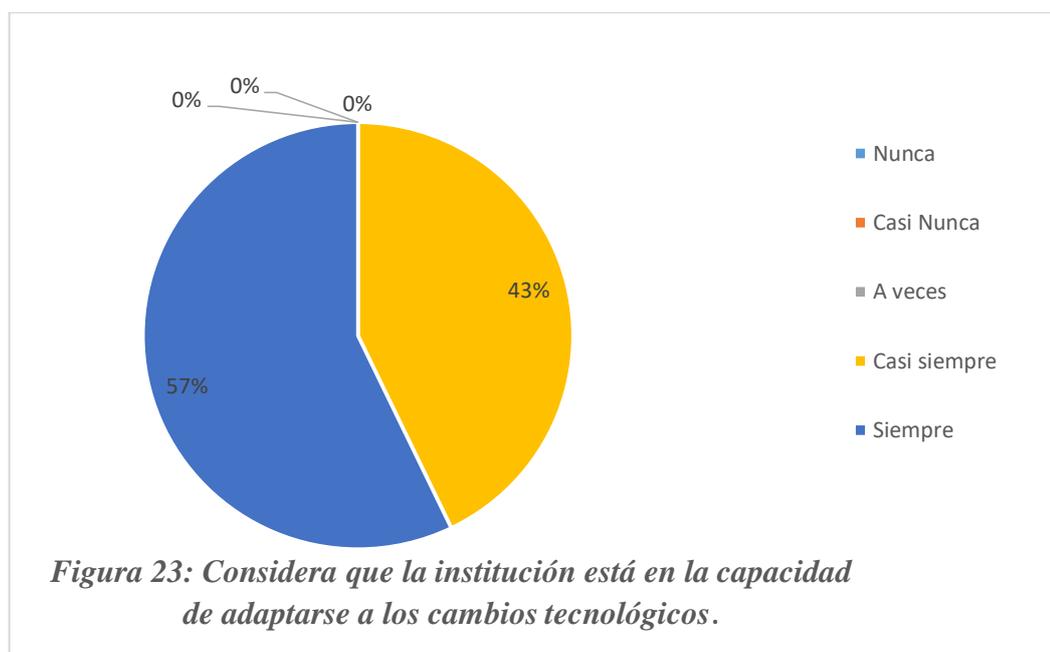
Podemos visualizar en la tabla 22 que existe un 43% de los colaboradores consignan que a veces cree que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada, en tanto un 29% sostienen que siempre y un 28% de los colaboradores que quedan indican que casi siempre.

**TABLA 23.**

*Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos.*

ESCALA	CANTIDADES	PORCENTAJES %
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	3	43%
Siempre	4	57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos de las variables de estudio



Fuente: Base de datos de las variables de estudio.

### **INTERPRETACIÓN:**

Podemos analizar en la tabla 23 existe un 57% de los colaboradores consignan que siempre considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, en tanto los otros 43% de colaboradores consideran que casi siempre.

**Tabla 24:**

**Resultado de correlación entre el sistema CRM y la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada telesup, Huacho-2021.**

		Sistema CRM	Gestión administrativa	
Rho de Spearman	Sistema CRM	Coeficiente de correlación	0,446	0,625
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	7	7
	Gestión administrativa	Coeficiente de correlación	0,625	0,446
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	7	7

\*\*. La correlación es significativa en el nivel (0,01).

Spearman: Nivel de confianza al 95%

Valor de significancia:  $\alpha = 0.05$

Se aprecia en la tabla 24, el resultado de un nivel de correlación entre las variables en estudio, por el Rho de Spearman es 0,625, donde se afirma que existe una relación significativa moderada (grado de significación estadística)  $p=0,000 < 0,05$ , donde se acepta la hipótesis propuesta, determinando que existe relación significativa entre el sistema CRM y la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho-2021.

#### 4. Análisis y Discusión.

Para poder realizar un análisis de los objetivos establecidos nos basaremos a los resultados obtenidos por parte de los colaboradores de la Universidad Privada Telesup, ya que nos permitirá resolver la problemática encontrada: ¿De qué manera el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa de los colaboradores de la Universidad Privada Telesup, Huacho-2021?

##### 1. Explicar que el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho-2021.

Con el resultado de la tabla 24, del Rho de Spearman es 0,625 se afirma que existe una relación significativa moderada (grado de significación estadística)  $p=0,000 < 0,05$ , donde se puede observar que se acepta la hipótesis propuesta, determinando que existe relación significativa moderada entre el sistema CRM y la Gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada telesup Huacho– 2021. Esto se sustenta con la tabla 10, cuando solo el 43% de los colaboradores coinciden que siempre el sistema CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil, repercutiendo en su planeación tal como se ve en la tabla 12 donde el 57% de colaboradores sostiene que siempre la herramienta CRM ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional. Según **Tejada (2019)**, En su estudio tuvo la finalidad de poder implementar un sistema CRM para el área de gestión administrativa en la institución educativa “Inmaculado Corazón de María, ya que era muy notoria su necesidad concluye con los resultados hallados del coeficiente de correlación Rho de Spearman resultado de 0.59, indicando así que la relación entre el sistema CRM es positiva moderada y el nivel de significancia es de 0.05 que da como análisis que la implementación de CRM influye significativamente en la funcionabilidad de procesos. Según **Gonzales (2018)**, en su tesis obtuvo el resultado estadístico del coeficiente de correlación que arrojó un resultado = 0.814, donde se pudo concluyendo de que se recomienda implementar un control interno adecuado que permita mejorar las operaciones, agilizar procesos

y mejorar controles de la empresa, y que ello le permitirá mejorar la eficiencia de la gestión administrativa de la empresa.

*Se coincide con los autores que el sistema CRM se relaciona en la gestión administrativa ya que influye en la funcionalidad de los procesos y se puede incorporar un control interno adecuado que le permita mejorar y agilizar los procesos de la organización permitiéndole así llegar a obtener una excelente eficiencia dentro de la gestión administrativa.*

## **2. Determinar los beneficios del sistema CRM de la universidad privada telesup, Huacho-2021.**

En cuanto al sistema CRM podemos ver en la tabla 1, a un 43% de los colaboradores que manifiestan que siempre consideran que el sistema CRM salvaguarda la integridad de la información, en la tabla 7, se puede observar que el 72% de los colaboradores indica que siempre cree que los tramites a realizar ayuda el sistema, en la tabla 9, nos dice que el 57% de los colaboradores sostiene que siempre cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema ha sido el adecuado y en la tabla 10 el 43% de los colaboradores coincide que siempre el sistema CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil. Según **gallego (2017)**, En su investigación concluye que la implantación de un sistema CRM debe ser bien explotado, ya que va ayudar a que las empresas comprendan que el uso de dicho sistema les permitirá desarrollar capacidades que les distinguen del resto de las empresas en su sector, y, por tanto, les permite generar una ventaja competitiva que se traduce en un mejor posicionamiento en el mercado. Nos dice **Carrillo (2017)**, Nos dice que la estrategia del CRM, si influye positivamente en la fidelidad de los clientes, ya que al utilizarlo puede tener una mejor fidelización del usuario llegando a observar que el uso de dicho sistema fue de suma importancia para poder analizar la afluencia de los clientes que llegaban a dicho local, su fin es mejorar el conocimiento y empoderamiento en los trabajadores teniendo claros sus funciones a desempeñar y que tan importante fue para ellos el saber utilizar dicha herramienta. En tanto **Marín y Saldaña (2017)**, su objetivo fue medir el impacto que tiene el poder implementar

un software web y un móvil teniendo como autor principal el sistema CMR con la finalidad de poder mejorar la atención de los clientes (...), el cual brindará mejoras considerablemente el tiempo de atención al cliente, facilita los procesos y atención, mejora el tiempo en la toma de decisiones y permite la elaboración de estrategias a la administración de este negocio y así poder responder acertadamente a las necesidades de sus clientes.

*Se coincide con los investigadores que es primordial determinar los beneficios del sistema CRM donde se pudo analizar que ayuda a que los tramites se realicen con eficiencia y eficacia influyendo así positivamente en la fidelidad del usuario permitiendo así tener un mayor conocimiento y empoderamiento en los colaboradores para poder así desempeñar bien sus funciones.*

### **3. Detallar la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada telesup, Huacho-2021.**

En cuanto a la gestión administrativa vemos en la tabla 11 que un 43% de los colaboradores manifiesta que siempre consideran que las metas programadas se cumplen, en la tabla 14 manifiestan un 57% que siempre considera que tiene establecidas sus funciones a realizar dentro del sistema, en la tabla 21 observamos que un 43% de los colaboradores considera que siempre la comunicación es clara y fluida entre el personal y los jefes, mientras en la tabla 23 otro 57% señalan que siempre considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos. Nos dice **Sánchez (2017)**, Que la gestión administrativa influye directamente para poder lograr la fidelización con el cliente, donde se deben plantear estrategias de calidad de servicio que las capacitaciones deben ser constante para el personal para que así puedan estar preparados y capacitados para la atención al usuario. Según **Ocampos y valencia (2017)**, indican que el coeficiente de correlación de Pearson obtenido en el resultado fue 0.559 comprobando la existencia de una relación directa moderada entre la gestión administrativa y la calidad de servicio siendo este de suma importancia por la cantidad de usuarios que reciben el servicio, llegando a la conclusión de que existe relación significativa entre las

variables de estudio, es decir que teniendo una adecuada gestión administrativa se podrá brindar un servicio de calidad por lo que se acepta la hipótesis planteada. En tanto **Sabogal y Vargas (2017)**, Tuvo como finalidad implementar una estrategia de gestión administrativa para el fortalecimiento del desempeño de los colaboradores, lo cual es necesario según a sus necesidades de cada área. *Existe coincidencia con los resultados, como la importancia que debe tener el contar con las metas programadas y el brindar un servicio de calidad permitiéndole así a la institución cumplir con sus objetivos y contribuir con el crecimiento de la misma, brindado una buena planificación, organización, dirección y control que son los puntos principales dentro de la organización.*

#### **4. Demostrar que el sistema CRM mejora la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada telesup, Huacho 2021.**

En la tabla 7 se ve que un 72% de los colaboradores afirman que siempre cree que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM, en la tabla 10 hay un 43% que coinciden que siempre este sistema le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil, en la tabla 12, hay otro 57% que afirman que siempre cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional y en la tabla 15 hay un 57% que sostienen que siempre los colaboradores consideran que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema. Según **Sousa (2017)**, la investigación que realizó tuvo como objetivo principal estudiar el impacto de las estrategias de implementación del sistema CRM en diferentes organizaciones, pero a su vez ver el clima organizacional y la comunicación dentro de la organización en donde el implementar dicho sistema va más allá que el instalar una nueva tecnología porque más que una herramienta para la organización es una estrategia. Según **López (2019)**, donde recoge las vinculaciones de manera empírica y fiable de las dimensiones de la Gestión Administrativa con la Calidad del Servicio el alto coeficiente de determinación obtenido  $R^2=0,986976$ , se plantea la propuesta de mejora de la gestión administrativa cuya aplicación repercutirá en el incremento de la calidad de servicios de tecnología de información en las instituciones del sector público. En

tanto **López y Alfonso (2018)**, en su investigación tuvo la finalidad de entregar una propuesta de implementación de software de gestión de clientes a la empresa Prisma S.A.S, ya que carecía de una organización estructurada, de una planeación comercial efectiva, pues no cuenta con un contacto directo con sus clientes y la falta de apoyo en sistemas de información que puedan apoyar todos sus procesos, con el fin de cumplir los objetivos institucionales.

*Los autores coinciden que las áreas deben tener una mejor planeación a su vez ver el clima organizacional y la comunicación dentro de la organización ya que el sistema CRM le permite mejorar, ya que más que una herramienta para la organización es una estrategia que va de la mano con la formación adecuada que se les dé a los colaboradores. cuya aplicación repercutirá en el incremento de la calidad de servicios de tecnología de información.*

## 5. Conclusiones y recomendaciones.

### 5.1. Conclusiones

1. Concluimos que existe relación significativa, Rho de Spearman es 0,625 (grado de significación estadística)  $p=0,000 < 0,05$ , donde se puede observar que se acepta la hipótesis propuesta, determinando que existe relación significativa moderada entre el sistema CRM y la Gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho– 2021.
2. Se concluye que el sistema CRM no lo están aprovechando en su totalidad, ya podemos observar en la tabla 9 que un 57 % de los colaboradores sostiene que siempre cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado, y esto se debe a que la universidad no está dando las capacitaciones adecuadas en cuanto al uso de esta herramienta, tal como vemos en la tabla 7 otro 72% manifiestan que siempre los tramites a realizar les ayuda el sistema CRM, estando muchas veces desorientados y no se trabaja en equipo, ya que no hay claridad con el manejo del sistema, en la tabla 10, otro 43% de colaboradores coinciden que siempre le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil vemos que no hay un compromiso de algunos colaboradores en aprovechar el uso de esta herramienta para el crecimiento de la universidad.
3. Concluimos que la gestión administrativa no es óptima ya que podemos ver que en la tabla 21 que un 43% de los colaboradores indican que a veces la comunicación clara y fluida entre el personal y los jefes, viendo que existe una falta de comunicación entre los jefes haciendo esto que las metas programadas no se cumplen en su totalidad, tal como se ve en la tabla 11 que un 43% de los colaboradores sostienen que siempre consideran que las metas que se programan se cumplen y en la tabla 15 un 57% , sostiene que siempre están bien establecidos los procesos a realizar del sistema donde se deduce que una parte de los colaboradores no tienen claro que procesos deben ejecutar con esta herramienta.

4. Se concluye que, si mejora la gestión administrativa y que el desempeño de los colaboradores será más eficiente, ya que en la tabla 12, hay un 57% que afirma que siempre cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional, mientras en la tabla 19 un 86% de los colaboradores manifiesta que siempre la motivación es la clave para el uso de herramientas tecnológicas viendo de esta manera que algunos colaboradores son reacios a la tecnológica ya sea por falta de intereses a adecuarse a los cambios tecnológicos, en la tabla 23 un 57% indica que siempre la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos.

## **5.2.Recomendaciones**

- 1.** Se recomienda a la universidad, conjuntamente con sus áreas respectivas a poder conformar equipos de trabajo para planear, organizar, direccionar y hacer el control de todas las actividades que se pretende realizar dentro del sistema CRM, para poder así aprovechar al máximo el uso de esta herramienta y poder cumplir con los objetivos establecidos logrando así que el desempeño de los trabajadores sea más eficiente.
- 2.** Que el área de recursos humanos realice las capacitaciones debidas a cada colaborador, que dé prioridad a las necesidades del uso de esta herramienta y así se podrá obtener el buen desempeño de los colaboradores, indicar cada tramite que se va a realizar para el beneficio del usuario brindándoles una guía o un manual que les permita saber qué gestión deben hacer esto ayudara a la universidad a tener un mejor clima laboral y estar más motivados hacia el logro de las metas programadas.
- 3.** Que el director de la universidad debe fomentar la comunicación clara y fluida entre el personal y los jefes para que así se pueda trabajar de manera conjunta para el cumplimiento de las metas y los objetivos. Después de cada capacitación se debe hacer una retroalimentación para detectar si los trabajadores entienden el programa, así como opinar dando sugerencias para un mejor manejo.
- 4.** Se recomienda concientizar a los colaboradores adaptarse a los cambios tecnológicos ya que día con día observamos que las universidades apuestan por sistemas que les otorguen una respuesta más rápida y ágil para la atención del usuario, pero también el director debe motivar a sus colaboradores creando nuevas políticas de incentivos para el buen desempeño y el uso de esta herramienta. Realizar encuestas a los usuarios de la universidad para conocer si los colaboradores que tienen atención directa realizan bien su trabajo.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Abad, M. (2017). Que es un CRM y por qué es fundamental. obtenido del sitio web <https://www.teamleader.es/blog/crm-fundamental>
- Abanto, R. & Plasencia, M. (2018). *Mejora de los procesos de gestión administrativa con el soporte del software de gestión integrado enterprise resource planning - erp, en el área de atención al cliente en la cevichería nando el burrero S.A.C, la victoria, 2018*. Para obtener el título profesional de licenciadas en administración. Universidad Privada del Norte, Lima - Perú.
- Aguilar, V. & Quispe, F. (2017). *Diseño de un sistema de información gerencial para apoyar la toma de decisiones e incrementar la rentabilidad en empresas comercializadoras de equipos médicos caso: GAMEL SRL*. Tesis para obtener el título profesional de ingeniero de sistemas e informático. Universidad Wiener, Lima - Perú.
- Artículo Pentaconsulting (2021), *5 indicadores clave para un sistema CRM* <https://pentaconsulting.com.ar/5-indicadores-clave-para-un-sistema-crm/>
- Artículo Universidad latina de costa rica (2022), *importancia de la gestión administrativa en una empresa*. <https://www.ulatina.ac.cr/articulos/importancia-de-la-gestion-administrativa-en-una-empresa>
- Bachenheimer, H. (2016). *Definición de términos: Administración de empresas*. [http://drupal.puj.edu.co/files/OI118\\_Herman\\_0.pdf](http://drupal.puj.edu.co/files/OI118_Herman_0.pdf)
- Bernal, C. y Sierra, H. (2013). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI*, Bogotá, Colombia: Editorial Pearson Education.
- Blog amo CRM. (2020), *Estrategias de fidelización de clientes con herramientas de CRM*. <https://www.amocrm.com/es/blog/estrategia-crm>
- Blog Economipedia (2022). *Población* <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>

- Blog Economipedia (2022). *Gestión administrativa*.  
<https://economipedia.com/definiciones/gestion-administrativa.html>
- Blog foxter.io (2022), *Cómo me ayuda un CRM a mi actividad de marketing*  
<https://www.foxter.io/crm-para-marketin>
- Blog Go Virtual (2019), *Cuál es la forma correcta de capacitar en el uso del CRM*.  
<http://www.govirtual.com.mx/automotriz/blog/cual-es-la-forma-correcta-de-capacitar-en-el-uso-del-crm>
- Bonanno, S & Peláez, B. (2020). *10 características del CRM que debes tener en cuenta para elegir el correcto*.  
<https://www.capterra.es/blog/1194/10-caracteristicas-del-crm-que-debes-tener-en-cuenta-para-elegir-el-correcto>
- Bonanno, S & Peláez, B. (2020). *Gestión de documentos*. Obtenido del sitio web  
<https://www.capterra.es/blog/1194/10-caracteristicas-del-crm-que-debes-tener-en-cuenta-para-elegir-el-correcto>
- Brunetta, H. (2014). *Del marketing relacional al CRM: Buenos Aires, Argentina: Todo Management, 2014. E-Book*.
- Cajaleon, R. (2021). *Gestión Administrativa Y La Satisfacción Del Cliente En El Grupo Impresores KALPA DEL PERÚ SAC, Lima, 2021*. Para optar por el grado de bachiller en ciencias administrativas y gestión de empresas. Universidad Peruana de las Américas, Lima – Perú.
- Carrillo, H. (2017). *Estrategia “Customer Relationship Management – CRM” para Servicios de Alimentación de Mariscos y su influencia en la fidelidad de los comensales de la cadena restaurantes de Brisa Marina, Riobamba-Ecuador*. Para optar el grado académico de doctor en gestión de empresas. Universidad mayor de San Marcos, Lima-Perú.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. España: McGraw-Hill Interamericana*.
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (Octava ed.). México.
- Clavijo, C. (2022). *Los 3 tipos de CRM (y cuál es el mejor para tu empresa)*.  
<https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-crm>

- Enciso, V. (2016), *Desarrollo de CRM OMG - International*. Para obtener el grado de bachiller de ingeniería en informático. Universidad politécnica de Sinaloa
- Essays.club (2014). *Implementación De Un Sistema De Sistema De Gestión Integrada Y Control De Procesos En La Empresa Tnews Para Mejorar La Eficacia Y Eficiencia En Los Procesos*. <https://es.essays.club/otras/tecnolog%c3%ada/implementaci%c3%93n-de-un-sistema-de-sistema-de-gesti%c3%93n-197760.html>
- Gallego, G. (2017), *Los sistemas Customers Relationship Management (CRM) generadores de capacidades dinámicas en las organizaciones: una aplicación al sector bancario*. Tesis para optar grado académico doctoral. Universidad Rey Juan Carlos, España
- García, I. (2010). *CRM: gestión de la relación con los clientes*. FC. Editorial
- Gonzales, L. (2016). *Desarrollo e Implementación de un Sistema de Información para el control del proceso de capacitación de una empresa del rubro de las telecomunicaciones en el Perú*. Tesis para optar el título profesional de ingeniero informático. Universidad Católica Sedes Sapientia, Lima- Perú.
- Gonzales, R. (2018), *Control interno y gestión administrativa de la empresa Díaz Gonzales Heisten "Leval distribuidora" del distrito de Jaén, 2018*. Para optar por el grado de bachiller. Universidad señor de Sipan, Pimentel-Perú.
- Gonzalo, E. D. (2014). *Aplicaciones informáticas de la gestión comercial*. UF0351. TUTOR FORMACIÓN.
- Guerola, N. (2021), *Impacto del grado de implementación del Customer Relationship Management (CRM) y la Estrategia de Innovación en los resultados empresariales. Aplicación al sector vitivinícola español*. Tesis para optar grado de doctorado. Universidad Politécnica de Valencia.
- Guerra, M. (2015). *Teoría de gestión administrativa*. <http://gadministrativamarce.blogspot.pe/2015/03/que-esgestion-administrativa-origen.htm>

- Historia de la empresa, (2022). *Estrategias para una gestión administrativa eficaz*.  
<https://historiadelaempresa.com/estrategias-efectivas-de-gestion-administrativa>
- Huamán, E (2018). *La gestión administrativa en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Cajamarca, 2018*. Recuperado de:  
<http://hdl.handle.net/11537/13063>
- Koontz, H.et al. (2012). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- López, D. & Alfonso, A. (2018), *Propuesta para implementar un software de gestión de clientes, como estrategia CRM en la empresa Pri5ma S.A.S como estrategia CRM en la empresa Pri5ma S.A.S*. Para obtener el título de administración de empresas. Universidad Nacional de la Salle. Bogotá –Colombia.
- López, R. (2019), *Gestión administrativa y la calidad de servicios de tecnología de información en las instituciones del sector público del distrito de Tarapoto*. Para obtener el grado de doctorado de gestión administrativa. Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto.
- Louffat, E. (2015). *Administración: Fundamentos del proceso administrativo*, Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning
- Marin, C. & Saldaña, A. (2017), *Impacto de la implementación de un software basado en CRM y listas inteligentes para la atención de clientes de karaokes*. Para obtener el título profesional de ingeniero de sistemas computacionales. Universidad Privada del Norte, Lima - Perú.
- Mendoza, B. (2018), *La gestión administrativa y su incidencia en la innovación de las medianas empresas comerciales de la ciudad de Manta – Ecuador*. Para obtener el grado académico de doctor en ciencias administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima - Perú.
- Montaño, J. (2021), *Artículo de Investigación no experimental*  
<https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>

- Moreno, B. (2017). *Implementación Opens urce utilizando metodología CRM aplicada a servicio al cliente de asociación escuela de auto- realización*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil – Ecuador.
- Noriega, Q. (2018), *Aplicación del CRM (gestión de relación con los clientes) para la mejorara del nivel del servicio del área de ventas en la empresa sociedad globalizada de consultores S.A.C, Huancayo,2018*. Tesis para optar el título de ingeniería industrial. Universidad Cesar Vallejo, Lima Perú.
- Ocampos, G & Valencia, C. (2017), *Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red asistencial essalud-tumbes, 2016*. Para optar por el título profesional de licenciados. Universidad nacional de Tumbes, Perú.
- Pérez, P & Merino, M. (2021), *Definición de seguridad informática*. <https://definicion.de/seguridad-informatica/>
- QuestionPro (2022), *Tipos de cuestionarios. Usos y características*. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-cuestionarios/>
- Real academia española (2021), *Definición de Encuesta*. <https://dle.rae.es/encuesta>
- Revista científica: Visión de Futuro (2013), *El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización*. <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935480005.pdf>
- Rodríguez, D. (2020), *Articulo sobre la Investigación básica*. <https://www.lifeder.com/investigacion-basica/>
- Rojas, M. (2017), *Implementación de un sistema CRM para la mejora en la atención del cliente para una empresa del sector servicios*. Tesis para optar por el título profesional de ingeniero industrial. Universidad nacional mayor de San Marcos, Lima- Perú.
- Roque, B. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial San Martin – Chiclayo*. Tesis pre grado. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo-Perú.
- Saavedra, L. (2019), *La Gestión Administrativa Institucional y la Calidad del Servicio de la Oficina de Administración de la Universidad Nacional*

- Federico Villarreal, 2018. Para optar por el grado de maestro en administración y dirección de empresas. Universidad Peruana de las Américas, Lima- Perú.*
- Sabogal, A. & Vargas, A. (2017), *Gestión Administrativa Para El Fortalecimiento Del Programa De Egresados En La Universidad Nacional De Colombia. Para obtener el título de máster en ciencias de la educación con énfasis en gestión educativa. Universidad libre de Colombia, Bogotá-Colombia.*
- Sánchez, M. (2017), *Gestión administrativa y calidad de servicio de la oficina principal del banco de la nación y su influencia en la fidelización de los usuarios en el periodo 2015. Para optar por el grado académico de licenciado en administración. Universidad Garcilaso de la vega, Lima-Perú.*
- Sousa, D. (2017), *Impacto de una estrategia CRM en la empresa. Tesis para el grado académico de doctorado. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.*
- Tejada, P. (2019), *Implementación de un CRM para la Gestión Administrativa en la Institución Educativa “Inmaculado Corazón de María”, Puente Piedra. Para optar por el grado de bachiller en ingeniería de sistemas. Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú.*
- Vadillo, C. (2019), *Propuesta De Mejora De La Gestión Administrativa A Través Del Sistema De Planificación De Recursos Empresariales (Erp) En La Empresa M&E Electrical Solutions Sac, En El Distrito Del Callao -2018. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en administración. Universidad Privada del Norte, Lima - Perú.*
- Valle, C. (2015). *Estrategias del CRM. Colombia: Createspace Independent Pub,2015. 14 pp. ISBN: 1514165260*  
<https://www.amazon.com/-/es/Antonio-Valle-Cali/dp/1514165260>
- Villegas, C. (2019), *Gestión Administrativa De La Municipalidad Provincial De Anta Departamento De Cusco, 2019. Tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración. Universidad Andina de Cusco, Cusco - Perú.*

Walterman, R. (2018). *¿Qué es, cómo y por qué hacer una estrategia CRM en tu negocio?*, obtenido del sitio web walterman.  
<https://walterman.es/estrategia-crm/>

# **ANEXOS**



**Anexo 2:**

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE SISTEMA CRM**

V. 1	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>SISTEMA CRM</b>	<p><b>Moreno (2017)</b>, Menciona que el objetivo del CRM es poder dar más efectividad a los canales de comunicación a partir de sus necesidades y hacer que esas necesidades sean cubiertas para poder así contar con ventajas competitivas</p>	<p>Es un sistema que va más allá de una simple plataforma o software, ya que le permite a la organización ha optimizar la integridad de la información que almacena dentro del sistema a su vez les aporta tener una mejor velocidad a la hora de brindar una respuesta al usuario dando le así una confiabilidad de que es una herramienta de mucha importancia dentro de la organización.</p>	<b>Integridad</b>	Seguridad de la aplicación	1. ¿Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada?	Escala de Likert  Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
					<b>Velocidad</b>	
			<b>Confiabilidad</b>	Gestión de documentos		
					4. ¿Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema?	
					5. ¿Cree usted que este sistema CRM, es confiable para el almacenamiento de la información ingresada?	
			<b>Fidelización</b>	Marketing	6. ¿Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada?	
					7. ¿Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM?	
			<b>Capacitación</b>	RR. HH	8. ¿Cree usted que con la implementación del sistema CRM aportado con la fidelización del usuario?	
					9. ¿Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado?	
			10. ¿El CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil?			



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Programa de estudios de Administración**

**ENCUESTA PARA LOS EMPLEADOS DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA**

**TELESUP -HUACHO**

Estoy realizando una investigación científica, referente al sistema CRM y la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup, Huacho - 2021. Agradezco a usted su valiosa colaboración y aporte, al brindarme la información necesaria, contestando de manera clara y sincera, en la presente encuesta.



**PARTE I**

En esta primera sección de la encuesta le presento un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con un aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta.

**A. DATOS GENERALES**

1. Género : Femenino  Masculino

**B. INDICACIONES**

- Este cuestionario es anónimo. Por favor responde con sinceridad.
- Lee detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
- Contesta a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro que, según tu opinión.

## PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas al sistema CRM y la gestión administrativa de los colaboradores de la universidad privada Telesup Huacho-2021. Seguido de una escala de valoración de estas variables de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

### Escala de valoración:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>

Ítem	Integridad	1	2	3	4	5
1.	¿Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada?					
2.	¿ Cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario?					
Ítem	Velocidad	1	2	3	4	5
3.	¿Considerada que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada?					
4.	¿Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema?					
Ítem	Confiabilidad	1	2	3	4	5
5.	¿Cree usted que este sistema CRM, es confiable para el almacenamiento de la información ingresada?					
6.	¿Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada?					
7.	¿Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM?					
Ítem	Fidelización	1	2	3	4	5
8.	¿Cree usted que con la implementación del sistema CRM aportado con la fidelización del usuario?					
Ítem	Capacitación	1	2	3	4	5
9.	¿Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado?					
10.	¿El CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil?					
Ítem	Planeación	1	2	3	4	5
11.	¿Considera que las metas que se programan se cumplen?					

12.	¿Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional?					
13.	¿Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución?					
<b>Ítem</b>	<b>Organización</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14.	¿Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema?					
15.	¿Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema?					
16.	¿ Considera usted que los procesos del sistema CRM , son fáciles para cualquier trabajador?					
17.	¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema?					
<b>Ítem</b>	<b>Dirección</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18.	¿Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM?					
19.	¿Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas?					
20.	¿Presenta su jefe un buen liderazgo?					
21.	¿La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes?					
<b>Ítem</b>	<b>Control</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
22.	¿Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada					
23.	¿Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos?					

**Muchas gracias.**



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS**

**I. Información General:**

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Pablo Santos Díaz  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Administrador de empresas y negocios**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Marketing y cultura organizacional  
TIEMPO: 33 años CARGO ACTUAL: Docente  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE  
LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: **EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.**

**VARIABLE: SISTEMA CRM**

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
<b>Integridad</b>	1. ¿Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	2. ¿Cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario?					
<b>Velocidad</b>	3. ¿Considerada que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada?	4	4	4	4	4
	4. ¿Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema?					
<b>Confiability</b>	5. ¿Cree usted que este sistema CRM, es confiable para el almacenamiento de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	6. ¿Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada?	4	4	4	4	4
	7. ¿Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM?					
<b>Fidelización</b>	8. ¿Cree usted que con la implementación del sistema CRM aportado con la fidelización del usuario?					
<b>Capacitación</b>	9. ¿Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado?	4	4	4	4	4
	10. ¿el CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil?					

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

**VARIABLE: GESTION ADMINISTRATIVA**

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
<b>Planeación</b>	1. ¿Considera que las metas que se programan se cumplen?	4	4	4	4	4
	2. ¿Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional?					
	3. ¿Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución?	4	4	4	4	4
<b>Organización</b>	4. ¿Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema?					
	5. ¿Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema?	4	4	4	4	4
	6. ¿Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador?					
	7. ¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema?	4	4	4	4	4
<b>Dirección</b>	8. ¿Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM?					
	9. ¿Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas?	4	4	4	4	4
	10. Presenta su jefe un buen liderazgo?					
	11. ¿La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes?	4	4	4	4	4
<b>Control</b>	12. ¿Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada?					
	13. ¿Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos?	4	4	4	4	4

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

**ASPECTOS GENERALES**

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			<del>SI</del>	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Mg. Pablo Santos Díaz			Fecha:	
Firma: 	 Teléfono: 943643426		Email: pablo.santos@usanpedro.edu.pe	



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS**

**I. Información General:**

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Carlos González Chávez  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Administrador de empresas y negocios**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Asesoría empresarial en Marketing  
TIEMPO: 28 años CARGO ACTUAL: Docente  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE  
LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.

VARIABLE: SISTEMA CRM

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
<b>Integridad</b>	1. ¿Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	2. ¿cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario?					
<b>Velocidad</b>	3. ¿Considerada que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada?	4	4	4	4	4
	4. ¿Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema?					
<b>Confiabilidad</b>	5. ¿Cree usted que este sistema CRM, es confiable para el almacenamiento de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	6. ¿Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada?					
	7. ¿Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM?					
<b>Fidelización</b>	8. ¿Cree usted que con la implementación del sistema CRM aportado con la fidelización del usuario?					
<b>Capacitación</b>	9. ¿Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado?	4	4	4	4	4
	10. ¿el CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

**VARIABLE: GESTION ADMINISTRATIVA**

<b>DIMENSIONES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>Planeación</b>	1. ¿Considera que las metas que se programan se cumplen?	4	4	4	4	4
	2. ¿Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional?					
	3. ¿Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución?	4	4	4	4	4
<b>Organización</b>	4. ¿Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema?					
	5. ¿Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema?	4	4	4	4	4
	6. ¿Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador?					
	7. ¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema?	4	4	4	4	4
<b>Dirección</b>	8. ¿Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM?					
	9. ¿Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas?	4	4	4	4	4
	10. Presenta su jefe un buen liderazgo?					
	11. ¿La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes?	4	4	4	4	4
<b>Control</b>	12. ¿Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada?					
	13. ¿Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos?	4	4	4	4	4

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

## ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	IOBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
<b>VALIDEZ</b>			
APLICABLE			<del>SI</del> NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: Dr. Carlos Gonzáles Chávez		Fecha:	
Firma: 	Teléfono: 943656464	Email: <a href="mailto:carlos.chavez@usanpedro.edu.pe">carlos.chavez@usanpedro.edu.pe</a>	



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS**

**I. Información General:**

NOMBRES Y APELLIDOS DEL JUEZ : Javier Ulloa Siccha  
FORMACIÓN ACADÉMICA : **Contador Público**  
ÁREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL : Asesor de finanzas contables  
TIEMPO: 31 AÑOS CARGO ACTUAL: Docente  
INSTITUCIÓN : **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**Objetivo de la investigación:**

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

**EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE  
LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.**

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel.	-Los ítems no son suficientes para medir la dimensión. -Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total. -Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. -Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no es claro -El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. -Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. -El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. -El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. -El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. -El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante; es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio 2. Bajo nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	-El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. -El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. -El ítem es relativamente importante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: EL SISTEMA CRM Y LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS COLABORADORES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP, HUACHO - 2021.

VARIABLE: SISTEMA CRM

DIMENSION	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
<b>Integridad</b>	1. ¿Considera usted que el sistema CRM, salvaguarda la integridad de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	2. ¿cree usted que una buena recopilación de datos ya es suficiente para conocer al usuario?					
<b>Velocidad</b>	3. ¿Considerada que el sistema tiene un aporte significativo en cuanto a la velocidad de la información agregada?	4	4	4	4	4
	4. ¿Le facilita el promedio de respuesta que da al usar dicho sistema?					
<b>Confiabilidad</b>	5. ¿Cree usted que este sistema CRM, es confiable para el almacenamiento de la información ingresada?	4	4	4	4	4
	6. ¿Cree usted que el sistema aporta un control adecuado de la información recolectada?	4	4	4	4	4
	7. ¿Cree usted que los tramites a realizar ayuda el sistema CRM?					
<b>Fidelización</b>	8. ¿Cree usted que con la implementación del sistema CRM aportado con la fidelización del usuario?					
<b>Capacitación</b>	9. ¿Cree que la capacitación en cuanto al uso del sistema CRM ha sido el adecuado?	4	4	4	4	4
	10. ¿el CRM le permite a la institución que crezca y se mantenga ágil?					

Calificar de 1 a 4 puntos.

**VARIABLE: GESTION ADMINISTRATIVA**

DIMENSIONES	ITEMS	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES
<b>Planeación</b>	1. ¿Considera que las metas que se programan se cumplen?	4	4	4	4	4
	2. ¿Cree que la herramienta CRM, ayuda a las áreas a tener una mejor planeación organizacional?					
	3. ¿Cree usted que la implementación del sistema CRM, es una estrategia que ayuda a mejorar la imagen de la institución?	4	4	4	4	4
<b>Organización</b>	4. ¿Considera usted que cada personal tiene establecida sus funciones a realizar dentro del sistema?					
	5. ¿Considera que están bien establecidos los procesos a realizar dentro del sistema?	4	4	4	4	4
	6. ¿Considera usted que los procesos del sistema CRM, son fáciles para cualquier trabajador?					
	7. ¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y el área administrativa es más fluida desde que se implementó dicho sistema?	4	4	4	4	4
<b>Dirección</b>	8. ¿Considera que es motivado día a día para el desarrollo de sus actividades con el programa CRM?					
	9. ¿Cree usted que la motivación es clave para el uso de herramientas tecnológicas?	4	4	4	4	4
	10. Presenta su jefe un buen liderazgo?					
	11. ¿La comunicación es clara y muy fluida entre el personal y jefes?	4	4	4	4	4
<b>Control</b>	12. ¿Cree usted que el sistema brinda un mejor control de la información ingresada?					
	13. ¿Considera que la institución está en la capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos?	4	4	4	4	4

**Calificar de 1 a 4 puntos.**

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X			
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X			
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X		
<b>VALIDEZ</b>				
APLICABLE			<del>SI</del>	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI	NO
Validado por: Dr. Javier Ulloa Siccha			Fecha: 27/02/2022	
Firma: 	Teléfono: 943386707		Email: Javier.ulloa@usanpedro.edu.pe	