



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS**

Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos
en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru,
2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero de Sistemas

AUTORES:

Gomez Abanto, Sergio (orcid.org/0000-0002-8872-8041)

Herbay Aguirre, Marisol (orcid.org/0000-0003-1191-5399)

ASESOR:

Dr. Necochea Chamorro, Jorge Issac (orcid.org/0000-0002-3290-8975)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Información y Comunicaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedicamos principalmente a nuestro creador Dios, por brindarnos las fuerzas necesarias en seguir luchando y esforzándonos para continuar con metas trazadas a pesar de los obstáculos. A nuestros padres por ser el motor y motivo, siendo personas a las que amamos mucho y sin su apoyo nada de esto hubiera sido posible. A nuestros queridos hermanos del cual llevamos el ejemplo y por brindarnos de igual manera el apoyo para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que tuvieron la oportunidad de apoyarnos con este trabajo, al asesor por su gran formación. Por otro lado, a nuestros familiares por alentarnos a seguir adelante. Agradecemos con mucho cariño el apoyo de todas las personas que fueron partícipes de este trabajo, gracias totales.

Índice de Contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	17
III. METODOLOGÍA	24
3.1 Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Variables y operacionalización:.....	25
3.3 Población, muestra y muestreo	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.5 Procedimientos.....	30
3.6 Método de análisis de datos.....	31
3.7 Aspectos éticos	33
IV. RESULTADOS.....	33
V. DISCUSIÓN.....	44
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES.....	47
VIII. ANEXOS	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Gráfico N°1 Frecuencia del indicador del Nivel de Satisfacción	34
Gráfico N°2 Frecuencia Post - Test del indicador del Nivel de Satisfacción	37
Figura N°1: Diagrama Burndonchart Sprint 0	97
Figura N°2: Diagrama Burndonchart Sprint 1	104
Figura N°3: Diagrama Burndonchart Sprint 2	111
Figura N°4: Diagrama Burndonchart Sprint 3	117
Figura 05: Diagrama Burndonchart Sprint 4	123
Figura N°6: Diagrama Burndonchart Sprint 5	130
Figura N°7: Diagrama Burndonchart Sprint 6	136
Figura N°8: Diagrama Burndonchart Sprint 7	142
Figura N°9: Diagrama Burndonchart Sprint 8	148
Figura N°10: Diagrama Burndonchart Sprint 9	155
Figura N°11: Diagrama Burndonchart Sprint 10	160

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Población	26
Tabla N°2 Técnicas e Instrumentos.....	28
Tabla N°3 Confiabilidad de Nivel de Satisfacción.....	29
Tabla N°4 Cantidad de requerimientos.....	30
Tabla N°5 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Nivel de satisfacción ...	33
Tabla N°6 Frecuencia del indicador del Nivel de Satisfacción	34
Tabla N°7 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Cantidad de requerimientos	35
Tabla N°8 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Nivel de Satisfacción - Post Test.....	36
Tabla N°9 Frecuencia Post - Test del indicador Nivel de Satisfacción	37
Tabla N°10 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Cantidad de requerimientos	38
Tabla N°11 Pre - Test vs Post - Test indicador Nivel de Satisfacción.	39
Tabla N°12 Pre - Test vs Post - Test del indicador Cantidad de requerimientos.	40
Tabla N°13 Prueba de Rangos Wilcoxon	41
Tabla N°14 Prueba de Wilcoxon Nivel de Satisfacción	42
Tabla N°15 Prueba de rangos Mann-Whitney Pre – Test	42
Tabla N°16 Estadísticos de Prueba Mann-Whitney Pre – Test	43
Tabla N° 17 Prueba de rangos Mann-Whitney Post – Test.....	43
Tabla N° 18 Estadísticos de Prueba Mann-Whitney Post - Test	44
Tabla N 19: Personas y roles del proyecto.....	65
Tabla N°20: Matriz de impacto	66
Tabla N°21 Declaración de la visión del Proyecto.....	68
Tabla N°22: Acta de Constitución.....	69
Tabla N°23: Plan de colaboración	72
Tabla N°24: Épicas	73
Tabla N°25 Descripción de usuarios involucrados	74
Tabla N°26: Riesgos.....	75
Tabla N°27: Criterios de terminado	76
Tabla N°28: Historias de usuario H001	77
Tabla N°29: Historias de usuario H002	77
Tabla N°30: Historias de usuario H003	78
Tabla N°31: Historias de usuario H004	78
Tabla N°32: Historias de usuario H005	79

Tabla N°33: Historias de usuario H006	79
Tabla N°34: Historias de usuario H007	80
Tabla N°35: Historias de usuario H008	80
Tabla N°36: Historias de usuario H009	81
Tabla N°37: Historias de usuario H010	81
Tabla N°38: Historias de usuario H011	82
Tabla N°39: Historias de usuario H012	82
Tabla N°40: Historias de usuario H013	83
Tabla N°41: Historias de usuario H014	83
Tabla N°42: Historias de usuario H015	84
Tabla N°43: Product Backlog.....	85
Tabla N°44: Sprint 0	87
Tabla N°45: Sprint 1	87
Tabla N°46: Sprint 2	87
Tabla N°47: Sprint 3	88
Tabla N°48: Sprint 4	88
Tabla N°49: Sprint 5	88
Tabla N°50: Sprint 6	88
Tabla N°51: Sprint 7	88
Tabla N°52: Sprint 8	89
Tabla N°53: Sprint 9	89
Tabla N°54: Sprint 10	89
Tabla M°55 Participantes:.....	90
Tabla N°56 Lista de Productos:.....	90
Tabla N°58: Sprint 0	91
Tabla N°59: Requerimientos Funcionales CRM.....	92
Tabla N°60: Clientes.....	94
Tabla N°61: Prospecto.....	94
Tabla N°62: Requerimiento	95
Tabla N°63: Actividades realizadas.....	96
Tabla N°64: Equipo	96
Tabla N°65 Resumen del Sprint 0	97
Tabla N°66: Retrospectiva Sprint 0	98
Tabla N°67 Datos de la empresa:.....	99
Tabla N°69 Acuerdos.....	99
Tabla N°70 Participantes:	100

Tabla N°71 Lista de Productos:.....	100
Tabla N°72 Sprint 1	101
Tabla N°73 Resumen del Sprint 1	103
Tabla N°74 Retrospectiva Sprint 1	104
Tabla N°75 Datos de la empresa.....	105
Tabla N°76 Participantes:	106
Tabla N°77 Acuerdos.....	106
Tabla N°78 Lista de Productos:.....	107
Tabla N°79 Sprint 2	108
Tabla N°80 Resumen del Sprint 2	111
Tabla N°81: Retrospectiva Sprint 2	111
Tabla N°82: Datos de la empresa:.....	113
Tabla N°83: Participantes:	113
Tabla N°84: Sprint 3	115
Tabla N°85: Resumen del Sprint 3	117
Tabla N°86: Retrospectiva Sprint 3	118
Tabla N°87: Sprint 4	121
Tabla N°88: Resumen del Sprint 4	123
Tabla N°89: Retrospectiva Sprint 4	124
Tabla N°90: Sprint 5	127
Tabla N°91: Resumen del Sprint 5	129
Tabla N°92: Retrospectiva Sprint 5	130
Tabla N°93: Sprint 6	133
Tabla N°94: Resumen del Sprint 6	135
Tabla N°95: Retrospectiva Sprint 6	136
Tabla N°96: Sprint 7	139
Tabla N°97: Resumen del Sprint 7	142
Tabla N°98: Retrospectiva Sprint 7	142
Tabla N°99: Sprint 8	146
Tabla N°100: Resumen del Sprint 8	148
Tabla N°101: Retrospectiva Sprint 8	149
Tabla N°102: Sprint 9	152
Tabla N°103: Resumen del Sprint 9	154
Tabla N°104: Retrospectiva Sprint 9	155
Tabla N°105: Sprint 10	158
Tabla N°106: Resumen del Sprint 10	160

Tabla N°107: Retrospectiva Sprint 10 161

RESUMEN

La presente tesis brinda información del desarrollo de una herramienta CRM para mejorar positivamente la productividad, eficiencia y satisfacción de los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú SAC, todo ello por consecuencia a que la empresa se encontraba presentando diversos problemas con su eficiencia de acuerdo en su proceso de atención al cliente lo cual perjudicaba y generada retrasos, perdida de información y los requerimientos no lograban ser atendidos en su totalidad. El principal objetivo de la presente tesis fue determinar el impacto productivo de la herramienta CRM en la empresa Cloudfly Perú.

Para ello se hizo uso de la metodología SCRUM para el desarrollo del sistema, así como las Herramientas de Microsoft Platform (Sharepoint, Microsoft Teams, Power Automate, Power Apps) y de base de datos Microsoft Access.

El tipo de investigación es aplicado, el diseño es investigación Pre-experimental y de enfoque cuantitativo. La población es de 30 colaboradores y 22 registros de requerimientos. La técnica utilizada es encuesta y ficha de observación, los cuales fueron validados por expertos.

Palabras clave: Herramientas CRM, Gestión de Atención al Cliente, Nivel de Satisfacción, CRM, Customer Relationship Management.

ABSTRACT

This thesis provides information on the development of a CRM tool to positively improve the productivity, efficiency and satisfaction of employees in the company Cloudfly Peru SAC, all as a consequence of the fact that the company was presenting various problems with its efficiency according to its customer service process which was detrimental and generated delays, loss of information and the requirements could not be fully met. The main objective of this thesis was to determine the productive impact of the CRM tool in the company Cloudfly Peru.

For this, the SCRUM methodology was used for the development of the system, as well as the Microsoft Platform Tools (Sharepoint, Microsoft Teams, Power Automate, Power Apps) and the Microsoft Access database.

The type of research is applied, the design is Pre-experimental research and quantitative approach. The population is 30 collaborators and 22 records of requirements. The technique used is a survey and observation sheet, which were validated by experts.

Keywords: CRM Tools, Customer Service Management, Satisfaction Level, CRM, Customer Relationship Management.

I. INTRODUCCIÓN

Dentro del marco nacional. Según (Arango Aramburu y Granados Maguiño 2021) nos explican que se debe alentar a las organizaciones a que generen esfuerzos para realizar una correcta optimización sobre la interacción comercial con los clientes más rentables a través del marketing relacional, el cual busca de manera continua mantener e intensificar las beneficiosas relaciones entre ambas partes para lograr una correcta satisfacción y lealtad. Dicho proceso toma lugar con la correcta diferenciación de los servicios brindados y los productos generados a través de propuestas de valor, alimentando por libre acceso de información, el cual es valioso para el cliente. Es por ello por lo que, una de las herramientas de marketing que ayuda a facilitar dicho proceso, es la Gestión de Relaciones con Clientes (CRM) por la cual permite una continua interacción comunicativa entre la empresa y los clientes, brindando de manera más rápida y objetiva las ofertas de productos y servicios que pueden ser adaptados a las necesidades presentes y futuras de cada uno de los clientes.

Por otro lado, CRM deben de ser comprendidos como estrategias potenciales de negocio a largo plazo en la cual su mayor función es la interacción con los clientes. Por ello es de mucha importancia la gestión de toda la data que maneja la empresa a través de la tecnología actual permitiendo generar comunicación continua proveedor-cliente. Asimismo, el análisis completo permite ver drásticamente como aumenta la productividad y el funcionamiento comercial de la empresa.

Según (Of et al. 2015) La estrategia más acertada para realizar una solución CRM, es mediante una orientación verídica con el cliente, porque ello no solo trata de realizar una buena “atención al cliente”, sino que el cliente sea el foco principal de la empresa. Las decisiones que se llegan a tomar son realizadas en torno a lo que el cliente desea obtener y dicho resultado influirá directamente en la rentabilidad positiva en la empresa, porque permite conocer a detalle sus objetivos e intereses. Por otro lado, la herramienta CRM se establece de acuerdo con las necesidades de la empresa, añadiendo y

modificando secciones a demanda. Cuando llega el momento de cambiar el modelo usado, la plataforma soporta los cambios a realizar y permite la flexibilización de sus componentes, incluso si la empresa decide anexar datacenter o infraestructuras en la nube, dicha plataforma te da la facilidad y las herramientas necesarias para realizar dichas modificaciones.

Asimismo, dentro de la perspectiva internacional (Cruz Estrada, Lagarda Leyva y Miranda Zavala, 2015) nos indican que el sistema de medición de desempeño es un resultado de las necesidades de realizar un correcto seguimiento mediante el modelo CRM implantado en la organización bajo en la cual se encuentra realizando el estudio. Siendo sumamente necesario realizar monitoreos y realizar correcciones a las áreas dónde se observan mayores niveles de oportunidad, las cuales ayudan a adaptar un sistema CRM flexible, el cual es capaz de incorporar situaciones en las cuales el entorno requiere y que éstas se enfoquen en las nuevas situaciones que afronta la compañía.

Según lo mencionado por (Orduz 2019), las empresas en la actualidad tienen que realizar un severo enfoque en cómo gestionar a sus clientes de manera eficiente y exitosa, en los estudios que se realizaron por diferentes autores, coinciden en lo siguiente, que es imprescindible crear un correcto sistema de gestión para atención de clientes que permita establecer sistemas integrados para la correcta recopilación de datos específicos del cliente. La implementación de una herramienta CRM permite optimizar el manejo de los recursos tecnológicos, ya que con dicha implementación se pretende lograr una evidente diferenciación del resto de empresas del mercado.

Según (PACHECO VEGA MARTHA ANDREINA 2017) hace mención que el negocio evidencia problemas continuos como la incoordinación en el tema de capacitación a los colaboradores que está en interacción continua con el cliente, pocas estrategias comerciales para buen resultado, dudas en el momento de tomar decisiones para el mejoramiento ante la inversión en inventario del negocio; todo ello se origina gracias a la ausencia total de una administración estratégica, asimismo se originan continuamente la ausencia

de ventajas competitivas porque no se ejecuta a base a objetivos e indicadores de gestión. Por ello es el problema con los clientes, no se generaliza estrategias para su fidelización o comunicación, la cual se debería de dar para seguridad.

Según Desde (Apaza Payahuanca 2019) nos explican lo siguiente, que mediante el estudio que fue realizado por el INEI, existen más de 220 mil puntos de venta formales, informales y autoservicios en Lima Metropolitana. Existe un gran mercado que se podría aprovechar, ejecutando modelos estratégicos para incrementar ventas, ya que en base a ello, existieron obstáculos que impiden el crecimiento continuo, ya que no existe una correcta distribución ni seguimiento de las zonas de venta en lo que corresponde a las bodegas, no existe un plan de capacitación ni de motivación para los agentes de venta, sin embargo, el principal problema es el de una inexistente base de datos estructurada y actualizada con los reportes generados de los clientes para poder aplicar una correcta estrategia de fidelización, sumado a ello, mantienen herramientas de recolección y captura de datos obsoletas, lo cual lleva a invertir una gran cantidad de tiempo en la toma de pedidos, entrega de productos, facturaciones, elaboración de guías y la correcta liquidación de inventarios, debido a que dichos procesos se realizan de manera manual, todas estas características afectan directamente la rentabilidad y crecimiento de la empresa.

Según (Gutiérrez 2017) manifiesta que al originarse del crecimiento de clientes con pequeños, medianos y grandes proyectos; los ejecutivos comerciales no se daban abasto para inspeccionar y brindar atención a los clientes potenciales que tenían delegados a su cargo; además, toda la información se administraba en automático y no contaban con una buena base de datos estructurada, unificada y actualizada con información correcta de sus clientes. Esto, afecta demasiado para la cancelación de su presupuesto anual, la cual les fue brindada al inicio del año. Además, cuando la Gerencia General solicitaba reportes de rendimiento, lo reportado por la Gerencia Comercial no coincidía con lo reportado individualmente por cada uno de los ejecutivos comerciales.

La empresa Cloudfly brinda servicios de consultaría de herramientas Cloud lo cual tiene comunicación e interacción con sus clientes debido a servicios y/o proyectos adquiridos por ellos. Actualmente maneja sus registros a través de un Excel limitando el orden y unificación de datos. Por otro lado, también se vieron casos en lo que el registro de datos se realizó de manera incorrecta a causa de una mala tipificación, no cuenta con estados y seguimiento de proyectos e incidentes resueltos y/o completos. Adicionalmente no se realizaba un seguimiento a los incidentes que reportaban los clientes a través del correo electrónico perdiendo un tiempo aproximadamente de 1 semana sin respuesta ni atención a los clientes. Por último, no contaba con Backup continuo para la seguridad de la información y con ello sus procesos se veían perjudicados ya que se tornaba en riesgo de pérdida de información.

Considerando la situación actual de la empresa nace la siguiente problemática general: ¿Cómo influye la herramienta CRM en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú SAC? Y las problemáticas específicas, la primera es ¿Cuáles son los beneficios de incrementar el nivel de satisfacción de los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú SAC? Y la segunda es ¿De qué manera la herramienta CRM permite mejorar la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú SAC?

Al realizar esta investigación mediante la problemática de la presente empresa Cloudfly Perú, se justifica que la implementación de mejora de procesos con herramientas CRM va a contribuir y efectuar la máxima productividad en su área de atención al cliente y comercial mejorando sus procesos y optimizando la información del negocio de una forma más estructurada y eficiente. Efectuará y automatizará tareas diarias permitiendo que sus actividades y prospectos sean continuos sin perder oportunidades ni la fidelización del cliente, mejorará la analítica de datos, inteligencia empresarial e informes realizados por Cloudfly estructurando una gestión más organizada.

Mediante la siguiente justificación social. Según (López Díaz y Alfonso Arias 2018) siguiendo una línea de investigación, acredita que las empresas en la actualidad están por encima de un modo transaccional llegando al punto de convertirse en uno más relacional, de esta manera es como se genera un correcto desarrollo de las prácticas comerciales, en las cuales es el marketing relacional lo que ayudar a los pequeños comerciantes a mantener una correcta relación con sus clientes, en cambio, en el ambiente industrial, en la actualidad se puede volver una necesidad para muchas organizaciones el manejar una correcta y personalizada relación con los clientes a grandes escalas, por lo cual a día de hoy es posible pretender a este tipo de modelo con culturas y herramientas como el CRM.

Por otro lado, mediante la siguiente justificación tecnológica. Según (Decana 2021) explica lo siguiente, teniendo en considerando la situación actual de la organización, se valida que es necesario tener una ventaja competitiva para llegar a liderar el mercado, además, se debe ofrecer una experiencia superior a los clientes y potenciales compradores de servicios que satisfaga sus expectativas, por ello se consideran herramientas como BPM-CRM, ya que es una de las herramientas estándar para mejorar procesos de atención al cliente, ello debido a las herramientas innovadoras que utiliza y porque ayuda a marcar un camino hacia una correcta transformación digital en la organización donde se implemente, también porque dicha aplicación se enfoca en la documentación de dichos procesos y el correcto uso de la información que se llegue a recopilar dentro.

Asimismo, brindará reportes estadísticos en cuanto a sus áreas de ventas y por otro lado mejorará sus procesos en el área de atención al cliente optimizando tiempos y desarrollando interacción continua. Por lo cual va a generar comunicación sólida con el cliente a través de la herramienta CRM, como bien se menciona todo, esto se genera con la oportunidad de poder expandir los servicios que brinda Cloudfly como empresa y producirá estrategias de negocio, a su vez dentro de la empresa se va a establecer mejores formas de comunicación y manejo unificada en un solo CRM, también mejorará sus procesos en ventas, marketing, TI, etc. Por ello es una

excelente herramienta que optimizará tiempos de respuesta y maximizará productividad en la empresa con niveles muy altos e históricos. El aporte por realizar es optimizar sus procesos a través de desarrollo personalizado generando soluciones tecnológicas eficientes para mejorar la experiencia comercial y su área de atención al cliente.

Ante todo, lo investigado se propone el siguiente objetivo general: Determinar el impacto productivo de la herramienta CRM en la empresa Cloudfly Perú. Y los siguientes objetivos específicos, de los cuales el primero es: Determinar el impacto en el nivel de satisfacción de los colaboradores. El segundo objetivo específico: Determinar cómo influye la herramienta CRM en la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú SAC. Por lo cual estos objetivos permiten reflejar la siguiente hipótesis general: La implementación de herramientas CRM influye a mejorar la productividad en la gestión de atención a los clientes en la empresa Cloudfly Perú. Por otro lado, la siguiente hipótesis específica: La implementación de herramientas CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú. La segunda hipótesis específica es: La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

II. MARCO TEÓRICO

Los estudios nacionales que están relacionados a la presente investigación son los siguientes: (Arango Aramburu y Granados Maguiño 2021) manifiestan en su artículo que tiene como objetivo principal brindar información sobre cómo se desarrolló el análisis para poder determinar los niveles de interés aplicados a los CRM. Los métodos que hizo uso fue la selección de 5 literaturas relevantes dentro de la variedad de 151, evidenciado la gran relación que contienen con los CRM, clasificándose por etapas para hallar información relevante. Por lo cual dentro de todo el análisis determinan que dentro de los primeros 5 años logró la innovación tecnológica logrando así llamar la atención de muchas personas a realizar un análisis más profundo y

publicando artículos basados en herramientas CRM lo cual generó un 53.3%. Luego de ello, pasado los 2 años se volvió a analizar y alcanzó un 46.2%. Por lo cual con ello se evidencia la gran tendencia que fue teniendo durante los años para lograr el objetivo de crecer y ser efectivo para muchas empresas.

Según (Yepez Idme 2019) tiene como objetivo mejorar procesos de gestión comercial para poder así maximizar sus ventas y por otro lado generar un seguimiento continuo mediante la gestión comercial en la empresa. Por ello menciona: Siendo el software más prioritario dentro de las herramientas CRM, el cual es elegido por diversas empresas para aumentar su volumen de ventas mejorando e incluso superando defectos en sus procesos, CRM de Salesforce, es una herramienta con almacenamiento en la nube y personalizable, que modifica la manera en que las empresas tengan interacción constante con sus clientes para impulsar la productividad y el crecimiento de la empresa. De acuerdo con lo mencionado por el autor se concluye que al empezar a hacer uso del software el personal va a poder tener una interacción positiva con la herramienta permitiéndoles realizar un manejo factible y gestionar sus procesos con múltiples canales de comunicación electrónica.

Según (López Díaz y Alfonso Arias 2018) en su tesis menciona como objetivo que es bueno establecer procesos organizacionales para que los ayude a definir, crear y asignar procesos de trabajo automatizados. Por ello mencionan: En la actualidad se convierte en una herramienta necesaria para las empresas que quieran llevar el manejo y comunicación en base a la interacción con sus clientes de forma continua, hoy es posible pretender a este tipo de modelos con culturas como el CRM. De acuerdo con lo mencionado por los autores se destaca que al hacer uso de esta herramienta tan exitosa y factible de usar brinda un beneficio importante a la empresa permitiéndoles así tener comunicación directa con los clientes y brindar accesibilidad entre los usuarios de la empresa, con la información unificada.

Los estudios internacionales que están relacionados a la presente investigación son los siguientes: (Cruz Estrada, Lagarda Leyva y Miranda Zavala 2015) manifiestan en su artículo titulado “Sistema De Mejora Continua Para El Proceso Crm De Una Empresa De Servicios, De Tijuana, B.C., México” que dicha investigación tiene el objetivo de mejorar su proceso de gestión de relaciones con el cliente por el cual emplean diversas estrategias para obtener un resultado efectivo. Por ello para poder realizar todo ello se necesitó dar seguimiento al modelo CRM que fue implantado dentro de la empresa dando la factibilidad de poder manejar y observar diversas oportunidades que con el paso del tiempo logren permitir la buena adaptación del sistema CRM muy flexible automatizando la mejora de sus procesos.

Para concretar todo ello se debe de seguir el marco de proceso CRM implantado, el cual en un inicio fue para mejorar la satisfacción y lealtad de los estimados clientes, asimismo las estrategias fueron evaluadas por un inicio por el gerente o coordinador de marketing, logrando así deliberar y revisar el desempeño de la herramienta CRM. Por otro lado, fue evaluada por los colaboradores para tener conocimiento de la orientación al cliente y la gestión de conocimiento siendo esto habilidades y capacidad con el que debe de contar todo personal de una empresa. Por último, la evaluación de finalización fue dirigida a los clientes para poder medir la satisfacción del servicio brindado y el producto que se logra adquirir.

(«PROYECTO FIN DE CARRERA Ingeniería de Telecomunicación Implementación de un CRM mediante la plataforma» 2015) Tiene como objetivo generar un desarrollo lógico mediante su implementación demo y realizar la unión de los datos que maneja la empresa queriendo realizar un control de trabajos y gestión de visitas comerciales. Por ello realiza la siguiente conclusión: Salesforce de las grandes herramientas para la creación de CRM con almacenamiento en la nube.

Por lo cual, tanto su desarrollo como el uso prolongado del mismo se realizan de manera on-line, sin que se instale algún software dentro del equipo personal o corporativo. Asimismo, brinda un uso excelente de la gestión de

clientes, contactos, oportunidades, facturación, informes, etc. Por demás, debido a las múltiples funciones que brindan, cada CRM es único y personal, adecuado a las necesidades del cliente. De acuerdo con lo mencionado por el autor se concluye que las herramientas CRM unifica la información completa en una sola base datos, manteniendo su información actualizada y prevenir errores de trabajo.

(Ordúz 2019) manifiesta en su artículo titulado “La gestión de relación con los clientes (CRM) en el desarrollo comercial de las empresas”. Tiene como objetivo generar la fidelización de sus clientes para así lograr maximizar sus ventas y darle seguimiento continuo para tener conocimiento del estado de este y proponer planes promocionales logrando la comercialización de sus líneas. Por ello menciona: Las empresas en la actualidad deben prestar mucha atención en cómo gestionar clientes de manera eficiente y exitosa, en los estudios realizados por diferentes autores coinciden que es imprescindible crear un sistema de gestión de clientes que permita establecer un sistema integrado con datos específicos de los clientes. De acuerdo con lo mencionado por el autor se destaca que las empresas sí o sí necesitan ir gestionando su información con CRM para poder gestionar su información de forma eficaz.

(Manchar y Chouhan 2017) manifiesta en su artículo titulado “Salesforce CRM: A new way of managing customer relationship in cloud environment”. Tiene como objetivo ofrecer oportunidades de realizar una gestión y seguimiento de oportunidades con cada cliente y futuros clientes. Por lo cual menciona: permite a las prácticas, técnicas y avances que las organizaciones utilizan para supervisar y romper Alianza de clientes e información a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, con el objetivo de potenciar el negocio asociados con clientes, impulsar el desarrollo de acuerdos. De acuerdo con lo mencionado por el autor Salesforce cumple esas necesidades y expectativa en la cual almacena la información dentro de su nube.

(PACHECO VEGA MARTHA ANDREINA 2017) la estructuración en lo que respecta a la fidelización de clientes considera distintos componentes, ya que

es lo principal que la organización debe planificar para mantener a sus clientes, todo ello mezclando una cordial y adecuada comunicación entre los empleados y los clientes. El marketing realizado ayuda a estimular, ofrecer la información necesaria al cliente y la experiencia que permite potenciar la visión positiva del producto o servicio que se está brindando, todo ello para lograr una correcta y concreta fidelización de clientes. De acuerdo con lo que el autor menciona, la fidelización y el marketing utilizado son dos herramientas extremadamente importantes ya que esto ayuda a que el cliente se mantenga en la empresa, haciendo uso de sus servicios y dando la posibilidad a realizar ofertas de productos o servicios similares o que están vinculados al que ya consume.

(Dalla Pozza, Goetz y Sahut 2018) refieren que “La victoria de toda transformación de CRM está en el poder de la implementación integral en un periodo definido de ciertos componentes claves de CRM como alineación organizacional, estrategia, tecnología CRM y Gestión de Clientes”. Es necesario mencionar que la importancia de CRM ayuda a resaltar la esquematización y desarrollo del contacto con el cliente ya que es un gran conjunto de herramientas que ayudan a procesar adecuadamente los datos del cliente, logrando así una correcta distribución con los procesos core del negocio.

(Cruz Estrada, Lagarda Leyva y Miranda Zavala 2015) indica que en la actualidad las empresas se enfrentan por la ponderación de clientes como si estos fueran alfa y omega de todo mercado. De esta manera nos encontramos con un contexto de “comoditización” donde las ofertas son maneras de realizar las competencias de marketing y dónde se debe competir con todas las herramientas a disposición, siendo en este campo, el conocimiento que se tenga del cliente, como uno de los recursos más valiosos y la gestión de ello es lo que marca la diferencia en a la experiencia con los clientes y la fidelización que tengas con ellos.

Es por ello que, para (Sanchez 2018) nos informa que, las tecnologías de TI se están volviendo una prioridad, ya que estas nuevas herramientas ofrecen

una gran y amplia gama de usos en aplicaciones e integraciones con otras herramientas que ayudan a agilizar procesos de venta, producción y en el caso de un CRM la gestión de atención al cliente, ayudando de esta manera a las empresas de crear estrategias en la comunicación y fidelización de los cliente, a través de una serie de programas de información y servicios adicionales, que ayuden a fortalecer y mejorar los productos el cual dicho cliente hace uso. Esto conlleva a que los usuarios que consumen los servicios o productos de la empresa tengan un bajo porcentaje de deserción debido a la correcta y permanente comunicación entre cliente-empresa, lo cual apoya en gran medida al crecimiento de la empresa y los recursos que brinda.

Con ello trae un gran lealtad por parte del cliente, hacia los servicios brindados por la empresa y hacia los mismos dueños y trabajadores que la conforman, como lo mencionado por (Quispe y Ayaviri 2021) como la lealtad de un cliente está determinada hacia un producto, organización o alguna marca y aunque la lealtad de los clientes se constituye en con mayor fuerza en la últimas décadas, como una de los principales pilares de interés para las empresas, pero a pesar de ello no parece que exista una manera en concreto que ayude a definir y/o medir tan complejo concepto, además de estar fuertemente ligado a la misma satisfacción con el cliente. En los textos, se encuentra una discusión que normalmente está centrada entre lo comportamental y lo actitudinal. Por otro lado, conviene realizar una relación entre la lealtad y la satisfacción. De dicha manera, esta relación puede ayudar a mejorar la amplia integración de las organizaciones con los conceptos de planificación y gestión de atención al cliente.

Por otro lado, las nuevas herramientas innovadoras como Power Apps son grandes desarrollos de transformación digital. Según (Microsoft 2022) menciona que es una herramienta de gran escala que brinda servicios y conectores más una plataforma de datos que permite enlazar bases de datos y proporciona entornos de pruebas y producción para los desarrollos de aplicaciones ágiles y personalizables para las empresas que lo requieran. Cuentan con diversas funciones de integración con herramientas como SharePoint, Microsoft 365, Dynamics 365, Microsoft Access, etc.).

Adicionalmente según lo mencionado por (Microsoft 2022) Power Apps proporciona grandes flujos de trabajo y lógica de negocios con la finalidad de transformar las continuidades operativas, procesos manuales y cargas operativas diarias de una empresa en procesos automatizados de la mano con la transformación digital logrando ejecutarse a través de un navegador web o la aplicación.

Con ello se entiende que para iniciar con el desarrollo en Power apps la herramienta brindada por Microsoft permite realizar otros tipos de desarrollo con a través de programación y metadatos para finalmente integrarse con datos externos.

Asimismo, Power Automate es una gran herramienta de automatización. Según (Microsoft 2022) menciona que se basa en la automatización de procesos basado en la nube, integrándose con diversos flujos de trabajo lo cual a su vez simplifica diversos procesos de negocio y comerciales para que se pueda manejar de forma más ordenada y eficiente. Cabe resaltar que se puede hacer creación de flujos sin necesidad de ser expertos en la programación.

Cabe agregar, según lo mencionado por (Microsoft 2022), hacer uso de listas de Sharepoint como una gran herramienta de almacenamiento de datos y organizarlo a través de los sitios. Adicionalmente es un lugar en el cual se puede almacenar y compartir información desde diversos dispositivos y un navegador web.

Adicionalmente, de acuerdo con lo mencionado por (Padilla Meléndez y Garrido Moreno 2013) enfatizan que el CRM operacional genera gran eficiencia a los procesos que involucran directamente al cliente y hace referencias a diversos puntos de contacto en los cuales se recopila la información de los clientes (contact centre, mail, fax, y fuerza de ventas). Asimismo, la construcción de un CRM operacional involucra herramientas tecnológicas como almacenamiento y análisis de datos (data warehousing y

data mining), segmentación (clustering) y herramientas para iniciar la atención y evaluación del valor de clientes.

Finalmente, como base de datos se tiene a Microsoft Access. Por ello según lo informado por (Microsoft 2022) menciona que al importar datos de una lista de Sharepoint a Microsoft Access logra crear la tabla y replicar la información evitando así pérdida de información y realizando procesos manuales de backup, ya que con la importación logra hacerlo de forma sincronizada.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

La presente investigación es de tipo aplicada, de acuerdo a la implementación de la herramienta que beneficia la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú lo cual los colaboradores de la empresa van a poder satisfacer ágilmente las necesidades de los clientes. Es por ello por lo que, precisamos un enfoque conciso y claro, en el cual se podrá analizar y estudiar los problemas a los cuales se les plantea encontrar una solución. También para tener en claro el detalle de investigación, se busca cumplir con las necesidades de transformación digital que requiere la empresa para gestionar su relación con los clientes en tiempo real, asimismo mejorar procesos de la gestión de atención al cliente.

3.1.2. Diseño de investigación:

En dicho caso esta investigación se realiza de manera pre experimental, dado que se evalúa la variable dependiente en función a los indicadores que fueron establecidos, todo ello con el fin de obtener resultados, uno de ellos antes de la realización de la implementación de CRM en la empresa (pre test) y otra que es posterior a su implementación (post test). Las mediciones que se realizan en el pre test y post test se compararon con el nivel de satisfacción y cantidad de requerimientos, antes y el después de la

implementación de la herramienta CRM. Esto con lograr realizar una correcta verificación de si hubo mejora en el proceso de gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú. El enfoque previsto para esta investigación es cuantitativo. Dado que los datos recopilados de la muestra quedarán sustentados a través de encuesta y ficha de registro.

3.2. Variables y operacionalización:

Variable Dependiente: Gestión de atención al cliente

Definición conceptual: Es un conjunto de actividades que son desarrolladas por las empresas las cuales tienen un contacto directo con el mercado, las cuales están encaminadas a identificar las necesidades del cliente en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo solventar sus expectativas. (López María, 2017)

Definición operacional: La gestión de atención al cliente busca recopilar información de los colaboradores para mejorar el nivel de satisfacción de estos con respecto a la implementación de la nueva herramienta, en la cual respecto a ello se conlleva a mejorar la productividad y la cantidad de requerimientos atendidos.

Indicadores:

- Nivel de Satisfacción
- Cantidad de requerimientos

Escala de medición:

- Escala de Likert
- Porcentaje

Variable Independiente: CRM

Definición conceptual: El CRM operacional es un excelente software de gestión de clientes con generación automática de leads, tracking, seguimientos; de una manera inteligente y centralizada. Aparte de brindar un contacto directo con los clientes. (López Díaz y Alfonso Arias 2018)

Definición operacional: Herramienta CRM, contiene muchas funcionalidades para ayudar a mejorar el nivel de satisfacción y establecer una mejor comunicación y productividad de los colaboradores.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población:

El desarrollo del presente estudio realizado para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú, se consideraron los indicadores de Nivel de Satisfacción con una población de 30 colaboradores y Cantidad de requerimientos con una población de 22 registros.

Tabla N°1: Población

Variable	Indicadores	Unidad	Cantidad
Gestión de atención al cliente	Nivel de Satisfacción	Colaboradores	30
	Cantidad de requerimientos	Registros de Requerimientos	22

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo sintetizado por (PACHECO VEGA MARTHA ANDREINA 2017), es conocido que la "Población", es identificado como un conjunto definido e indefinido de diversos elementos con rasgos comunes, con ello se tendrá una mayor amplitud para generar las conclusiones de investigación. Por otro lado, como bien es descrito líneas arriba, la muestra se lleva a cabo de acuerdo con una cantidad de personas que se tomen de la población para definir una realidad problemática y enfocar datos específicos. Adicionalmente existen diversos tipos de muestras, tales como: muestreo aleatorio simple, muestreo estratificado, muestreo por cuotas, muestreo intencionado, muestreo mixto, y muestreo tipo.

Criterios de inclusión:

Criterios de inclusión

Tesis y artículos relacionados de acuerdo con los siguientes años, tales como [2015 - 2022].
Publicaciones de artículos relacionados a las metodologías y técnicas utilizadas en la implementación de herramientas CRM en empresas u organizaciones.
Publicaciones de artículos, revistas, libros y/o tesis en lo que indican el uso factible, nivel de satisfacción y productividad que tienen las herramientas CRM en diversas empresas de acuerdo con su gestión de atención al cliente.

Criterios de exclusión:

Criterios de Exclusión
Tesis y/o literaturas que no cumplan con los criterios de inclusión relacionados al tema.
Se excluyeron diversos artículos innecesarios que no tenían relación completa con por lo menos 3 palabras clave de la cual tenga concordancia con el título; asimismo boletines, libros y manuales.
Se excluyeron diversos artículos direccionados a la implementación de herramientas CRM sin ningún tipo de situación relacionado a la satisfacción y/o gestión de atención al cliente.

3.3.2. Muestra:

Tamaño total de la muestra es 30 colaboradores y 22 registros.

3.3.3. Muestreo:

Por lo tanto, para la muestra es de tipo aplicada, asimismo como población total es un número determinado de 30 colaboradores y 22 registros, su población resulta ser finita. Para ello se ha tenido en consideración no usar la fórmula debido a que la cantidad de población es mínima a lo planteado. Es decir que ahora la muestra que se tendrá en consideración es 30 y 22 registros. Además, la unidad de análisis está conformada por colaboradores y registros obtenidos de la empresa Cloudfly Perú.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el presente desarrollo de tesis se realizó la recolección de datos a través del instrumento Encuesta con técnica de escala de Likert lo cual permitió recabar información referente al indicador de Nivel de Satisfacción de los colaboradores respecto a la mejora del proceso en la gestión de atención al cliente. Asimismo, se realizó la recolección de datos a través del instrumento Ficha de Registro con la técnica de fichaje lo cual a su vez permitió recopilar datos referentes al indicador Cantidad de requerimientos, con ello se logró identificar requerimientos y/o nuevas solicitudes en base a la gestión de atención con sus clientes.

Tabla N°2 Técnicas e Instrumentos

Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
Gestión de atención al cliente	Nivel de Satisfacción	Encuesta	Escala de Likert
	Cantidad de requerimientos	Ficha de Observación	Porcentaje

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte, se hizo uso de Encuesta validada por un juicio de expertos en las cuales hicieron uso de una dimensión igual; se encuentran ubicadas en el Anexo N°5 y Anexo N°6. Además, cabe resaltar que los instrumentos mostrados son adaptaciones de los autores.

Por otro lado, el presente desarrollo de tesis cuenta con la confiabilidad realizada a través de la aplicación del Coeficiente en la correlación de Pearson.

La confiabilidad obtenida de acuerdo al indicador Nivel de Satisfacción, conforme al coeficiente de Pearson el cual se obtuvo a través del programa estadístico SPSS 26 fue de 0,897, lo cual es considerado de Excelente confiabilidad.

Tabla N°3 Confiabilidad de Nivel de Satisfacción

		Correlaciones	
		Nivel de Satisfacción - Test	Nivel de Satisfacción - Retest
Nivel de Satisfacción - Test	Correlación de Pearson	1	,897**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Nivel de Satisfacción - Retest	Correlación de Pearson	,897**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Fuente: Elaboración Propia

La confiabilidad obtenida de acuerdo al indicador Cantidad de requerimientos, conforme al coeficiente de Pearson el cual se obtuvo a través del programa estadístico SPSS 26 fue de 0,757, lo cual es considerado de Excelente confiabilidad.

Tabla N°4 Cantidad de requerimientos

Correlaciones

		Cantidad de requerimientos - Test	Cantidad de requerimientos - Retest
Cantidad de requerimientos - Test	Correlación de Pearson	1	,757**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	22	22
Cantidad de requerimientos - Retest	Correlación de Pearson	,757**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	22	22

Fuente: Elaboración Propia

3.5. Procedimientos

Los procedimientos para la presente investigación surgieron a través de la problemática que enfrentaba la empresa Cloudfly Perú S.A.C durante el inicio de la pandemia generada por el virus de COVID 19, enfrente diversos problemas sobre su gestión de atención al cliente, es por este motivo que se analizó la situación. Asimismo, a raíz de una previa conversación con los gerentes de la empresa en la cual se analizó la implementación de una herramienta CRM que les permita gestionar y mejorar sus procesos, se definió las necesidades para poder ir en marcha con la implementación de esta herramienta CRM. Por otra parte, durante una reunión se logró la autorización para proceder con la presente investigación, realizar la recolección de sus datos y el punto de vista brindado por sus colaboradores.

Para el desarrollo de la herramienta CRM se adquirió la licencia e Microsoft 365 Enterprise (E1), de las cuales dentro de sus aplicaciones incluidas se encuentran Power Apps, Power Automate, Sharepoint, Microsoft Teams y Outlook en las cuales se integraron para el desarrollo de la gran Herramienta CRM que tanto necesitaba la empresa Cloudfly.

Mediante los datos que recopilamos se propuso la investigación pre experimental de tipo aplicada, porque a través de ello se va a realizar la comparativa Pre-Test y Post-Test. Asimismo, se definen las dimensiones e

indicadores de nuestro estudio. Para ello se realizó la definición de la dimensión y sus indicadores. Por otro lado, también se planteó el tipo y diseño de investigación, la operacionalización de variables, la población del estudio y la muestra seleccionada, todo ello en base al muestreo establecido por una fórmula estadística. Por otra parte, se implementaron las técnicas e instrumentos para la recopilación de data importante. Por otro lado, para la recolección de datos del indicador Nivel de Satisfacción se efectuaron encuestas en base al uso factible y satisfacción interna por parte de los colaboradores; asimismo para el indicador Cantidad de requerimientos se efectuó la ficha de observación en la cual se detallan las peticiones atendidas y peticiones recibidas, Con ello el nivel de confiabilidad se realizó mediante el coeficiente de correlación de Pearson. Es decir que una vez seguido los procedimientos ya mencionados anteriormente para el análisis, se hizo uso del software SPSS 26. Por último, se detallan los aspectos éticos que se consideraron para el desarrollo de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

La presente investigación se realizará mediante el análisis descriptivo de la variable dependiente Gestión de atención al cliente con relación a los indicadores Nivel de satisfacción y Cantidad de requerimientos. Por lo cual para ello se realizó un pre-test con el objetivo de recopilar información actual de los indicadores mencionado. Por otro lado, se realizó un post-test con la nueva recopilación de datos que se obtendrán a raíz de la implementación de la herramienta CRM.

Las variables definidas para las hipótesis son las siguientes: NSAHCRM, que significa Nivel de Satisfacción antes de usar la Herramienta CRM y NSDHCRM, que significa Nivel de Satisfacción después de usar la herramienta CRM. Por otro lado, CRAHCRM, que significa Cantidad de requerimientos antes de usar la Herramienta CRM y CRDHCRM que significa Cantidad de requerimientos después de usar la Herramienta CRM.

HE1: La implementación de herramientas CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú.

Hipótesis Nula H0: La implementación de herramientas CRM no influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú.

$$\text{NSAHCRM} \geq \text{NSDHCRM}$$

Hipótesis Alternativa HA: La implementación de herramientas CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú.

$$\text{CRAHCRM} < \text{CRDHCRM}$$

HE2: La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

Hipótesis Nula H0: La implementación de herramienta CRM no contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

$$\text{NSAHCRM} \geq \text{NSDHCRM}$$

Hipótesis Alternativa HA: La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

$$\text{CRHCRM} < \text{CRDHCRM}$$

Nivel de Significancia:

$\alpha = 5\%$ Error

Nivel de confiabilidad: $((1 - \alpha) = 0.95)$

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación cuenta con responsables honorables, por lo cual se responsabilizan de la veracidad y autenticidad de la información y datos mostrados, a causa de que en el proceso de realizar el proyecto no se ha logrado evidenciar información con errores, también los resultados obtenidos son en base a estudios reales. Por lo tanto, se garantiza la gran calidad y veracidad que tiene, además de seguir manteniendo la confidencialidad.

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Los resultados descriptivos de la presente investigación, los indicadores, porcentajes obtenidos de acuerdo a la encuesta realizada y los documentos encontrados, se muestran de la siguiente forma a través de figuras y tablas:

Tabla N°5 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Nivel de satisfacción

Estadísticos		
I1 (Agrupada)		
N	Válido	30
	Perdidos	0
Media		3,27
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. Desviación		,521
Varianza		,271
Mínimo		2
Máximo		4
Suma		98

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°5, el cual mantiene relación con el indicador Nivel de satisfacción, se muestra que obtuvo un valor de 3,27 de media muestral, de acuerdo con nuestra escala de Likert con valor “Indiferente”, con una desviación estándar de 0,521 y una varianza de 0,271. Por otro lado, hay que mencionar que se obtuvieron respuestas con valor de 1 considerándose

“Totalmente en desacuerdo”, sin embargo, también se obtuvieron respuestas con valor 5 considerándose “Totalmente de acuerdo”, es decir mantiene siempre el Nivel de Satisfacción.

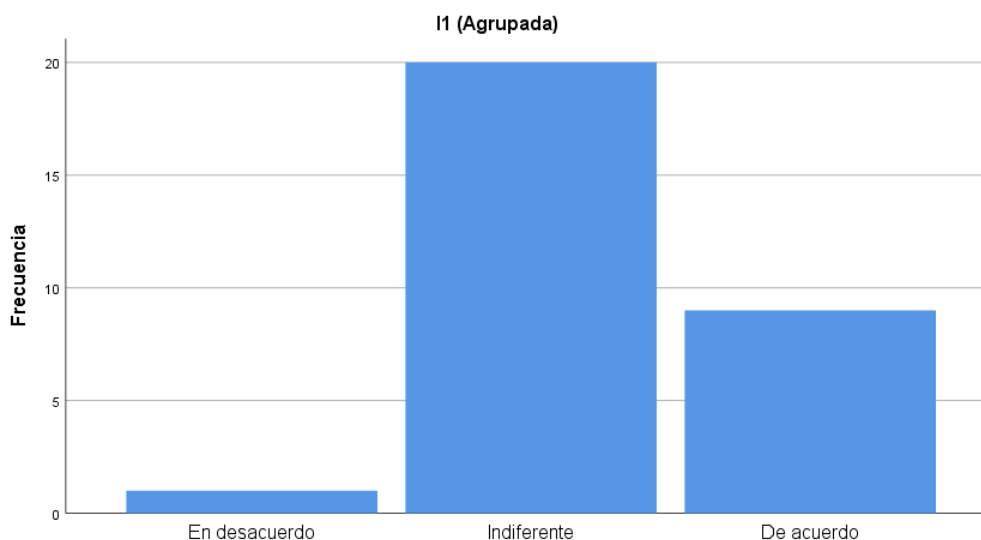
La siguiente tabla muestra el resultado obtenido sobre la frecuencia del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°6 Frecuencia del indicador del Nivel de Satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Indiferente	20	66,7	66,7	70,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°1 Frecuencia del indicador del Nivel de Satisfacción



Fuente: Elaboración Propia

Posteriormente en la tabla N°6 y el gráfico N°1 se visualiza que las respuestas obtenidas a través de instrumento encuesta de Likert, muestra la frecuencia de acuerdo con el indicador Nivel de Satisfacción, las cuales resultaron “En

desacuerdo” con un 3,3%, mientras que el 66,7% resultó con respuesta “Indiferente” con 66,7% y el 30% resultó con respuesta de “Totalmente de acuerdo”.

La siguiente tabla muestra el resultado obtenido sobre el resultado estadístico del indicador Cantidad de requerimientos

Tabla N°7 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Cantidad de requerimientos

Estadísticos

Cantidad de requerimientos - Pre-Test

N	Válido	22
	Perdidos	0
Media		83,89
Mediana		100,00
Moda		100
Desv. Desviación		20,488
Varianza		419,779
Mínimo		50
Máximo		100
Suma		1845

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°7 el cual mantiene relación con el indicador Cantidad de requerimientos, se muestra que obtuvo un valor de 83,89% de media muestral, con una desviación estándar de 20,488 y una varianza de 419,779.

Post - Test

La siguiente tabla muestra el resultado POST - TEST obtenido sobre el resultado estadístico del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°8 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Nivel de Satisfacción - Post Test

Estadísticos

Indicador PostTest

N	Válido	30
	Perdidos	0
Media		4,27
Error estándar de la media		,082
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,450
Varianza		,202
Rango		1
Mínimo		4
Máximo		5
Suma		128

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°8, el cual mantiene relación con el indicador Nivel de satisfacción, se muestra que obtuvo un valor de 4,27 de media muestral, de acuerdo con nuestra escala de Likert con valor “De acuerdo”, con una desviación estándar de 0,450 y una varianza de 0,202. Por otro lado, hay que mencionar que se obtuvieron respuestas con valor de 3 considerándose “Indiferente”, sin embargo, también se obtuvieron respuestas con valor 5 considerándose “Totalmente de acuerdo”, es decir mantiene siempre el Nivel de Satisfacción.

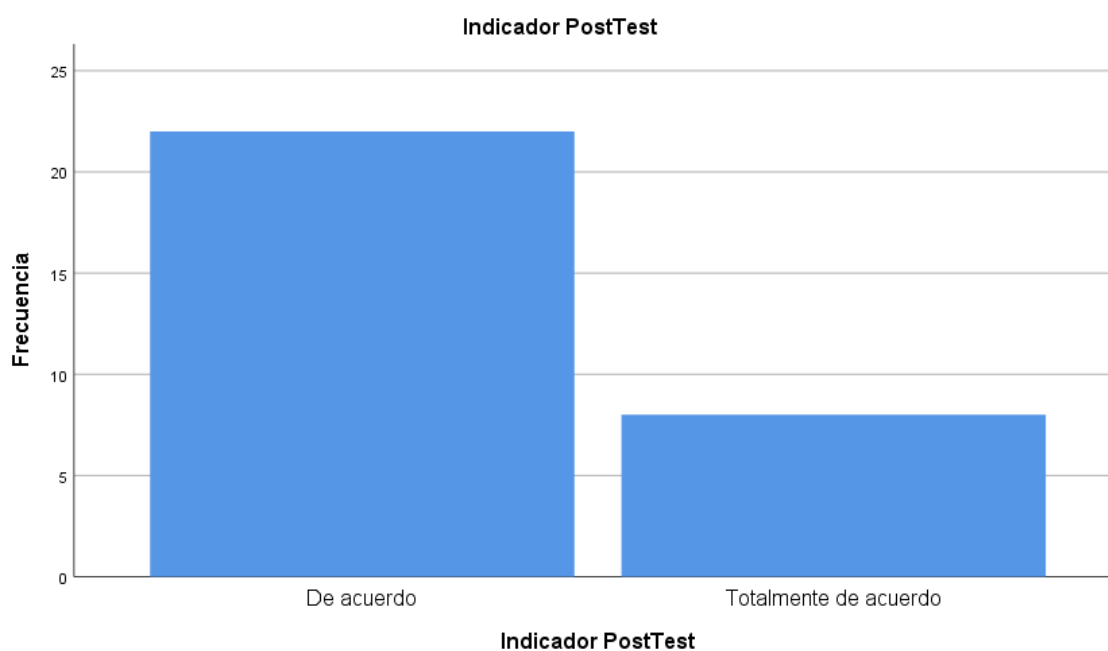
La siguiente tabla muestra el resultado obtenido sobre la frecuencia Post-Test del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°9 Frecuencia Post - Test del indicador Nivel de Satisfacción
Indicador PostTest

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	22	73,3	73,3	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N°2 Frecuencia Post - Test del indicador del Nivel de Satisfacción



Fuente: Elaboración propia

Posteriormente en la tabla N°9 y el gráfico N°2 se visualiza que las respuestas obtenidas a través de instrumento encuesta de Likert, muestra la frecuencia de acuerdo al indicador Nivel de Satisfacción, las cuales resultaron “De acuerdo” con un 73,3%, mientras que el 26,7% resultó con respuesta “Totalmente de acuerdo”

La siguiente tabla muestra el resultado POST TEST obtenido sobre el resultado estadístico del indicador Cantidad de requerimientos:

Tabla N°10 Estadístico descriptivo de porcentaje del indicador Cantidad de requerimientos

Estadísticos

Cantidad de requerimientos - Post - Test

N	Válido	22
	Perdidos	0
Media		96,06
Error estándar de la media		1,853
Mediana		100,00
Moda		100
Desv. Desviación		8,691
Varianza		75,541
Rango		25
Mínimo		75
Máximo		100
Suma		2113

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°10, el cual mantiene relación con el indicador Cantidad de requerimientos, se muestra que obtuvo un valor de 96,06 de media muestral, con una desviación estándar de 8,691 y una varianza de 75,541.

Comparativa Resultado Nivel de satisfacción:

La siguiente tabla muestra el resultado obtenido del Pre-Test y Post Test del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°11 Pre - Test vs Post - Test indicador Nivel de Satisfacción.

		Estadísticos	
		Indicador PreTest	Indicador PostTest
N	Válido	30	30
	Perdidos	0	0
Media		3,27	4,27
Error estándar de la media		,095	,082
Mediana		3,00	4,00
Moda		3	4
Desv. Desviación		,521	,450
Varianza		,271	,202
Rango		2	1
Mínimo		2	4
Máximo		4	5
Suma		98	128

Fuente: Elaboración Propia

El indicador Nivel de Satisfacción en el Pre - Test obtuvo un valor de 3,27 considerándose de valor “Indiferente” y después de la implementación de la herramienta CRM el Nivel de Satisfacción Post - Test obtiene el valor de 4,27 considerándose un valor “De acuerdo”, en la cual los colaboradores están de acuerdo con el Nivel de Satisfacción obtenido con la implementación de la Herramienta CRM

De acuerdo con los resultados obtenidos en cuanto al indicador nivel de satisfacción, se logra determinar que tiene un impacto positivo de acuerdo con la implementación y la mejora de procesos de acuerdo con la herramienta CRM.

La siguiente tabla muestra el resultado obtenido del Pre-Test y Post Test del indicador Cantidad de requerimientos:

Tabla N°12 Pre - Test vs Post - Test del indicador Cantidad de requerimientos.

Estadísticos		Cantidad de requerimientos - Pre- test	Cantidad de requerimientos - Post- Test
N	Válido	22	22
	Perdidos	0	0
Media		83,89	96,06
Error estándar de la media		4,368	1,853
Mediana		100,00	100,00
Moda		100	100
Desv. Desviación		20,488	8,691
Varianza		419,779	75,541
Rango		50	25
Mínimo		50	75
Máximo		100	100
Suma		1845	2113

Fuente: Elaboración Propia.

El indicador Cantidad de requerimientos en el Pre - Test Obtuvo un valor de 83,89% de requerimientos completados y después de la implementación de la herramienta CRM, la Cantidad de requerimientos Post - Test obtiene el valor de 96,06% con lo cual se considera el porcentaje de requerimientos completados.

De acuerdo con los resultados obtenidos en cuanto al indicador cantidad de requerimientos, se logra evidenciar que influye de forma positiva, logrando incrementarse en un 96% la cantidad de requerimientos completos y atendidos.

Análisis Inferencial.

Indicador 1:

La siguiente tabla muestra los estadísticos de Prueba de Rangos del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°13 Prueba de Rangos Wilcoxon

Rangos

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Indicador PostTest - Indicador PreTest	Rangos negativos	0 ^a	,00	,00
	Rangos positivos	24 ^b	12,50	300,00
	Empates	6 ^c		
	Total	30		

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo obtenido se trabajó con la Sig. Asintótica, lo cual fue de mucho apoyo para la definición estadística en la cual se debe de rechazar o aprobar la hipótesis alterna. Conforme a lo que se obtuvo a través de la herramienta SPSS, muestra un valor de ,00 , lo cual contemplando con la literatura es menor a 0,05. Por ello se entiende que la hipótesis alternativa es aceptada.

Hipótesis Alternativa HA: La implementación de la herramienta CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú.

La siguiente tabla muestra los estadísticos de Prueba del indicador Nivel de Satisfacción:

Tabla N°14 Prueba de Wilcoxon Nivel de Satisfacción

	Indicador PostTest - Indicador PreTest
Z	-4,524 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo obtenido, se evidencia que el valor de la prueba Sig. es ,000 para el primer indicador por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se demuestra que la herramienta CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción de los colaboradores.

Indicador 2:

La siguiente tabla muestra los estadísticos de Prueba de rangos Mann-Whitney Pre - Test del indicador Cantidad de requerimientos:

Tabla N°15 Prueba de rangos Mann-Whitney Pre – Test

Rangos				
	Cantidad de requerimientos - Pre- test (Agrupada)	N	Rango promedio	Suma de rangos
Cantidad de requerimientos - Pre- test	1	10	5,50	55,00
	2	12	16,50	198,00
	Total	22		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°16 Estadísticos de Prueba Mann-Whitney Pre – Test

Estadísticos de prueba^a

	Cantidad de requerimientos - Pre- test
U de Mann-Whitney	,000
W de Wilcoxon	55,000
Z	-4,337
Sig. asintótica(bilateral)	,000
Significación exacta [2* (sig. unilateral)]	,000 ^b

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo obtenido, se evidencia que es valor de la prueba Sig. es ,000 para el primer indicador por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se demuestra que la herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora del proceso de atención al cliente y requerimientos atendidos.

Hipótesis Alternativa HA: La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

La siguiente tabla muestra los estadísticos de Prueba de rangos Post - Test del indicador Cantidad de requerimientos:

Tabla N° 17 Prueba de rangos Mann-Whitney Post – Test

Rangos				
	Cantidad de requerimientos - Post-Test (Agrupada)	N	Rango promedio	Suma de rangos
Cantidad de requerimientos - Post-Test	1	4	2,50	10,00
	100	18	13,50	243,00
	Total	22		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 18 Estadísticos de Prueba Mann-Whitney Post - Test

	Cantidad de requerimientos - Post - Test
U de Mann-Whitney	,000
W de Wilcoxon	10,000
Z	-4,557
Sig. asintótica(bilateral)	,000
Significación exacta [2* (sig. unilateral)]	,000 ^b

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo obtenido, se evidencia que el valor de la prueba Sig. es ,000 para el primer indicador por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por ello se demuestra que la herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora del proceso de atención al cliente y requerimientos atendidos.

Hipótesis Alternativa HA: La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.

V. DISCUSIÓN

Los objetivos planteados para la investigación se alcanzaron de manera satisfactoria, ya que se observan mejoras considerables en sus indicadores tales como el nivel de satisfacción en sus colaboradores y la cantidad de requerimientos atendidos en la cual influye de forma positiva.

Sea el caso de la cantidad de requerimientos hubo un aumento del 12.17%, lo cual muestra una mejora favorable en el indicador, ya que en el pretest se obtuvo un valor de 83,89% y el resultado de post test se obtuvo un 96.06. De igual manera, Chipana (2019) de la Universidad César Vallejo desarrolló la tesis PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA “ Marketing Digital y la Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM), tuvo como resultado lo siguiente, se muestra que después

de la implementación, tuvo mejoras considerables en los porcentajes obtenidos en sus niveles de lealtad y gestión.

Adicional a ello (Vargas 2016) indican que el CRM funciona correctamente con los recursos tecnológicos disponibles por la empresa, asimismo permite ingresar desde cualquier sistema operativo al no instalar un software por lo cual tiene la facilidad de agilizar su uso a través de un navegador web y/o aplicativo móvil. Por otro lado, menciona que el personal puede dedicarse enteramente a realizar sus actividades para capturar nuevos clientes y aumentar sus prospectos; asimismo facilita diversas actividades porque la información se guarda en automático a la Base de datos.

Cabe agregar, (Pérez Quispe 2016) menciona que la herramienta CRM genero un gran impacto e incremento en sus ventas y tasa de comunicación que a su vez permitieron alcanzar sus objetivos trazados. Por otro lado, afirma su gran efectividad mejorando el proceso con la gestión de atención al cliente.

De esta forma (Villareal 2018) indica que antes de la implementación del CRM obtenían un 64% de nivel de satisfacción y después de la implementación de la herramienta CRM el nivel de satisfacción obtuvieron un 84% de satisfacción. Por otro lado, después de la implementación del CRM lograron reducir el promedio de errores registrados lo cual equivale a un 61.39% de disminución en los errores.

Por otro lado, (López Díaz y Alfonso Arias 2018) mencionan que el 90% de sus colaboradores que respondieron a la encuesta , reconocen que la empresa en la cual se desempeñan labores brinda el desarrollo de estrategias para mejorar el acercamiento y atención a sus clientes. Con ello se logra agilizar los tiempos de atención necesarios para una respuesta eficiente ante la necesidad solicitada por el cliente.

Cabe resaltar, según (Gutiérrez 2017) el nuevo sistema implementado logró disminuir el tiempo SLA en un 80% ante las incidencias reportadas por los

clientes para que pueda ser atendido por los colaboradores del equipo. Lo cual permite tener un tiempo estimado de atención para una atención eficaz y competente evitando fricciones con un beneficio de mejor atención a los clientes que adquieren un servicio en la empresa.

Finalmente de acuerdo a la investigación realizada por (Martínez López 2021) se logra incrementar el nivel de satisfacción de sus colaboradores en un 66% de acuerdo a la implementación del nuevo sistema. Por ello de acuerdo con nuestro indicador Nivel de satisfacción también se logra incrementar la satisfacción de los colaboradores incrementándose a un 96%.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente tesis.

Se concluye que la herramienta CRM mejora el nivel de satisfacción de los colaboradores de la empresa Cloudfly Perú SAC, también contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos. Por lo cual cumplieron el objetivo principal de la investigación.

Por otro lado, se observa que en base a los resultados positivos que se obtuvieron, se verifica que se logró cumplir con el objetivo específico uno, por tanto, se obtuvo el valor "4" de moda considerándose un valor "De acuerdo", en la cual los colaboradores están de acuerdo con el Nivel de Satisfacción obtenido con la implementación de la Herramienta CRM.

Finalmente, se cumplió el objetivo específico dos, gracias a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la ficha de registro, por tanto, se obtuvo un aumento en la cantidad de requerimientos atendidos, en el cual se obtiene el valor de 96,06% con lo cual se considera el porcentaje de requerimientos completados. En tal sentido, se concluye que la herramienta implementada

ha tenido un impacto significativo en el proceso de atención de requerimientos en la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda utilizar las herramientas de Microsoft Platform siendo de gran apoyo permitiendo gestionar diversos procesos del negocio y/o empresas con las herramientas que brinda, tiene integración con Office 365 online, asimismo contiene funcionalidad RPA lo cual optimiza procesos, por otro lado, mejora la productividad y reduce costos.

De la misma forma, se recomienda integrar la integración de los métodos de doble autenticación (MFA), para mejorar la seguridad en el acceso a las herramientas la plataforma de acceso Power Apps, así como mejorar la seguridad y protección de datos a nivel de herramienta, evitando así la intromisión de terceros por la pérdida o robo de usuarios de alguno de los trabajadores.

Por otro lado, se recomienda la migración de la herramienta a un ambiente digital (Cloud server) para la programación y realización de Backups continuos y evitar así una posible pérdida de datos ante posibles desastres, corrupción en la base de datos. Así como la revisión paulatina del correcto funcionamiento de los componentes interconectados, para asegurar el correcto flujo de la herramienta.

Por último, se recomienda que la generación de backups de la base de datos, la cual se encuentra en una maquina local se envíe a un servicio de backups en la nube de Azure Microsoft con el servicio de Blob Storage, ya que este servicio sirve según la manera en la que se configure, se tiene como mínimo 3 zonas de replicación donde se están rescatando los datos ante posibles desastres o perdida de datos.

Referencias:

- APAZA PAYAHUANCA, A.G., 2019. UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN ESCUELA DE POSGRADO Unidad de Posgrado de Teología. *Universidad Peruana Unión* [en línea], Disponible en: <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2890><http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2060><http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2890><http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2060>.
- ARANGO ARAMBURU, J.E. y GRANADOS MAGUIÑO, M.A., 2021. Prácticas de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM) en pequeñas empresas, periodo 2010 al 2019. *Gestión en el Tercer Milenio*, vol. 24, no. 47, pp. 51-59. ISSN 1560-9081. DOI 10.15381/gtm.v24i47.20582.
- AZORÍN ABELLÁN, C.M. y ARNAIZ SÁNCHEZ, P., 2013. Tecnología digital para la atención a la diversidad y mejora educativa. *Etic@net. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, vol. 13, no. 1, pp. 14-29. DOI 10.30827/eticanet.v13i1.12005.
- CHATTERJEE, S., CHAUDHURI, R., VRONTIS, D., THRASSOU, A. y GHOSH, S.K., 2021. Adoption of artificial intelligence-integrated CRM systems in agile organizations in India. *Technological Forecasting and Social Change* [en línea], vol. 168, no. April, pp. 120783. ISSN 00401625. DOI 10.1016/j.techfore.2021.120783. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120783>.
- CHI, N.T.K., 2021. Innovation capability: The impact of e-CRM and COVID-19 risk perception. *Technology in Society* [en línea], vol. 67, no. May, pp. 101725. ISSN 0160791X. DOI 10.1016/j.techsoc.2021.101725. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101725>.
- CHIPANA, L., 2019. PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA “ Marketing Digital y la Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM). *Universidad César Vallejo*, pp. 0-2.
- COAGUILA GONZALES, A.F., TYPE, I., SULLCAHUAMAN, P., MIDY, M., EDUARDO, H., RODRIGUEZ, R., FERNANDEZ, A., RAMIREZ, L., HERRERA, K., ARROYO, N. y VILLADEZA, J., 2016. Propuesta De Mejora De Los Procesos De Atención De Incidntes,e Problemas Y Cambios En La Gestión De Servicios Tecnológicos De La Sociedad Nacional De Industrias. *Universidad San Martin de Porres*, pp. 358.
- CRUZ ESTRADA, I., 2015. Sistema De Mejora Continua Para El Proceso Crm De Una Empresa De Servicios, De Tijuana, B.C., México. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, vol. 21, no. 59, pp. 33-42. DOI 10.19136/hitos.a0n59.1010.
- CRUZ ESTRADA, I., LAGARDA LEYVA, D.E. y MIRANDA ZAVALA, M.A.A.M., 2015. Sistema De Mejora Continua Para El Proceso Crm De Una Empresa De Servicios. *3C Empresa Investigación y pensamiento crítico*, vol. 4, no. 4, pp. 200-218. DOI 10.17993/3cemp.2015.040424.200-218.

- DALLA POZZA, I., GOETZ, O. y SAHUT, J.M., 2018. Implementation effects in the relationship between CRM and its performance. *Journal of Business Research*, vol. 89, no. February, pp. 391-403. ISSN 01482963. DOI 10.1016/j.jbusres.2018.02.004.
- DECANA, P., 2021. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos Implementación de BPM-CRM para mejorar los procesos de atención en una organización - caso ONG Para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas Carlos Andreu Junior JUNCO VILLAR*. S.l.: s.n. ISBN 0000000251235.
- DEMO, G., DE MORAIS WATANABE, E.A., CHAUVET, D.C.V. y ROZZETT, K., 2017. Customer relationship management scale for the B2C market: A cross-cultural comparison. *Revista de Administracao Mackenzie*, vol. 18, no. 3, pp. 42-69. ISSN 16786971. DOI 10.1590/1678-69712017/administracao.v18n3p42-69.
- DESZCZYŃSKI, B. y BERĘSEWICZ, M., 2021. The maturity of relationship management and firm performance – A step toward relationship management middle-range theory. *Journal of Business Research*, vol. 135, no. June, pp. 358-372. ISSN 01482963. DOI 10.1016/j.jbusres.2021.06.026.
- DR. VLADIMIR, V.F., 1967. 濟無No Title No Title No Title. *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5-24.
- DUKE W., V.O., NAVARRO, M., DÍAZ, G., PÉREZ, Y. y VARGAS-LOMBARDO, M., 2017. Exploration in the CRM / ERP systems as a strategy in the SME sector ; Exploración en los sistemas CRM/ERP como estrategia en el sector PYMES. [en línea], vol. 2. Disponible en: <http://ridda2.utp.ac.pa/handle/123456789/2190>.
- ESTUDIOS, D., 2015. Trabajo de Aplicación MAESTRIA EN GERENCIA DE NEGOCIOS – MBA. ,
- GIL-GOMEZ, H., GUEROLA-NAVARRO, V., OLTRA-BADENES, R. y LOZANO-QUILIS, J.A., 2020. Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* [en línea], vol. 33, no. 1, pp. 2733-2750. ISSN 1331677X. DOI 10.1080/1331677X.2019.1676283. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1676283>.
- GUTIÉRREZ, A., 2017. Carrera de Ingeniería Informática y de Sistemas Asesora : , pp. 1-66.
- HARRIGAN, P., MILES, M.P., FANG, Y. y ROY, S.K., 2020. The role of social media in the engagement and information processes of social CRM. *International Journal of Information Management* [en línea], vol. 54, no. May, pp. 102151. ISSN 02684012. DOI 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102151. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102151>.
- INTERNACIONAL, R., 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=574660905007>. ,

- JALAL, A.N., BAHARI, M. y TAROFDER, A.K., 2021. Transforming traditional CRM into social CRM: An empirical investigation in Iraqi healthcare industry. *Heliyon* [en línea], vol. 7, no. 5, pp. e06913. ISSN 24058440. DOI 10.1016/j.heliyon.2021.e06913. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06913>.
- JAMALI, M., MEHRABADI, M.A. y POURI, M., 2017. The Effect of the Implementation of E-Crm Electronic Satisfaction and Loyalty, Electronic Consumers of Mellat Bank's Website. *Journal of History Culture and Art Research*, vol. 6, no. 1, pp. 121. DOI 10.7596/taksad.v6i1.709.
- JONES, S. y RANCHHOD, A., 2007. Marketing strategies through customer attention: beyond technology-enabled Customer Relationship Management. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, vol. 1, no. 3, pp. 279-286. ISSN 17500672. DOI 10.1504/IJECRM.2007.017797.
- KHAN, R.U., SALAMZADEH, Y., IQBAL, Q. y YANG, S., 2022. The Impact of Customer Relationship Management and Company Reputation on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Relationship Marketing* [en línea], vol. 21, no. 1, pp. 1-26. ISSN 15332675. DOI 10.1080/15332667.2020.1840904. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/15332667.2020.1840904>.
- LAMRHARI, S., GHAZI, H. EI, OUBRICH, M. y FAKER, A. EI, 2022. A social CRM analytic framework for improving customer retention, acquisition, and conversion. *Technological Forecasting and Social Change* [en línea], vol. 174, no. November 2021, pp. 121275. ISSN 00401625. DOI 10.1016/j.techfore.2021.121275. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121275>.
- LEDRO, C., NOSELLA, A. y VINELLI, A., 2022. Artificial intelligence in customer relationship management: literature review and future research directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 37, no. 13, pp. 48-63. ISSN 0885-8624. DOI 10.1108/jbim-07-2021-0332.
- LÓPEZ, D., 2014. Diseño de un modelo de gestión de la relación con el cliente (CRM). , no. 9, pp. 1-30. ISSN 1098-6596.
- LÓPEZ DÍAZ, J. y ALFONSO ARIAS, A., 2018. Propuesta para Implementar un Software de Gestión de Clientes, como Estrategia CRM en la Empresa Pri5ma S.A.S. [en línea], pp. 199. Disponible en: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28326/11121045_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- MANAGEMENT, C.R., 2018. INVESTIGACIÓN. , vol. 1, no. 1, pp. 40-46.
- MANCHAR, A. y CHOUHAN, A., 2017. Salesforce CRM: A new way of managing customer relationship in cloud environment. *Proceedings of the 2017 2nd IEEE International Conference on Electrical, Computer and Communication Technologies, ICECCT 2017*, vol. 5, no. 1, pp. 14-17. DOI 10.1109/ICECCT.2017.8117887.

- MARAÑDA, W., PONISZEWSKA-MARAÑDA, A. y SZYMCZYŃSKA, M., 2022. Data Processing in Cloud Computing Model on the Example of Salesforce Cloud. *Information (Switzerland)*, vol. 13, no. 2, pp. 1-19. ISSN 20782489. DOI 10.3390/info13020085.
- MARTÍNEZ LÓPEZ, E.N., 2021. Desarrollo e implementación de un Power Bi y un Power Apps para el mejoramiento de la productividad del seguimiento en las órdenes de compra en el área de Cameron VIM CELL de Schlumberger. [en línea], pp. 1-34. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/35583>.
- MICROSOFT, 2022. ¿Qué es Power Apps? Disponible en: <https://learn.microsoft.com/es-es/power-apps/powerapps-overview>
- MICROSOFT, 2022. Introducción a Power Automate Disponible en: <https://learn.microsoft.com/es-es/power-automate/getting-started>
- MICROSOFT, 2022. ¿Qué es SharePoint?. Disponible en: <https://support.microsoft.com/es-es/office/-qu%C3%A9-es-sharepoint-97b915e6-651b-43b2-827d-fb25777f446f#:~:text=Las%20organizaciones%20usan%20Microsoft%20SharePoint,Internet%20Explorer%2C%20Chrome%20o%20Firefox>.
- MICROSOFT, 2022. Importar, vincular o mover datos a SharePoint. Disponible en: https://support.microsoft.com/es-es/office/importar-vincular-o-mover-datos-a-sharepoint-65bf7b03-74bf-445c-959a-24b7a401ddee#_toc260413041
- MILOVI, B., SUBOTICA, E. y SAD, U.N., 2011. RAZLIKE CRM I e-CRM POSLOVNE STRATEGIJE DIFFERENCES CRM AND e-CRM BUSINESS STRATEGY. , vol. 10, no. March, pp. 720-724.
- NUNES, A.L.P., ABI-SAAB, O.J.G. y RALISCH, R., 2017. Customer relationship management in the agricultural machinery market. *Ciência Rural*, vol. 47, no. 7. DOI 10.1590/0103-8478cr20160974.
- OF, D., OF, A.M., RELATIONSHIP, C., FOR, M. y ENTERPRISES, S., 2015. Con Los Clientes Para Las Micro Y Pequeñas Empresas Design of a Model of Customer Relationship Management for Micro. , vol. 76, no. 1, pp. 44-51.
- ORDUZ, V., 2019. Enseñanzas de Gandhi en el sector agrícola aplicadas a Colombia en época de pandemia por el Covid 19. *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9, pp. 1689-1699. ISSN 1098-6596.
- PACHECO VEGA MARTHA ANDREINA, 2017. Fidelización de clientes para incrementar las ventas en la empresa Disduran S.A en el Cantón Duran. *Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" De Guayaquil* [en línea], pp. 1-97. Disponible en: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1837/1/T-ULVR-1686.pdf>.
- PADILLA MELÉNDEZ, A. y GARRIDO MORENO, A., 2013. Gestión de relaciones con clientes como iniciativa estratégica: implementación en

hoteles. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 17, no. 60. ISSN 1315-9984. DOI 10.31876/revista.v17i60.10934.

PECO-TORRES, F., POLO-PEÑA, A.I. y FRÍAS-JAMILENA, D.M., 2021. Revenue management and CRM via online media: The effect of their simultaneous implementation on hospitality firm performance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 47, no. March, pp. 46-57. ISSN 18395260. DOI 10.1016/j.jhtm.2021.02.004.

PEDRON, C.D., PICOTO, W.N., COLACO, M. y ARAÚJO, C.C., 2018. Articles CRM system: The Role of Dynamic Capabilities in creating Innovation Capability. *Brazilian Business Review*, vol. 15, no. 5, pp. 494-511. ISSN 18082386. DOI 10.15728/bbr.2018.15.5.6.

PROYECTO FIN DE CARRERA Ingeniería de Telecomunicación Implementación de un CRM mediante la plataforma. , 2015.

QUISPE, G. y AYAVIRI, V., 2021. Medición De La Satisfacción Del Cliente En Organizaciones No Lucrativas De Cooperación Al Desarrollo. *Nuevos sistemas de comunicación e información*, pp. 2013-2015.

SANCHEZ, M., 2018. Customer Relationship Management (CRM) y la satisfacción al cliente en las Instituciones de Educación Superior.[Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. [en línea], Disponible en: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28263%0Awww.uta.edu.ec>.

SAURA, J.R., RIBEIRO-SORIANO, D. y PALACIOS-MARQUÉS, D., 2021. Setting B2B digital marketing in artificial intelligence-based CRMs: A review and directions for future research. *Industrial Marketing Management*, vol. 98, no. January, pp. 161-178. ISSN 00198501. DOI 10.1016/j.indmarman.2021.08.006.

SERRANO CARDONA, L. y MUÑOZ MATA, E., 2013. Paraninfo Digital. *Early Human Development* [en línea], vol. 83, no. 1, pp. 1-11. ISSN 03783782. DOI 10.1016/j.earlhumdev.2006.05.022. Disponible en: [http://dx.doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2015.09.003%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2014.01.002%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/S0378-3782\(12\)70006-3%5Cnhttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2341287914000763%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/](http://dx.doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2015.09.003%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/j.earlhumdev.2014.01.002%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/S0378-3782(12)70006-3%5Cnhttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2341287914000763%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1016/).

SHUKLA, M.K. y PATTNAIK, P.N., 2019. Managing Customer Relations in a Modern Business Environment: Towards an Ecosystem-Based Sustainable CRM Model. *Journal of Relationship Marketing* [en línea], vol. 18, no. 1, pp. 17-33. ISSN 15332675. DOI 10.1080/15332667.2018.1534057. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/15332667.2018.1534057>.

SOTA, S., CHAUDHRY, H., CHAMARIA, A. y CHAUHAN, A., 2018. Customer Relationship Management Research from 2007 to 2016: An Academic Literature Review. *Journal of Relationship Marketing* [en línea], vol. 17, no.

- 4, pp. 277-291. ISSN 15332675. DOI 10.1080/15332667.2018.1440148. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/15332667.2018.1440148>.
- SUONIEMI, S., TERHO, H., ZABLAH, A., OLKKONEN, R. y STRAUB, D.W., 2021. The impact of firm-level and project-level it capabilities on CRM system quality and organizational productivity. *Journal of Business Research* [en línea], vol. 127, no. April 2020, pp. 108-122. ISSN 01482963. DOI 10.1016/j.jbusres.2021.01.007. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.007>.
- SUONIEMI, S., ZABLAH, A., TERHO, H., OLKKONEN, R., STRAUB, D. y MAKKONEN, H., 2022. CRM system implementation and firm performance: the role of consultant facilitation and user involvement. *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 37, no. 13, pp. 19-32. ISSN 08858624. DOI 10.1108/JBIM-08-2021-0380.
- THOMAS, S. y JADEJA, A., 2021. Psychological antecedents of consumer trust in CRM campaigns and donation intentions: The moderating role of creativity. *Journal of Retailing and Consumer Services* [en línea], vol. 61, no. April, pp. 102589. ISSN 09696989. DOI 10.1016/j.jretconser.2021.102589. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102589>.
- TOAPANTA, H.M.C., SINCHIGUANO, B.E.O. y JIMENEZ, E.M.O., 2017. Mejora de procesos de software. *Revista Publicando*, vol. 4, no. 12 (1), pp. 68-88.
- TORRES-SÁNCHEZ, A., ORMAZA-ANDRADE, J., ERAZO-ÁLVAREZ, J. y FARFÁN-QUEZADA, V., 2020. Modelo de gestión Customer Relationship Management (CRM) para empresas de transporte en el Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, vol. 2, no. 5, pp. 134-149. DOI 10.33386/593dp.2020.2.203.
- UPADHYAY, S., 2021. Salesforce Automation Technology : A Tool for Enhancing Salesforce Efficiency and Effectiveness in the Organized Retail Sector. , vol. 12, no. 12, pp. 32-41.
- VILLAREAL, J., 2018. Sistema Web Comercial basado en CRM Colaborativo. *Universidad César Vallejo* [en línea], pp. 194. Disponible en: [moz-extension://6cbc4a94-bf58-4ebc-a772-88f39f852555/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Frepositorio.ucv.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F20.500.12692%2F38689%2Favila_vj.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy](https://6cbc4a94-bf58-4ebc-a772-88f39f852555/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Frepositorio.ucv.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2F20.500.12692%2F38689%2Favila_vj.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy).
- VILCHEZ, M. y DEL ALCAZAR, M., 2019. *Propuesta de mejora de procesos TI y de transformación digital para un canal de televisión de señal abierta* *Item Type info:eu-repo/semantics/bachelorThesis* [en línea]. S.l.: s.n. ISBN 0000000257220. Disponible en: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648610/VilchezG_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- YASIUKOVICH, S. y HADDARA, M., 2021. Social CRM in SMEs: A systematic literature review. *Procedia Computer Science* [en línea], vol. 181, no. 2019,

pp. 535-544. ISSN 18770509. DOI 10.1016/j.procs.2021.01.200. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.200>.

YEPEZ IDME, M.A., 2019. «Propuesta de mejora en la Gestión Comercial para incrementar las ventas de la empresa Dimaco S.A.C mediante la aplicación de KPI's». ,

VIII. ANEXOS

ANEXO N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Diseño Metodológico	Población y Muestra
<p>General:</p> <p>¿Cómo influye la herramienta CRM en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú SAC?</p> <p>Específicos:</p> <p>¿Cuáles son los beneficios de incrementar el nivel de satisfacción de los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú SAC?</p> <p>¿De qué manera la herramienta CRM permite mejorar la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú SAC?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar el impacto productivo de la herramienta CRM en la empresa Cloudfly Perú.</p> <p>Específicos:</p> <p>Determinar el impacto en el nivel de satisfacción de los colaboradores.</p> <p>Determinar cómo influye la herramienta CRM en la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú SAC.</p>	<p>General:</p> <p>La implementación de herramienta CRM influye a mejorar la productividad en la gestión de atención a los clientes en la empresa Cloudfly Perú.</p> <p>Específicos:</p> <p>La implementación de herramientas CRM influye de manera positiva en el nivel de satisfacción para los colaboradores en la empresa Cloudfly Perú.</p> <p>La implementación de herramienta CRM contribuye en gran medida a la mejora de la cantidad de requerimientos atendidos en la empresa Cloudfly Perú.</p>	<p>Variable Dependiente:</p> <p>Gestión de atención al cliente</p> <p>Variable Independiente:</p> <p>CRM</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Diseño y esquema de la investigación:</p> <p>Pre – experimental</p> <p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo</p>	<p>Población:</p> <p>30 colaboradores 22 registros</p> <p>Muestra:</p> <p>30 colaboradores 22 registros</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N°2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
Variable Dependiente: Gestión de atención al cliente	Es un conjunto de actividades que son desarrolladas por las empresas las cuales tienen un contacto directo con el mercado, las cuales están encaminadas a identificar las necesidades del cliente en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo solventar sus expectativas. (López María, 2017)	La gestión de atención al cliente busca recopilar información del cliente para mejorar la satisfacción del cliente con respecto a los servicios brindados por la empresa, de esta manera se llega a mantener la lealtad con los clientes.	Gestión de atención al cliente (Villareal 2018)	Nivel de Satisfacción (Villareal 2018)	Encuesta (Villareal 2018)	Escala de Likert
				Cantidad de requerimientos (Villareal 2018)	Ficha de Observación (Villareal 2018)	Porcentaje
Variable Independiente: CRM	El CRM es un excelente software de gestión de clientes con generación automática de leads, tracking, seguimientos; de una manera inteligente y centralizada. Aparte de brindar un contacto directo con los clientes. (López Díaz y Alfonso Arias 2018)	Herramienta CRM, contiene muchas funcionalidades para ayudar a mejorar el nivel de satisfacción y establecer una mejor comunicación y lealtad con los clientes.				

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO N°3 ENCUESTA

Instrumento de Recolección de datos – Encuesta

“Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú, 2022”

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad conocer el Nivel de satisfacción de los colaboradores en base a la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente.

La información que usted brinde es muy importante y será utilizada en forma confidencial y anónima. Sea muy honesto al brindar la información.

Instrucciones:

-Marque su respuesta anotando un “x”

Valores de acuerdo a la Escala de Likert:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Indiferente
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

-Seleccione solo una respuesta por cada ítem planteado.

N°	Preguntas	Escala de Likert				
		1	2	3	4	5
1	¿Esta Ud. de acuerdo con la actual gestión comercial que la empresa brinda?					
2	¿Esta Ud. de acuerdo con la atención que ofrece la empresa respecto a la gestión de atención al cliente?					
3	¿Esta Ud. de acuerdo con las promociones que la empresa brinda?					
4	¿Esta Ud. de acuerdo que se implementa un nuevo sistema web comercial en la empresa?					
5	¿Esta Ud. de acuerdo que la empresa aplique herramientas de interacción para mejorar la relación con sus clientes?					

Fuente: Adaptado de (Villareal 2018)

ANEXO N°4 FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha de Registro			
Investigador	Sergio Gómez Abanto Marisol Herbay Aguirre	Tiempo de Prueba	Test
Institución Investigada	Cloudfly Perú		
Dirección	Los Olivos		
Motivo de investigación	Cantidad de requerimientos		
Fecha de Inicio	01/08/2022	Fecha Final	22/08/2022

Variable	Indicador	Medida	Fórmula
Gestión de atención al cliente	Cantidad de requerimientos	Porcentaje	$CR = \left(\frac{PA}{PR}\right) * 100$

Día	Fecha	Peticiónes atendidas (PA)	Peticiónes recibidas (PR)	Cantidad de requerimientos (CR)
1	01/08/2022	4	5	80
2	02/08/2022	4	6	66,66
3	03/08/2022	3	4	75
4	04/08/2022	3	3	100
5	05/08/2022	4	5	80
6	06/08/2022	4	7	57,14
7	07/08/2022	2	4	50
8	08/08/2022	4	6	66,66
9	09/08/2022	3	3	100
10	10/08/2022	2	2	100
11	11/08/2022	2	2	100
12	12/08/2022	3	4	75
13	13/08/2022	5	6	83,33
14	14/08/2022	2	4	50
15	15/08/2022	2	2	100
16	16/08/2022	3	4	75
17	17/08/2022	1	1	100
18	18/08/2022	4	5	80
19	19/08/2022	2	3	66,66
20	20/08/2022	2	4	50
21	21/08/2022	2	4	50
22	22/08/2022	2	2	100
TOTAL		63	86	73,25

Fuente: Adaptado de (Villareal 2018)

Anexo N°5 Validación del Instrumento – Experto 1



PLANTILLAS PARA LA EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Segundo Edwin Cieza Mostaza
 DNI 95434553 PROFESION: Ingeniería de Sistemas
 LUGAR DE TRABAJO: Universidad Cesar Vallejo
 CARGO QUE DESEMPEÑA: Docente Tiempo Completo
 DIRECCION: Av. Gran Chirwi 7140 - La Esperanza
 TELEFONO FIJO: — MOVIL: 977931005
 DIRECCION ELECTRONICA: ecieza-ucv@gmail.com
 FECHA DE EVALUACIÓN: 16/11/2017

FIRMA DEL EXPERTO:


2. PLANILLA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

CRITERIOS	APRECIACION CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento		X		
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

APRECIACION CUALITATIVA: Coherente y preciso.

OBSERVACIONES: Sin observaciones

Fuente: (Villareal 2018)



PLANTILLAS PARA LA EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Humberto Anibal Verde Olivares
 DNI 17877788 PROFESION: licenciado en Estadística
 LUGAR DE TRABAJO: Universidad Nacional de Trujillo
 CARGO QUE DESEMPEÑA: Profesor Principal
 DIRECCION: Fortunato Herrera N° 551
 TELEFONO FIJO: - MOVIL: 949927626
 DIRECCION ELECTRONICA: -
 FECHA DE EVALUACIÓN: 29/06/2017

FIRMA DEL EXPERTO: [Firma]
 DR. HUMBERTO ANIBAL VERDE OLIVARES
 LICENCIADO EN ESTADISTICA
 COESPE N° 290

2. PLANILLA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

CRITERIOS	APRECIACION CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	X			
Claridad en la redacción de los ítems		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

APRECIACION CUALITATIVA: _____

OBSERVACIONES: _____

Fuente: (Villareal 2018)

Anexo N°7 Informe de originalidad

TURNITIN FINAL - TESIS - G09 - "Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru, 2022".docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

20% INDICE DE SIMILITUD	19% FUENTES DE INTERNET	3% PUBLICACIONES	5% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
3	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
4	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Johana Elizabeth Arango Aramburu, Mauro Amaru Granados Maguiño. "Prácticas de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM) en pequeñas empresas, periodo 2010 al 2019", Gestión en el Tercer Milenio, 2021 Publicación	1%
7	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	deporcuna.blogia.com Fuente de Internet	1%
9	revistas.ujat.mx Fuente de Internet	1%
10	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
11	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%

Fuente: Turnitin

Anexo N°8: Autorización para la realización y difusión de resultados de la investigación

AUTORIZACIÓN PARA LA REALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Por medio del presente documento, Yo **JESUS MIGUEL GOMEZ ABANTO** identificado con DNI N°**70023666** y representante legal de **CLOUDFLY PERÚ S.A.C** autorizo a **SERGIO GOMEZ ABANTO** identificado con DNI N°**70099671** y a **MARISOL HERBAY AGUIRRE** identificado con DNI°**74718951** a realizar la investigación titulada: "Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú, 2022" y a difundir los resultados de la investigación utilizando el nombre de **CLOUDFLY PERÚ SAC**.

Lima, 23 de Octubre de 2022.

FIRMA

CLOUDFLY

Jesús Miguel Gómez Abanto
Gerente General

JESUS MIGUEL GOMEZ ABANTO

DNI N°70023666

GERENTE COMERCIAL

CLOUDFLY PERÚ S.A.C

Anexo N°9: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo **JESUS MIGUEL GOMEZ ABANTO** identificado(a) con DNI (carné de extranjería o pasaporte para extranjeros) **N.º 70023666** he sido informado(a) sobre el procedimiento de la investigación titulada **“Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú, 2022”**, cuyos autores son **SERGIO GOMEZ ABANTO** identificado con **DNI N°70099671** y a **MARISOL HERBAY AGUIRRE** identificado con **DNI°74718951** y se me ha entregado una copia de este consentimiento informado, fechado y firmado.

Además, se me ha explicado las características y el objetivo del estudio, así como los posibles beneficios de este. He contado con el tiempo y la oportunidad para realizar preguntas y plantear las dudas que poseía. Todas las preguntas fueron respondidas a mi entera satisfacción.

Se me ha asegurado que se mantendrá la confidencialidad de mis datos. Mi consentimiento lo otorgo de manera voluntaria y sé que soy libre de retirarme del estudio en cualquier momento, por cualquier razón de fuerza mayor. Por lo tanto, en forma consciente y voluntaria doy mi consentimiento para ser parte de esta investigación.

Lima, 23 de Octubre

GOMEZ ABANTO, JESUS MIGUEL

Apellidos y nombres

CLOUDFLY

Jesús Miguel Gómez Abanto

Firma

Huella

70023666

DNI

27

Edad

M

Sexo (F:Femenino / M:Masculino)

Metodología de Desarrollo SCRUM

1. Introducción

El presente proyecto describe la implementación de la metodología de trabajo ágil SCRUM en el proyecto “Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”. En esta se incluyen los documentos con los que se gestionan las tareas de adquisición y suministro, así como las responsabilidades y compromisos de los participantes de dicho proyecto.

1.1 Propósito del Documento.

Facilitar el contenido informativo que es muy necesario para muchas personas implicadas en el desarrollo de la herramienta CRM para la gestión de atención al cliente.

1.2 Alcance:

Personas y colaboradores quienes realizan procedimientos y se encuentran implicados en el desarrollo de la herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru.

Descripción general de la metodología:

Fundamentación

Los principales motivos del cual es el fuerte para hacer uso de la metodología ágil SCRUM para este Proyecto son las siguientes.

- Sistema modular. Las características de una herramienta CRM en base a las soluciones integradas de aplicaciones como power apps, ayudan a realizar incrementos en función a las necesidades del cliente, el comportamiento y la data que se maneja a lo largo del tiempo.

- Realización de continuas entregas y actualizaciones con respecto a los entregables o módulos finalizados para una primera revisión por parte de los stakeholders, de manera que este entregue un feedback sobre la solución y a partir de ello realizar incrementos o mejoras continuas al sistema.
- Existe la posibilidad de que el sistema integrado cuente con un mayor número de funcionalidades de las que inicialmente se identificaron.
- Las funcionalidades de historias de usuarios o módulos a recibir se pueden ver alterados según el orden en los que se deseen recibir dichos entregables.

Valores de trabajo:

Los valores que ponen en práctica por todos los miembros involucrados en el desarrollo y que realizan los pasos dictados según la metodología SCRUM:

1. Autonomía del equipo
2. Respeto en el equipo
3. Responsabilidad
4. Priorización y objetividad en la tarea
5. Transparencia y visibilidad.

Personas y roles de proyecto.

Tabla N 19: Personas y roles del proyecto

Persona	Cargo	Rol
Jesus Gomez	Gerente Comercial	Dueño del Producto / Interesado del Producto
Daniel Sanchez	Gerente de Operaciones	Dueño del Producto / Interesado del Producto
Sergio Gomez Abanto	Developer/Tester/Coach	Scrum Team

Herbay Aguirre Marisol	Developer/Tester/Coach	Scrum Team
---------------------------	------------------------	------------

Fuente: Elaboración propia.

Matriz de Impacto.

Tabla N°20: Matriz de impacto

Prioridad	
Muy Alta	1
Alta	2
Media	3
Baja	4
Muy baja	5

Fuente: Elaboración Propia

Entregables por fases

Inicio

- Declaración de la visión del proyecto
- Acta de constitución
- Plan de colaboración
- Descripción de usuarios
- Riesgos
- Criterios de terminado

Planificación y Estimación

- Historia de usuario
- Product Backlog
- Pila del Sprint
- Planificación del proyecto

Implementación (Ejecución)

- Acta de inicio por fase
- Lista de pendientes del sprint

- Planificación de sprint
- Diseño de interfaces
- Implementación de prototipos
- Implementación de interfaces finales

Revisión y retrospectiva (Ejecución)

- Validación del sprint
- Resumen del sprint
- Burdown Chart
- Retrospectiva de sprint

Lanzamiento (Ejecución)

- Envío de entregables
- Acta de cierre por cada fase

Declaración de la visión del Proyecto

La visión nos ayuda a explicar lo que la empresa necesita, mostrando así el objetivo del proyecto y de qué manera logrará satisfacer la necesidad.

Tabla N°21 Declaración de la visión del Proyecto

Sobre el Negocio
La empresa Cloudfly Peru S.A.C. ubicada en Los Olivos, es una organización que cuenta con un personal capacitado en brindar servicios en la nube a toda empresa que esté dispuesto a realizar el cambio tecnológico, contribuyendo de esta manera a la mejora en los procesos de gestión de dichas organizaciones.
Necesidad del Negocio
Deficiencia en la gestión de atención al cliente: Se realiza el seguimiento de los estados de clientes, guardado de datos y prospectos de estos en documentos separados, generando así un lento proceso en la captación y contratación con clientes. Lo cual genera un porcentaje bajo en la localización de información importante de potenciales clientes tales como los servicios a contratar, políticas de respaldo planteadas, adición de nuevas funcionalidades. Por lo cual repercute en un bajo nivel de servicio brindado por la organización.
Objetivos del Proyecto
Determinar el impacto productivo de la herramienta CRM en la empresa Cloudfly Peru.
Zona de Aplicación
El proyecto se aplicará en la empresa Cloudfly Peru y será usado por el equipo de infraestructura cloud y su respectivo administrativo.
Declaración de la visión del proyecto
La finalidad de la herramienta CRM es ayudar a agilizar, mantener actualizado y siempre al alcance los documentos informativos del cliente ya sean contratos y/o actas de prestación de servicios.

Fuente: Elaboración Propia

Acta de Constitución

A continuación, se da a conocer el acta de constitución que contiene una formal declaración sobre los objetivos y resultados que se esperan del proyecto.

Tabla N°22: Acta de Constitución

Nombre del Proyecto	Código	Prioridad
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú	IHGA	ALTA
Justificación del Proyecto		
Con el uso de la herramienta CRM se obtendrá mejoras en los procesos de gestión de atención al cliente de la empresa, ya que se automatizarán y guardara la información y documentos en un mismo entorno, de manera más organizada.		
Objetivo General del Proyecto	Objetivo Específico del proyecto	
Determinar el impacto productivo de la herramienta CRM en la empresa Cloudfly Peru.	Determinar el impacto en la gestión de relaciones con los clientes. Determinar el nivel de fidelización en la gestión de atención al cliente.	
Alcance del Proyecto		
Se implementará una herramienta CRM para la mejora de la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru S.A.C.		
Principales Stakeholders		
Daniel Sánchez Jesus Abanto		
Limitaciones		
Pandemia Covid-19 Dificultades en la conexión entre los servicios de Microsoft y la base de datos SQL Server		
Descripción del producto		

Se implementará una herramienta CRM para la mejora de la gestión de atención al cliente, el cual permitirá registrar, consultar documentos informativos de todos los clientes y potenciales clientes de manera oportuna y ágil. Así como el nivel de servicio que los clientes tienen contratado en la empresa Cloudfly Peru S.A.C.

Principales entregables del proyecto	Contenido de los principales entregables
<ol style="list-style-type: none"> 1. Declaración de la visión del Proyecto 2. Acta de constitución 3. Plan de colaboración 4. Épicas 5. Descripción de usuarios involucrados 6. Riesgos 7. Criterios de terminado 8. Historia de Usuarios 9. Cronograma del proyecto 10. Acta de inicio por cada fase 11. Acta de cierre por cada fase 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Documento visión: Entregables definidos 2. Acta de constitución: Contiene el nombre de proyecto, código, antecedentes, justificación, alcance, descripción del proyecto, entregables, supuestos, restricciones, etapas, duración, costo estimado, equipo de proyectos y anexo. 3. Plan de colaboración: Incluye la identificación del equipo y las herramientas. 4. Épicas: Se describe en forma general los requerimientos generales que debe tener el sistema. 5. Personas – Usuarios involucrados: Descripción de los usuarios involucrados y las funciones que realizan. 6. Riesgos: Incluye la descripción de los riesgos identificados en el desarrollo de la empresa. 7. Criterios de terminado: Se describe los requerimientos que se deberán incluir en todas las historias de usuarios. 8. Historia de usuarios: Incluye la descripción de la función solicitada. 9. Cronograma de Actividades: Las fases que se desarrollan durante el proceso de adaptación del proyecto. 10. Acta de inicio de cada Fase: Actas que incluyen la descripción de la fase de inicio y la firma del dueño del producto. 11. Acta de cierre por cada fase: Actas que incluyen la firma del dueño del producto por cada fase culminada.

Supuestos del proyecto
<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo del producto será ejecutado con recursos propios del equipo de trabajo. • Se realizarán reuniones continuas con el equipo del proyecto. • La empresa apoya en todos los aspectos en brindar la información necesaria para la correcta continuidad para la buena gestión de la atención del cliente.
Restricciones del proyecto
El proyecto no estará disponible para el uso de público en general, el proyecto está reservado netamente para el uso administrativo y personal de la empresa Cloudfly Peru S.A.C.
Duración Estimada
El proyecto tendrá una duración mínima de 3 meses.
Equipo de Trabajo
<ul style="list-style-type: none"> • Daniel Sánchez • Jesus Abanto • Sergio Gómez Abanto • Marisol Herbay Aguirre

Fuente: Elaboración Propia

Plan de colaboración

Como siguiente paso, se realiza la redacción del plan de colaboración del proyecto, el cual contiene a las distintas personas que realizarán la toma de decisiones, los Stakeholders y miembros del equipo.

Tabla N°23: Plan de colaboración

Nombre del Proyecto	
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú	
Personas involucradas en el proyecto	
Miembros del equipo SCRUM	- Gómez Abanto, Sergio - Herbay Aguirre, Marisol
Stakeholders	- Daniel Sánchez - Jesus Abanto
Herramientas que se utilizan en el proyecto	
- PowerApps - Microsoft Access - Correo corporativo - Google Forms - Microsoft Office 365 - Actas de reunión	

Fuente: Elaboración Propia

Épicas

Las siguientes épicas se redactan como las etapas iniciales del proyecto, son las declaraciones que se definieron en las reuniones con la empresa. A continuación, se redactan las épicas del proyecto.

Tabla N°24: Épicas

Nombre del proyecto
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú
Épicas
<ul style="list-style-type: none">• Autenticación de usuarios al sistema• Registrar, actualizar y mostrar de personal administrativo• Registrar, actualizar y mostrar de personal de infraestructura• Registrar, actualizar y mostrar clientes y contratos• Registrar, actualizar y mostrar requerimientos y actividades

Fuente: Elaboración Propia

Descripción de usuarios involucrados

Se muestran a la mayoría de los usuarios y otros socios de la empresa que podrían no usar de manera directa la herramienta.

Tabla N°25 Descripción de usuarios involucrados

Nombre del Proyecto	
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú	
Persona	
Gerente del área comercial	Jesus Abanto, encargado de la captación de nuevos clientes
Gerente del área de infraestructura	Daniel Sánchez, encargado de la gestión de los servicios contratados por el cliente.

Fuente: Elaboración Propia

Riesgos

En el siguiente gráfico, se dan a conocer los riesgos identificados por tipo.

Tabla N°26: Riesgos

Nombre del proyecto	
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú	
Identificación de riesgos	
Tipo de riesgo	Riesgo
Producto	Incorrecto desarrollo de las funcionalidades definidas por el cliente.
Producto	Complejidad para los usuarios en el uso de la herramienta.
Producto	El acceso a la herramienta se encuentra inhabilitado cuando se requiere su uso.
Proyecto y Producto	Gran porcentaje de retraso la carga de las interfaces.
Proyecto y Producto	Falla en las conexiones con los recursos de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

Criterios de Terminado

En los criterios de terminado son un conjunto de reglas que se aplican para todas las historias de usuarios que confirman el proyecto.

Tabla N°27: Criterios de terminado

Nombre del Proyecto
Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú
Criterios de Terminado
<ul style="list-style-type: none">- El diseño del sistema web debe tener la aprobación de los encargados.- El proyecto debe ser realizado bajo la metodología para darle celeridad y veracidad.- El sistema debe restringir el acceso a los usuarios mediante un usuario/contraseña.- El sistema web debe pasar por prueba de testeos.- Al culminar los sprint se realizan reuniones con los usuarios.- La herramienta web debe generar reportes de los requerimientos registrados.

Fuente: Elaboración Propia

Historias de Usuarios

En la historia de usuarios se aprecia los requerimientos planteados por los patrocinadores para posterior a ello determinar y plantear de manera detallada dichos requerimientos.

Tabla N°28: Historias de usuario H001

Código	H001	Nombre	Análisis y diseño de la base de datos
Prioridad	Alta	Estimación	07 días
Historia	Se tiene bajo cumplimiento la realización del análisis y diseño correspondiente de la base de datos, como requerimientos funcionales, modelo físico, diccionario de datos		
Criterio de aceptación:	La base de datos se debe encontrar en la tercera forma normal y esta debe ser relacional, la cual permitirá el registro de estos datos de forma óptima y rápida.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°29: Historias de usuario H002

Código	H002	Nombre	Autenticación de usuarios
Prioridad	Alta	Estimación	07 días

Historia	La herramienta CRM tiene propuesto permitir el acceso de usuarios mediante el uso de credenciales asignadas por propio equipo Cloudfly.
Criterio de aceptación:	El usuario debe realizar el proceso de acceso a la herramienta mediante el uso de credenciales brindadas por su equipo (usuario y contraseña)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°30: Historias de usuario H003

Código	H003	Nombre	Usuarios
Prioridad	Alta	Estimación	07 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir el registro, la muestra, búsqueda y edición de usuarios.		
Criterio de aceptación:	El usuario se debe componer de los siguientes datos: usuario, contraseña, nombre completo, teléfono, correo electrónico, fecha de ingreso, fecha de cese, estado.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°31: Historias de usuario H004

Código	H004	Nombre	Clientes
Prioridad	Alta	Estimación	07 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir el registro, la muestra, búsqueda y edición de clientes.		
Criterio de aceptación:	El cliente se debe componer de los siguientes datos: Nombre de cliente, empresa, email, servicio adquirido, estado, cargo, monto por servicio, número de contacto, fecha de inicio de contrato,		

	fecha de vencimiento de contrato, dirección, comentario, datos adjuntos.
--	--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°32: Historias de usuario H005

Código	H005	Nombre	Prospecto
Prioridad	Alta	Estimación	07 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir el registro, la muestra, búsqueda y edición de prospectos.		
Criterio de aceptación:	El cliente se debe componer de los siguientes datos: Nombre de prospecto, email, número de contacto, empresa, cargo, estado, servicio interesado, monto por inversión, dirección, comentario.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°33: Historias de usuario H006

Código	H006	Nombre	Requerimientos
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir el registro, la muestra, búsqueda y edición de requerimientos.		
Criterio de aceptación:	Los requerimientos se deben componer de los siguientes datos: Nombre de cliente, responsable de atención, tipo de servicio, asunto, detalle, prioridad, estado, fecha de inicio, datos adjuntos.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°34: Historias de usuario H007

Código	H007	Nombre	Actividades
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir el registro, la muestra, búsqueda y edición de actividades.		
Criterio de aceptación:	Las actividades se deben componer de los siguientes datos: asignado a, relación con el cliente, asunto, estado, detalles, prioridad.0		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°35: Historias de usuario H008

Código	H008	Nombre	Lista de clientes
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar una lista de los clientes agregados.		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de clientes.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°36: Historias de usuario H009

Código	H009	Nombre	Lista de prospecto
Prioridad	Alta	Estimación	04 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar una lista de los prospectos agregados.		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de prospectos de los clientes.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°37: Historias de usuario H010

Código	H010	Nombre	Agendar Reunión
Prioridad	Alta	Estimación	07 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir agendar reuniones con el equipo y el cliente		
Criterio de aceptación:	Se debe generar una conexión con el calendario de Microsoft para la generación de reuniones con el equipo y el cliente.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°38: Historias de usuario H011

Código	H011	Nombre	Lista de requerimientos
Prioridad	Alta	Estimación	06 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar una lista de los requerimientos del cliente		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de requerimientos, donde se buscan por nombre, estado y prioridad.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°39: Historias de usuario H012

Código	H012	Nombre	Reporte de requerimientos
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar una lista de los requerimientos del cliente		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de requerimientos, donde se muestra el nombre el estado del requerimiento y la fecha de inicio y fin de esta.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°40: Historias de usuario H013

Código	H013	Nombre	Lista de actividades
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar una lista de las actividades a realizar por el equipo de especialistas		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de actividades, buscar, estado, prioridad, agregar y actualizar.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°41: Historias de usuario H014

Código	H014	Nombre	Reporte de actividades
Prioridad	Alta	Estimación	05 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar un reporte de actividades.		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de actividades realizadas, pendientes, fecha inicio, fecha fin.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°42: Historias de usuario H015

Código	H015	Nombre	Lista de personal
Prioridad	Alta	Estimación	06 días
Historia	La herramienta CRM debe permitir generar un listado del personal registrado.		
Criterio de aceptación:	Se debe generar la siguiente lista en visualización: Lista de personal, buscar, estado, agregar y actualizar.		

Fuente: Elaboración Propia

Product Backlog

El gestor del producto puede llegar a realizar las consultas necesarias, así como el debido asesoramiento y gestión durante el proyecto al equipo y en especial al SCRUM MANAGER de este proyecto.

Responsabilidades del gestor de producto

- Registro de la lista de pila del producto de las historias de usuarios que definen el sistema.
- Mantener actualizado la pila del producto en todo momento mientras dure la ejecución del proyecto.
- Disponibilidad: Envía las modificaciones realizadas al Scrum Master para su correcta actualización.
- Adición / eliminación / modificación de las historias de usuarios o el orden de prioridad de estos.
- Orden en el cual desea recibir las historias de usuarios cuando estas fueron finalizadas.

Responsabilidades del Scrum Manager

Supervisión total de la pila de producto, así como la comunicación con el gestor del producto para la realización de aclaraciones en las dudas que puedan existir, de igual manera para el asesoramiento en las subsanaciones de las posibles deficiencias que se observen.

Tabla N°43: Product Backlog

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
--------	-----------------------	-----------------------	-----------------	------------------	-----------

H001	Análisis y diseño de la base de datos	7 días	6 días	0	Alta
H002	Autenticación de usuarios	7 días	6 días	1	Alta
H003	Usuarios	7 días	6 días	1	Alta
H004	Clientes	7 días	6 días	1	Alta
H005	Prospecto	7 días	6 días	1	Alta
H006	Requerimientos	5 días	4 días	1	Alta
H007	Actividades	5 días	4 días	1	Alta
H008	Lista de clientes	3 días	2 días	1	Alta
H009	Lista de prospecto	3 días	2 días	1	Alta
H010	Agendar Reunión	3 días	2 días	1	Alta
H011	Lista de requerimientos	3 días	2 días	1	Alta
H012	Reporte de requerimientos	3 días	2 días	1	Alta
H013	Lista de actividades	3 días	2 días	1	Alta
H014	Reporte de actividades	5 días	4 días	1	Alta
H015	Lista de personal	6 días	5 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Definición del Sprint

Este será el documento de registro de los requisitos de manera detallada que se van a desarrollar por parte del equipo técnico en la iteración.

Tabla N°44: Sprint 0

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H001	Análisis y diseño de la base de datos	7 días	6 días	0	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°45: Sprint 1

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H002	Autenticación de usuarios	7 días	6 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°46: Sprint 2

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H003	Usuarios	7 días	6 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°47: Sprint 3

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H004	Clientes	7 días	6 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°48: Sprint 4

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H005	Prospecto	7 días	6 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°49: Sprint 5

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H006	Requerimientos	7 días	6 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°50: Sprint 6

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H007	Actividades	5 días	4 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°51: Sprint 7

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H008	Lista de clientes	3 días	2 días	1	Alta
H009	Lista de prospecto	3 días	2 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°52: Sprint 8

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H010	Agendar Reunión	3 días	2 días	1	Alta
H011	Lista de requerimientos	3 días	2 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°53: Sprint 9

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H012	Reporte de requerimientos	3 días	2 días	1	Alta
H013	Lista de actividades	3 días	2 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°54: Sprint 10

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H014	Reporte de actividades	3 días	2 días	1	Alta
H015	Lista de personal	3 días	2 días	1	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Sprint 0

- **INICIO DE SPRINT 0**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 0

Fecha: 20 de setiembre del 2022

Tabla M°55 Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 20 de setiembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 0.


Tabla N°56 Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H001	Análisis y diseño de la base de datos

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 0, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 25/09/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez



Daniel Sánchez

(Scrum Master)

(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 0**

★	▸ Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú	45 días	mar 20/09/22	sáb 19/11/22
★	▸ Sprint 0	5 días	mar 20/09/22	dom 25/09/22
★	▸ H001: Análisis y diseño de base de datos	5 días	mar 20/09/22	dom 25/09/22
★	Requerimien funcionales	2 días	mar 20/09/22	mié 21/09/22
★	Requerimien no	2 días	jue 22/09/22	vie 23/09/22
★	Diseño lógico de BD	1 día	sáb 24/09/22	sáb 24/09/22
★	Diccionario de datos	1 día	dom 25/09/22	dom 25/09/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 0**

Tabla N°58: Sprint 0

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H001	Análisis y diseño de la base de datos	7 días	6 días	0	Alta

Elaboración Propia

DESARROLLO DEL SPRINT 0

Análisis de requerimientos

Requerimientos funcionales: Los requerimientos funcionales de la herramienta CRM se muestran en la siguiente table:

Tabla N°59: Requerimientos Funcionales CRM

CÓDIGO	REQUERIMIENTO FUNCIONAL	PRIORIDAD
RF1	La herramienta CRM debe permitir el acceso de usuarios mediante el uso de credenciales.	ALTA
RF2	La herramienta CRM debe permitir: registrar, mostrar, buscar y editar los usuarios.	ALTA
RF3	La herramienta CRM debe permitir: registrar, mostrar, buscar y editar clientes.	ALTA
RF4	La herramienta CRM debe permitir: registrar, mostrar, buscar y editar prospectos.	ALTA
RF5	La herramienta CRM debe permitir: agendar, mostrar reuniones.	ALTA
RF6	La herramienta CRM debe permitir: registrar, mostrar, buscar y editar requerimientos.	ALTA
RF7	La herramienta CRM debe permitir: generar reportes de los requerimientos registrados.	ALTA
RF8	La herramienta CRM debe permitir: generar, mostrar, buscar y editar actividades	ALTA
RF9	La herramienta CRM debe permitir: generar reportes de las actividades generadas por el equipo	ALTA
RF10	La herramienta CRM debe permitir: notificar al usuario de la asignación de un requerimiento.	ALTA
RF11	La herramienta CRM debe permitir: notificar al usuario de la asignación de una actividad.	ALTA

Fuente: Elaboración propia

Requerimientos no funcionales.

A. Arquitectura

- La herramienta CRM debe mantener su funcionamiento vía plataforma web y esta debe ser adaptable a cualquier dispositivo.
- La solución debe mantener las interfaces gráficas y de administración en el idioma español.
- La información que se muestran en los formularios que correspondan a las listas de selección deben ser parametrizadas y administrable.

B. Backups

- La herramienta debe generar backups de manera periódica de la información que se añade en el CRM.

C. Escalabilidad

- La herramienta CRM debe estar construida de manera que pueda evolucionar con el tiempo, de tal manera que se añadan nuevas funcionalidades y requerimientos que se relacionan al proceso core de la empresa, afectando mínimamente en la operatividad de la herramienta.
- La herramienta debe permitir la adición de nuevas funcionalidades, la modificación o eliminación de estos después de su elaboración y puesta en marcha.

D. Seguridad

- El acceso a la herramienta CRM debe ser permitido exclusivamente por el método de autenticación uso de una clave asignada a cada usuario. Solo se pueden registrar los usuarios que tengan registro en la lista de usuarios.
- En función a la funcionalidad, la herramienta CRM debe estar en condiciones de rechazar el acceso a los usuarios no autorizados a la información que se almacena en ella.

- **DIRECCIONARIO DE DATOS:**

Tabla N°60: Clientes

Columna	Tipo	Comentarios
ID	int	Id de cliente
Nombre de Cliente	Varchar(50)	Nombre único de Cliente
Empresa	Varchar(50)	Nombre único de la empresa
Email	Varchar(50)	Correo electrónico del cliente
Estado	Varhcar(20)	Estado del cliente
Cargo	Varhcar(20)	Cargo que ocupa el cliente
Monto por servicio	Int(10)	Monto por servicio contratado
Número de contacto	Int(9)	Número de contacto
Fecha de inicio de Contrato	Date	Fecha de inicio de Contrato
Fecha de vencimiento de Contrato	date	Fecha de vencimiento de Contrato
Dirección	Varchar(50)	Dirección de empresa del cliente
Comentarios	Varchar(100)	Comentarios adicionales

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°61: Prospecto

Columna	Tipo	Comentarios
ID	int	Id de prospecto

Nombre de prospecto	Varchar(50)	Nombre único de prospecto
Empresa	Varchar(50)	Nombre único del prospecto
Email	Varchar(50)	Correo electrónico del prospecto
Estado	Varhcar(20)	Estado en el que se encuentra el prospecto
Cargo	Varhcar(20)	Cargo que ocupa el prospecto
Servicio interesado	Varhcar(50)	Nombre de servicio interesado
Número de contacto	Int(9)	Número de contacto
Monto por inversión	Int(10)	Monto presupuestado de inversión.
Dirección	Varchar(50)	Dirección de empresa del cliente
Comentarios	Varchar(100)	Comentarios adicionales

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°62: Requerimiento

Columna	Tipo	Comentarios
ID	int	Id de prospecto
Nombre de Cliente	Varchar(50)	Nombre único de Cliente
Responsable de atención	Varchar(50)	Nombre del responsable de atención
Tipo de servicio	Varchar(50)	Tipo de servicio
Estado	Varhcar(20)	Estado en el que se encuentra el prospecto
Asunto	Varhcar(20)	Asunto de requerimiento
Detalle	Varhcar(50)	Detalle del requerimiento
Prioridad	varchar (10)	Describir prioridad
Fecha de inicio	date	Fecha de inicio de atención.
SLA	int	Tiempo hábil de atención.

Fecha de cierre	date	Dirección de empresa del cliente
-----------------	------	----------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla N°63: Actividades realizadas.

Columna	Tipo	Comentarios
ID	int	Id de Actividad
Asignado a:	Varchar(50)	Nombre de personal asignado
Relación con el Cliente	Varchar(50)	Nombre del cliente involucrado.
Estado	Varhcar(20)	Estado en el que se encuentra el prospecto
Asunto	Varhcar(20)	Asunto de requerimiento
Detalle	Varhcar(50)	Detalle del requerimiento
Prioridad	varchar (10)	Describir prioridad

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°64: Equipo

Columna	Tipo	Comentarios
ID	int	Id de Actividad
Usuario	Varchar(50)	Nombre de usuario
Contraseña	Varchar(50)	Ingresar contraseña
Nombre Completo	Varhcar(50)	Ingresar nombre completo de personal
Cargo	Varhcar(50)	Cargo que ocupa.
Correo electrónico	Varhcar(50)	Registrar correo electrónico
Número de contacto	Int(9)	Ingresar número de celular
Fecha de ingreso	date	Ingresar fecha de ingreso
Fecha de cese	date	Ingresar fecha de cese
Estado	Varchar(50)	Estado del personal del equipo.

Fuente: Elaboración propia

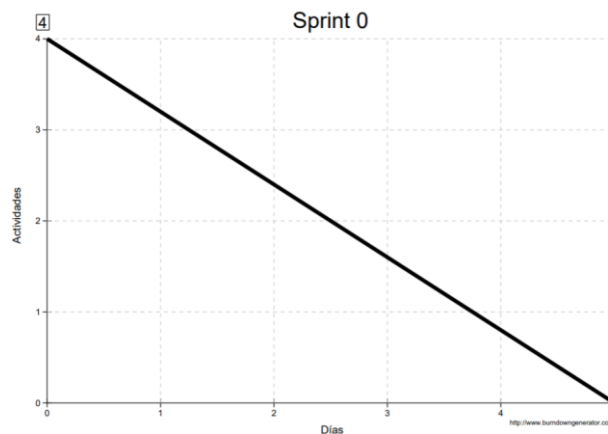
- **RESUMEN DEL SPRINT 0**

Tabla N°65 Resumen del Sprint 0

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°1: Diagrama Burndonchart Sprint 0



Se realizaron 5 actividades en los 5 días propuestos.

- **RESTROSPECTIVA DEL SPRINT 0**

A la conclusión del Sprint 0, el Scrum Master se reunió con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación del producto el cual se entregó sin ningún inconveniente, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°66: Retrospectiva Sprint 0

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product owner	Problemas en el envío de la información mediante escrito.
Colaboración eficiente con los directivos	Problemas de comunicación mediante el uso de medios virtuales
Buenas herramientas tecnológicas para el diseño y análisis de la BD.	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 0**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 0

Fecha: 25 de setiembre del 2022

Tabla N°67 Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Tabla N°68: Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint. 0.

Tabla N°69 Acuerdos.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H001	Análisis y diseño de la base de datos			X


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 1

- **INICIO DE SPRINT 1**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 1

Fecha: 26 de setiembre del 2022

Tabla N°70 Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay


En la ciudad de Lima, siendo el día 26 de setiembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 1.

Tabla N°71 Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H002	Autenticación de usuarios

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 1, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 01/10/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.


Sergio Gómez


Daniel Sanchez

(Scrum Master)

(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 1**

▲ Sprint 1	10 días	lun 26/09/22	vie 7/10/22
▲ H002: Autenticación de usuarios	5 días	lun 26/09/22	sáb 1/10/22
Diseño de la interface	2 días	lun 26/09/22	mar 27/09/22
Desarrollo de la	2 días	mié 28/09/22	jue 29/09/22
Implementac de la	1 día	vie 30/09/22	vie 30/09/22
Prueba de interface	1 día	sáb 1/10/22	sáb 1/10/22

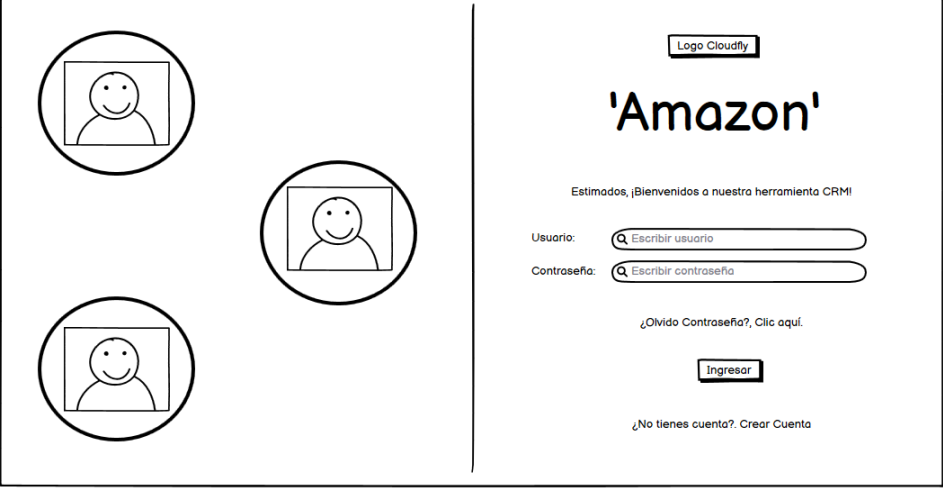
- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 1**

Tabla N°72 Sprint 1

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H002	Autenticación de usuarios	7 días	6 días	0	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 1**

Prototipo – Autenticación de usuarios	
	
Descripción	
Se realizó el diseño del prototipo de la autenticación de usuarios mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.	
Pantalla Final – Autenticación de usuarios	



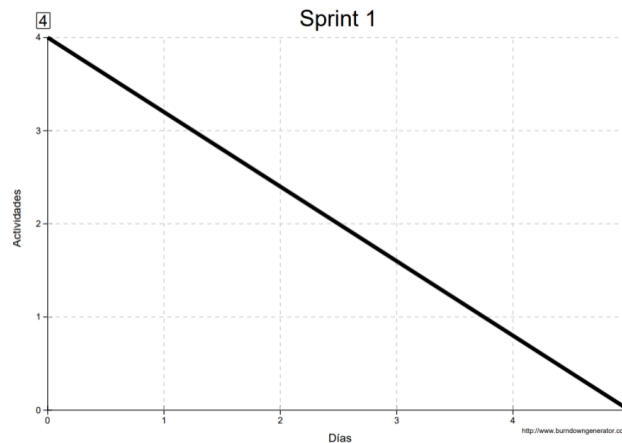
- **RESUMEN DEL SPRINT 1**

Tabla N°73 Resumen del Sprint 1

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°2: Diagrama Burndonchart Sprint 1



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 1**

Al final del Sprint 1, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°74 Retrospectiva Sprint 1

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de	

prototipos, desarrollo e implementación	
---	--

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 1**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 1

Fecha: 1 de octubre del 2022

Datos de la empresa:

Tabla N°75 Datos de la empresa

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Tabla N°76 Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una "X" la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint. 1.

Tabla N°77 Acuerdos

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H002	Autenticación de usuarios			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 2

• **INICIO DE SPRINT 2**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 2

Fecha: 7 de octubre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay


En la ciudad de Lima, siendo el día 7 de octubre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 2.

Lista de Productos:

Tabla N°78 Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H003	Usuarios

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 2, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 12/10/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 2**

▸ Sprint 2	4 días	vie 7/10/22	mié 12/10/22
▸ H003: Usuarios	4 días	vie 7/10/22	mié 12/10/22
Diseño de la interface	2 días	vie 7/10/22	dom 9/10/22
Desarrollo de la	1 día	lun 10/10/22	lun 10/10/22
Implementac de la	1 día	mar 11/10/22	mar 11/10/22
Prueba de interface	1 día	mié 12/10/22	mié 12/10/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 2**

Tabla N°79 Sprint 2

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H003	Usuarios	7 días	6 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 2**

Prototipo – Registro de usuarios

Registro de Equipo Cloudfly

* Usuario

* Contraseña

* Nombre Completo

* Cargo

* Correo electrónico

Número de contacto

* Fecha de Ingreso

Fecha de cese

* Estado

* Datos adjuntos

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro de usuarios mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Registro de usuarios

Registro de Equipo Cloudfly

* USUARIO

* CONTRASEÑA

* Nombre Completo

* Cargo

* Correo electrónico

Número de Contacto

* Fecha de Ingreso

Fecha de cese

* Estado

Datos adjuntos

No hay nada adjunto.

Adjuntar un archivo

Se hace muestra del diseño final de la lista de usuarios, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Edición de usuarios

← **Detalle de Equipo Cloudfly** 🗑️ ✎ 📄

* Nombre Completo	<input type="text" value="Sergio Gomez Abanto"/>	* Cargo	<input type="text" value="Cloud Specialist"/>
* Correo electrónico	<input type="text" value="sergio.gomez@cloudfly.com.pe"/>	Número de contacto	<input type="text" value="940632024"/>
* Fecha de Ingreso	<input type="text" value="09 /08 /2021"/> 📅	Fecha de cese	<input type="text" value="/ /"/> 📅
* Estado	<input type="text" value="Activo"/>	* Datos adjuntos	<input type="text" value="Adjuntar un archivo."/>

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la edición de usuarios mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Edición de usuarios

← **Detalle de Equipo Cloudfly** 🗑️ ✎ 📄

* Nombre Completo	<input type="text" value="Sergio Gomez Abanto"/>	* Cargo	<input type="text" value="Cloud Specialist"/>
* Correo electrónico	<input type="text" value="sergio.gomez@cloudfly.com.pe"/>	Número de Contacto	<input type="text" value="940632024"/>
* Fecha de Ingreso	<input type="text" value="9 agosto 2021"/> 📅	Fecha de cese	<input type="text" value="31 diciembre 2001"/> 📅
* Estado	<input type="text" value="Activo"/>	Datos adjuntos	<div>No hay nada adjunto. 📎 Adjuntar un archivo</div>

Se hace muestra del diseño final de la edición de usuarios, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

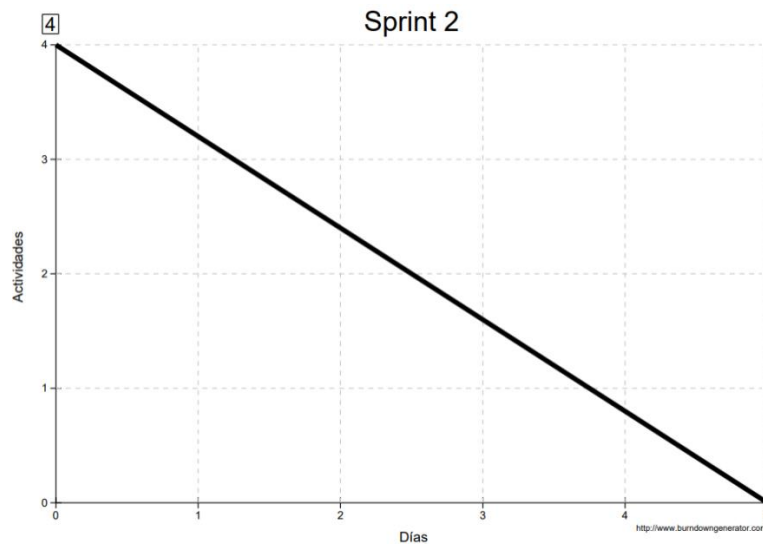
- **RESUMEN DEL SPRINT 2**

Tabla N°80 Resumen del Sprint 2

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°3: Diagrama Burndonchart Sprint 2



- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 2**

Al final del Sprint 2, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°81: Retrospectiva Sprint 2

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de	

prototipos, desarrollo e implementación	
---	--

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 2**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 2

Fecha: 12 de octubre del 2022

Tabla N°82: Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Tabla N°83: Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint. 2.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H003	Usuarios			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 3

- **INICIO DE SPRINT 3**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 3

Fecha: 13 de octubre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 13 de octubre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 3.


Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H004	Clientes

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 3, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 18/10/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 3**

▲ Sprint 3	4 días	jue 13/10/22	mar 18/10/22
▲ H004: Clientes	4 días	jue 13/10/22	mar 18/10/22
Diseño de la interface	2 días	jue 13/10/22	vie 14/10/22
Desarrollo de la	2 días	sáb 15/10/22	dom 16/10/22
Implementación de la	1 día	lun 17/10/22	lun 17/10/22
Prueba de interface	1 día	mar 18/10/22	mar 18/10/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 3**

Tabla N°84: Sprint 3

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H003	Clientes	7 días	6 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 3**

Prototipo – Registro de Clientes

⊖

Registro de Clientes

🔒

***Nombre de cli**

Email

Estado

Monto por servicio

*** Fecha de inicio de contrato**

 📅

*** Empresa**

Servicio Adquirido

Cargo

*** Número de contacto**

Fecha de vencimiento de contrato

 📅

Dirección

Comentarios

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro de clientes mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Registro de clientes

←

Registro de Clientes

📄

<p>* Nombre Cliente</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>* Empresa</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Email</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>Servicio adquirido:</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Estado</p> <input style="width: 90%;" type="text" value="Buscar elementos"/>	<p>Cargo</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Monto por Servicio</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>Número de Contacto</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Fecha de inicio de contrato</p> <input style="width: 90%;" type="text" value="12 noviembre 2022"/>	<p>Fecha de vencimiento de contrato</p> <input style="width: 90%;" type="text" value="12 noviembre 2022"/>
<p>Dirección</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>Comentarios</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>

Se hace muestra del diseño final del registro de clientes, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Edición de clientes

⊖

Detalle de Clientes


🔍 ✎ 📄

<p>*Nombre de cli</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>* Empresa</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Email</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>Servicio Adquirido</p> <input style="width: 90%;" type="text" value="Buscar Elemento"/>
<p>Estado</p> <input style="width: 90%;" type="text" value="Activo"/>	<p>Cargo</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>Monto por servicio</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>* Número de contacto</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>
<p>* Fecha de inicio de contrato</p> <input style="width: 90%;" type="text" value=" / /"/>	<p>Fecha de vencimiento de contrato</p> <input style="width: 90%;" type="text" value=" / /"/>
<p>Dirección</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>	<p>Comentarios</p> <input style="width: 90%;" type="text"/>

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la edición de clientes mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Edición de clientes



The screenshot shows a web form titled 'Detalle de Clientes'. It contains the following fields:

- Nombre Cliente:** Victor Anaya
- Empresa:** NUNA IID S.A.C
- Email:** victor.anaya@gmail.com
- Servicio adquirido:** Implementación en la nube de GRP
- Estado:** Activo (dropdown menu)
- Cargo:** (empty text box)
- Monto por Servicio:** 1000
- Número de Contacto:** +51 945 576 030
- Fecha de inicio de contrato:** 10 junio 2022 (calendar icon)
- Fecha de vencimiento de contrato:** 10 junio 2023 (calendar icon)
- Dirección:** Jr. los Mochicas Nro. 105 Dpto. 402
- Comentarios:** (empty text box)

Se hace muestra del diseño final de la edición de clientes, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

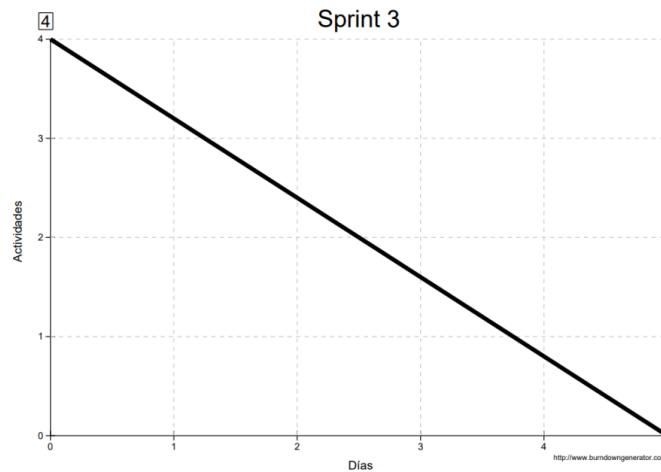
- RESUMEN DEL SPRINT 3**

Tabla N°85: Resumen del Sprint 3

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°4: Diagrama Burndonchart Sprint 3



Se realizaron 8 actividades programadas en 6 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 3**

Al final del Sprint 3, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°86: Retrospectiva Sprint 3

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 3**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 3

Fecha: 18 de octubre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:


Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint. 3.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H004	Clientes			X


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 4

- **INICIO DE SPRINT 4**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 4

Fecha: 19 de octubre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 19 de octubre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 4.


Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H005	Prospectos

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 4, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 23/10/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 4**

▲ Sprint 4	4 días	mié 19/10/22	lun 24/10/22
▲ H005: Prospectos	4 días	mié 19/10/22	lun 24/10/22
Diseño de la interface	2 días	mié 19/10/22	jue 20/10/22
Desarrollo de la	2 días	vie 21/10/22	sáb 22/10/22
Implementación de la	1 día	dom 23/10/22	dom 23/10/22
Prueba de interface	1 día	lun 24/10/22	lun 24/10/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 4**

Tabla N°87: Sprint 4

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H005	Prospectos	7 días	6 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 4**

Prototipo – Prospectos

⏪

Registro de Prospecto

🔒

*Nombre de prospecto

Número de contacto

Estado

Servicio Interesado

Dirección

* Email

Empresa

Cargo

Monto por Inversión

Comentarios

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro prospectos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Prospectos

←
📄

Registro de Prospecto

Nombre Prospecto	Email
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Número de Contacto	Empresa
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Cargo	Estado
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text" value="Buscar elementos"/>
Servicio Interesado	Monto por Inversión
<input style="width: 95%;" type="text" value="Buscar elementos"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Dirección	Comentarios
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>

Se hace muestra del diseño final del registro de prospectos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Edición de prospectos

⌂

Detalle de Prospecto

🔍 ✎ 📄

*Nombre de prospecto	* Email
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Número de contacto	Empresa
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text" value="Buscar Elemento"/>
Estado	Cargo
<input style="width: 95%;" type="text" value="Buscar Elemento"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Servicio Interesado	Monto por Inversión
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
Dirección	Comentarios
<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la edición de prospectos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Edición prospectos

←

Detalle de Prospecto

🗑️ ✎️ 📄

Nombre Prospecto

Email

Número de Contacto

Empresa

Cargo

Estado

Servicio Interesado

Monto por Inversión

Dirección

Comentarios

Se hace muestra del diseño final de la edición de prospectos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

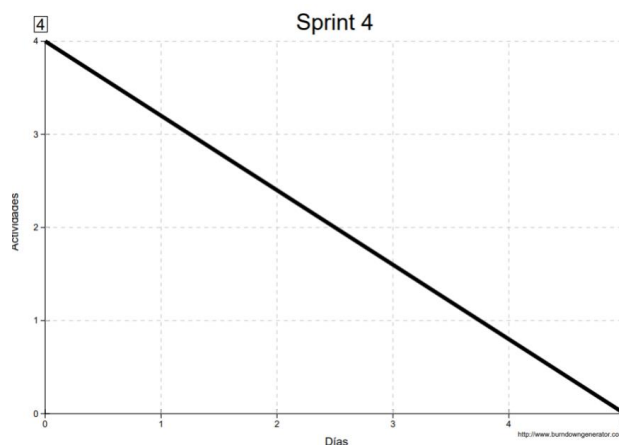
- **RESUMEN DEL SPRINT 4**

Tabla N°88: Resumen del Sprint 4

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura 05: Diagrama Burndonchart Sprint 4



Se realizaron 8 actividades programadas en 6 días

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 4**

Al final del Sprint 4, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°89: Retrospectiva Sprint 4

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 4**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 4

Fecha: 24 de octubre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

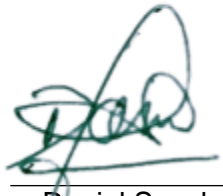
Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 4.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H005	Prospectos			X


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 5

- **INICIO DE SPRINT 5**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 5

Fecha: 25 de octubre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 25 de octubre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 5.

Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H006	Requerimientos

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 5, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 30/10/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 5**

▲ Sprint 5	5 días	mar 25/10/22	dom 30/10/22
▲ H006: Requerimientos	4 días	mar 25/10/22	dom 30/10/22
Diseño de la interface	2 días	mar 25/10/22	mié 26/10/22
Desarrollo de la	2 días	jue 27/10/22	vie 28/10/22
Implementación de la	1 día	sáb 29/10/22	sáb 29/10/22
Prueba de interface	1 día	dom 30/10/22	dom 30/10/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 5**

Tabla N°90: Sprint 5

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H006	Requerimientos	7 días	6 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 5**

Prototipo – Requerimientos

Registro de Requerimientos

*Nombre de Cliente

*Tipo de servicio

Detalle

Estado

* Datos adjuntos

* Responsable de atención

Asunto

Prioridad

Fecha de inicio:

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro de requerimientos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Requerimientos

←
↻

Registro de requerimientos

<p>* Nombre Cliente</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar elementos"/>	<p>* Responsable de atención:</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar elementos"/>
<p>* Tipo de Servicio</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar elementos"/>	<p>Asunto</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>
<p>Detalle</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>	<p>Prioridad</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar elementos"/>
<p>Estado</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar elementos"/>	<p>Fecha de inicio</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="12 noviembre 2022"/>
<p>Datos adjuntos</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; min-height: 40px;"> <p>No hay nada adjunto.</p> <p> Adjuntar un archivo</p> </div>	

Se hace muestra del diseño final del registro de requerimientos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Edición de requerimientos

←
↻ Detalle de Requerimientos

<p>*Nombre de Cliente</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>	<p>* Responsable de atención</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>
<p>*Tipo de servicio</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar Elemento"/>	<p>Asunto</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>
<p>Detalle</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>	<p>Prioridad</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Buscar Elemento"/>
<p>Estado</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text"/>	<p>Fecha de inicio:</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value=" / /"/>
<p>SLA</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value=" / /"/>	<p>Fecha de cierre:</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value=" / /"/>
<p>* Datos adjuntos</p> <input style="width: 95%; border: 1px solid #ccc;" type="text" value="Adjuntar un archivo."/>	

Descripción
Se realizó el diseño del prototipo de la edición de requerimientos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.
Pantalla Final – Edición de requerimientos
Se hace muestra del diseño final de la edición de requerimientos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

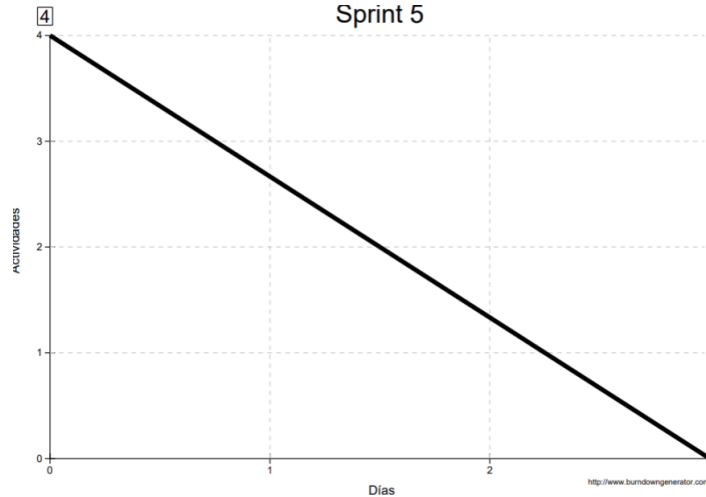
- RESUMEN DEL SPRINT 5**

Tabla N°91: Resumen del Sprint 5

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°6: Diagrama Burndonchart Sprint 5



Se realizaron 8 actividades programadas en 6 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 5**

Al final del Sprint 5, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°92: Retrospectiva Sprint 5

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 5**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 5

Fecha: 30 de octubre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay


Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 5.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H006	Requerimientos			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 6

- **INICIO DE SPRINT 6**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 6

Fecha: 31 de octubre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 31 de octubre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 6.


Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H007	Actividades

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 6, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 3/11/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 6**

▲ Sprint 6	4 días	lun 31/10/22	jue 3/11/22
▲ H007: Actividades	4 días	lun 31/10/22	jue 3/11/22
Diseño de la interface	1 día	lun 31/10/22	lun 31/10/22
Desarrollo de la	1 día	mar 1/11/22	mar 1/11/22
Implementación de la	1 día	mié 2/11/22	mié 2/11/22
Prueba de interface	1 día	jue 3/11/22	jue 3/11/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 6**

Tabla N°93: Sprint 6

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H007	Actividades	5 días	4 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 6**

Prototipo – Actividades

⊖

Registro de Actividades

🔒

***Asignado a:**

***Relación con el cliente:**

Asunto

Estado

Detalles

Prioridad:

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro de actividades mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Actividades

←

Registro de Actividades

📄

Asignado a:

Asunto

Detalles

Relación con el Cliente

Estado

Prioridad

Se hace muestra del diseño final del registro de actividades, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Edición de actividades

←

Detalle de Actividades

🗑️ ✎️ 📄

***Asignado a:**

Asunto

Detalles

***Relación con el cliente:**

Estado

Prioridad:

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la edición de actividades mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Edición de actividades

←

Detalle de Actividades

🗑️ ✎️ 💾

Asignado a:

Martín Chavez

Relación con el Cliente

Eduardo Ponce

Asunto

FALTA DE DATOS EN SRV RSSKR-PRD154

Estado

Proceso

Detalles

FALTA DE DATOS EN SRV RSSKR-PRD154

Prioridad

Alta

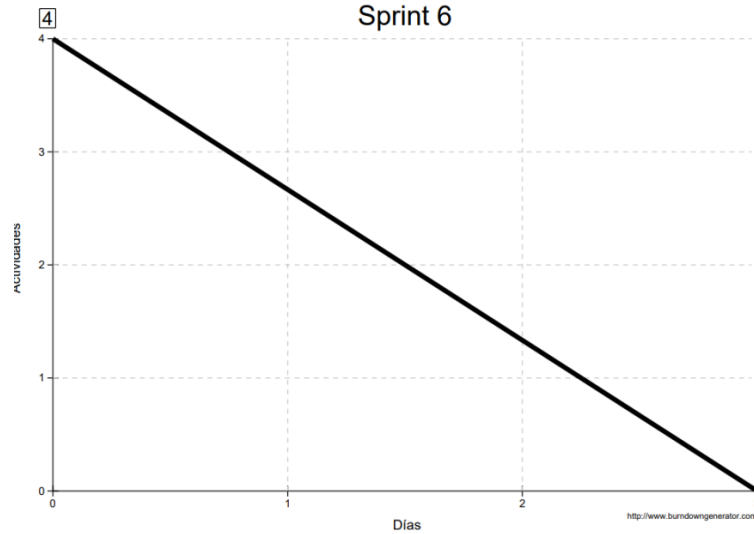
- RESUMEN DEL SPRINT 6**

Tabla N°94: Resumen del Sprint 6

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°7: Diagrama Burndonchart Sprint 6



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 6**

Al final del Sprint 6, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°95: Retrospectiva Sprint 6

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 6**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 6

Fecha: 3 de noviembre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:


Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 7.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H007	Actividades			X


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 7

- **INICIO DE SPRINT 7**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 7

Fecha: 4 de noviembre del 2022

Participantes:


Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 4 de noviembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 7.

Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H008	Lista de Clientes
H009	Lista de Prospectos

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 5, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 7/11/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 7**

▲ Sprint 7	2 días	vie 4/11/22	lun 7/11/22
▲ H008: Lista de Clientes	2 días	vie 4/11/22	sáb 5/11/22
Diseño de la interface	1 día	vie 4/11/22	vie 4/11/22
Desarrollo e implementac de la	1 día	sáb 5/11/22	sáb 5/11/22
▲ H009: Lista de Prospectos	2 días	dom 6/11/22	lun 7/11/22
Diseño de la interface	1 día	dom 6/11/22	dom 6/11/22
Desarrollo e implementac de la	1 día	lun 7/11/22	lun 7/11/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 7**

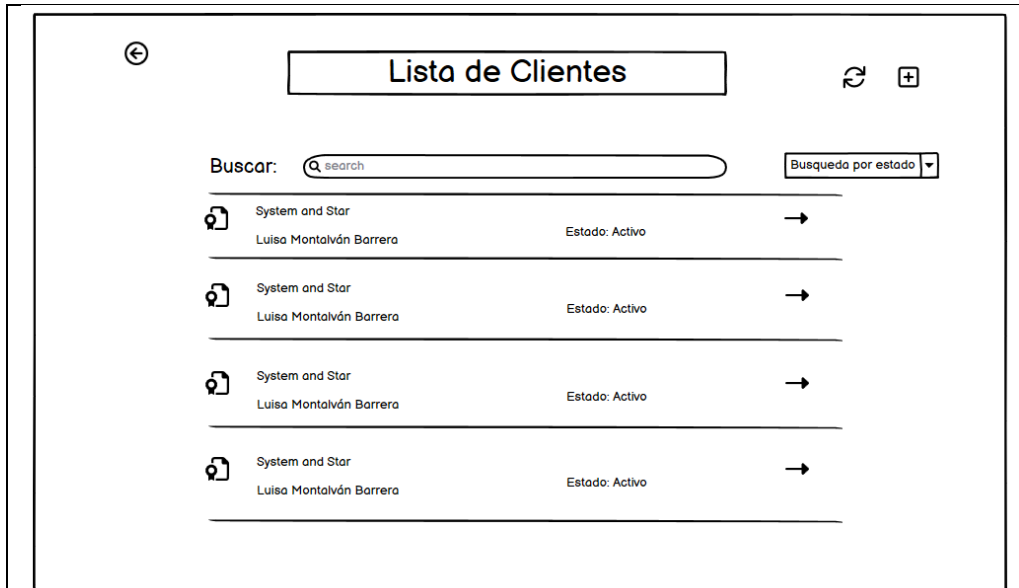
Tabla N°96: Sprint 7

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H008	Lista de Clientes	3 días	2 días	1	Alta
H009	Lista de Prospectos	3 días	2 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 7**

Prototipo – Lista de Clientes



Descripción

Se realizó el diseño del prototipo del registro de lista de clientes mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Lista de Clientes



Se hace muestra del diseño final de la lista de clientes, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

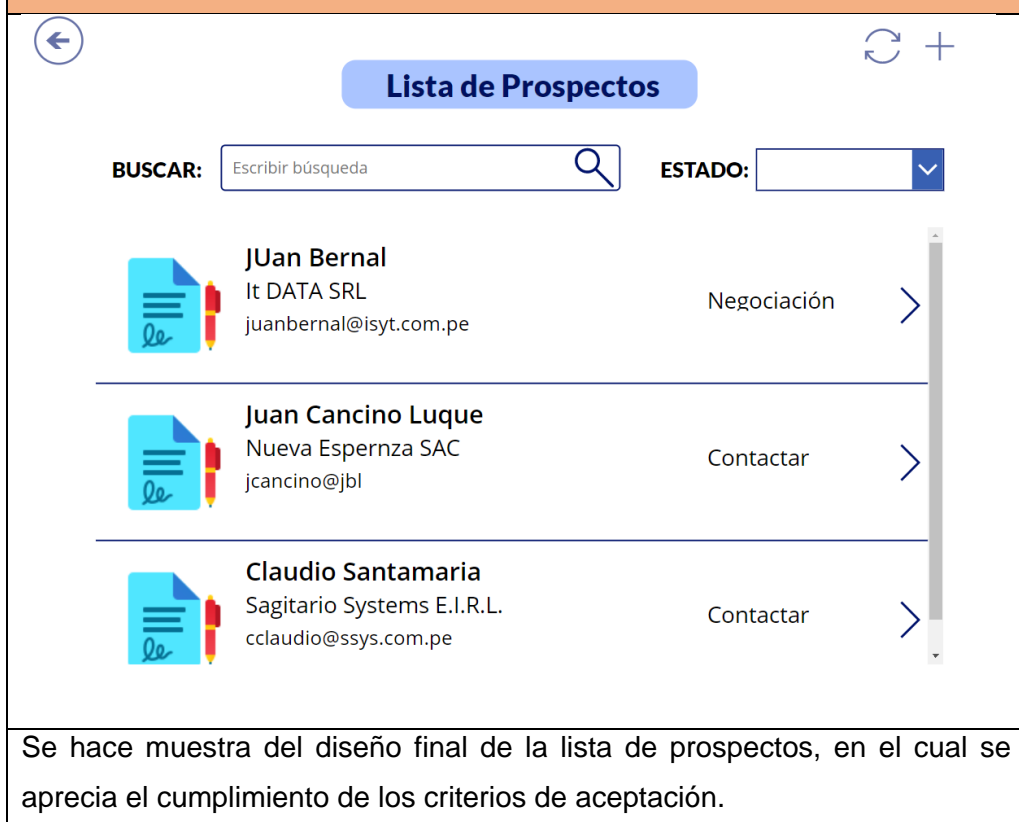
Prototipo – Lista de Prospectos



Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la lista de prospectos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Lista de Prospectos



Se hace muestra del diseño final de la lista de prospectos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

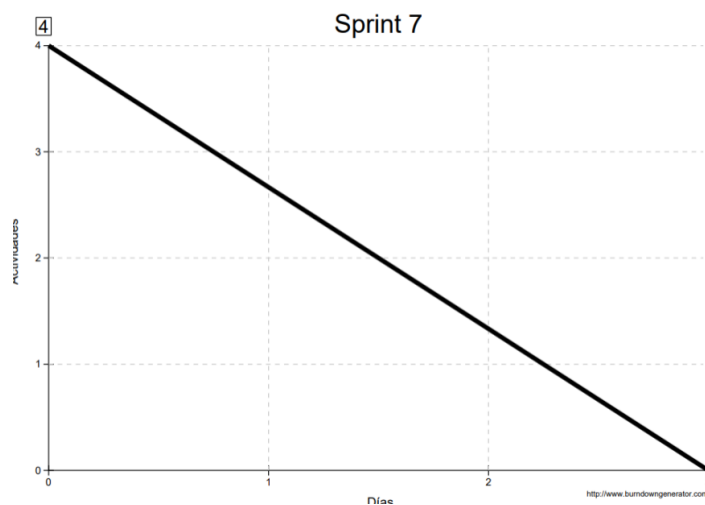
- **RESUMEN DEL SPRINT 7**

Tabla N°97: Resumen del Sprint 7

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°8: Diagrama Burndonchart Sprint 7



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 7**

Al final del Sprint 7, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°98: Retrospectiva Sprint 7

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de	

prototipos, desarrollo e implementación	
---	--

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 7**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 7

Fecha: 7 de noviembre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

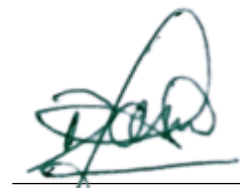
Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 7.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H008	Lista de Clientes			X
H009	Lista de Prospectos			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 8

- **INICIO DE SPRINT 8**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 8

Fecha: 8 de noviembre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay


En la ciudad de Lima, siendo el día 8 de noviembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 8.

Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H010	Agendar Reunión
H011	Lista de Requerimientos

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 8, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 11/11/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 8**

▸ Sprint 8	4 días	mar 8/11/22	vie 11/11/22
▸ H010: Agendar Reunión	2 días	mar 8/11/22	mié 9/11/22
Diseño de la interface	1 día	mar 8/11/22	mar 8/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	mié 9/11/22	mié 9/11/22
▸ H011: Lista de Requerimientos	2 días	jue 10/11/22	vie 11/11/22
Diseño de la interface	1 día	jue 10/11/22	jue 10/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	vie 11/11/22	vie 11/11/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 8**

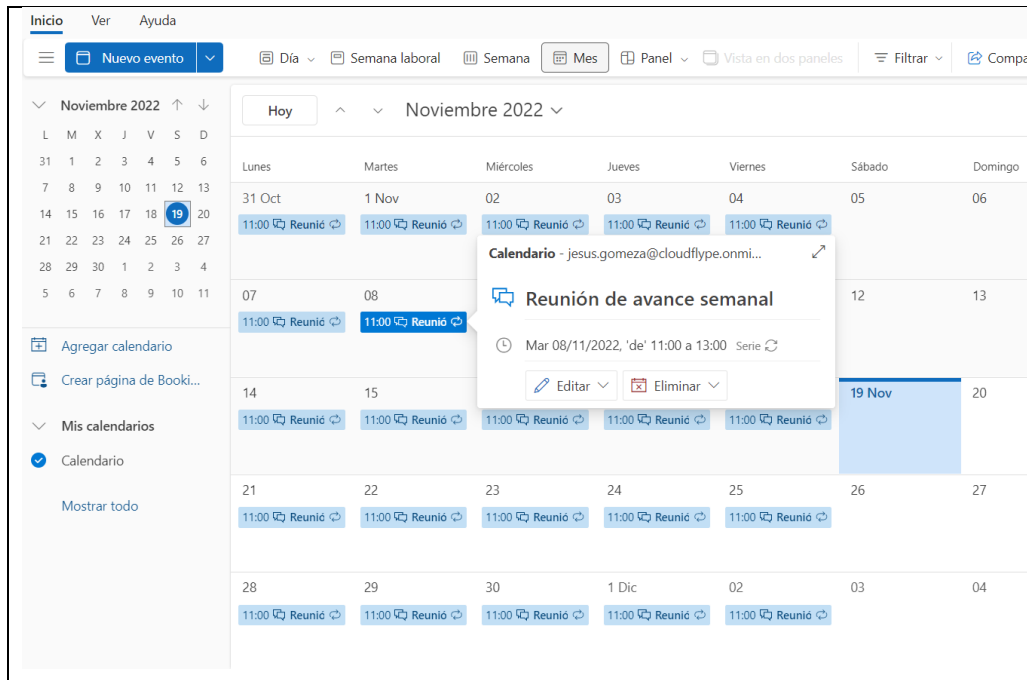
Tabla N°99: Sprint 8

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H010	Agendar Reunión	3 días	2 días	1	Alta
H011	Lista de Requerimientos	3 días	2 días	1	Alta

Elaboración Propia

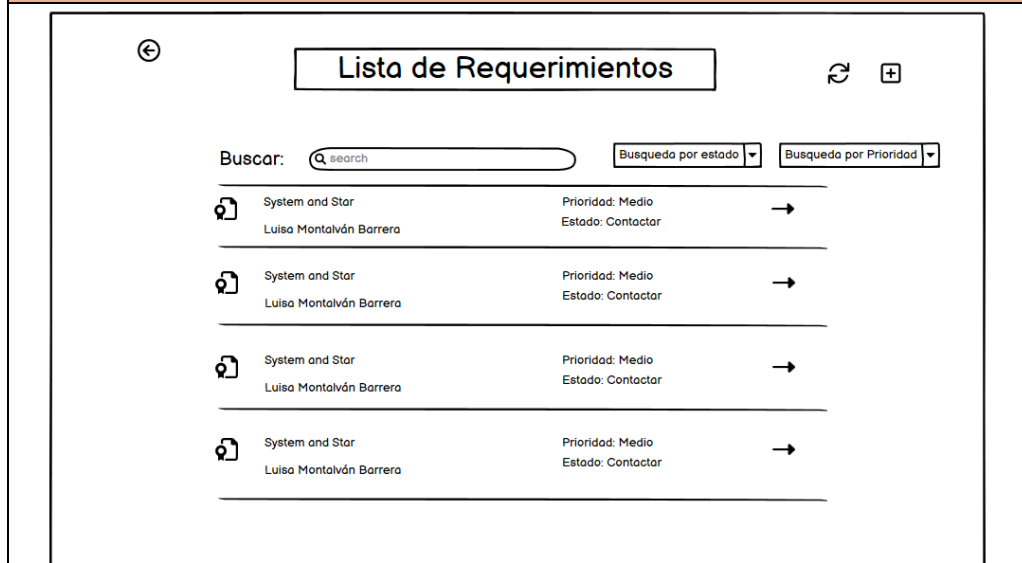
- **DESARROLLO DEL SPRINT 8**

Prototipo – Agenda de Reunión
Descripción
Se realizó el diseño del prototipo del registro de lista de clientes mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.
Pantalla Final – Agendar de Reunión



Se hace muestra del diseño final de la agenda de reunión, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Lista de Requerimientos



Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la lista de requerimientos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Lista de Requerimientos

←

Lista de requerimientos

+ ↻

BUSCAR: **E:** **P:**

	<p>Perdida de datos en Servidor Luis Nomberto Sifuentes</p>	<p>Proceso Bajo</p>	>
	<p>No cuenta con SSL Autotizado Sergio Gomez Abanto</p>	<p>Inicio Alto</p>	>
	<p>Edwin Herrera NUEVA MIGRACIÓN Martín Chavez</p>	<p>Inicio Alto</p>	>

Se hace muestra del diseño final de la lista de requerimientos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

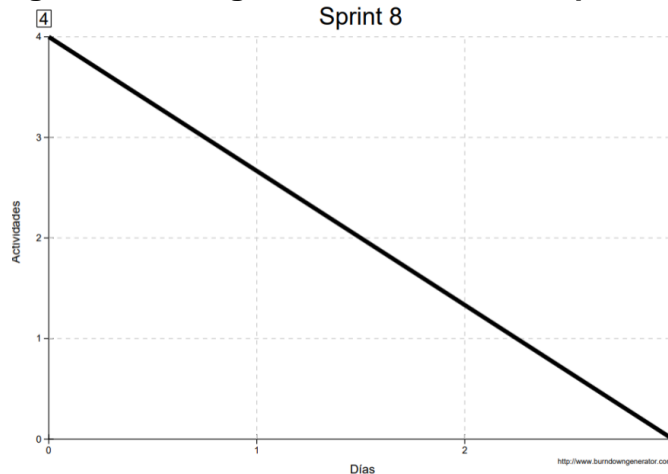
- **RESUMEN DEL SPRINT 8**

Tabla N°100: Resumen del Sprint 8

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°9: Diagrama Burndonchart Sprint 8



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 8**

Al final del Sprint 8, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°101: Retrospectiva Sprint 8

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 8**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 8

Fecha: 11 de noviembre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay


Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 8.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H010	Agendar Reunión			X
H011	Lista de requerimientos			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 9

- **INICIO DE SPRINT 9**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 9

Fecha: 12 de noviembre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 12 de noviembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto **“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru”**, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 9.

Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H012	Reporte de Requerimientos
H013	Lista de Actividades

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 8, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 15/11/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 9**

▸ Sprint 9	3 días	sáb 12/11/22	mar 15/11/22
▸ H012: Reporte de Requerimientos	2 días	sáb 12/11/22	dom 13/11/22
Diseño de la interface	1 día	sáb 12/11/22	sáb 12/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	dom 13/11/22	dom 13/11/22
▸ H013: Lista de Actividades	2 días	lun 14/11/22	mar 15/11/22
Diseño de la interface	1 día	lun 14/11/22	lun 14/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	mar 15/11/22	mar 15/11/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 9**

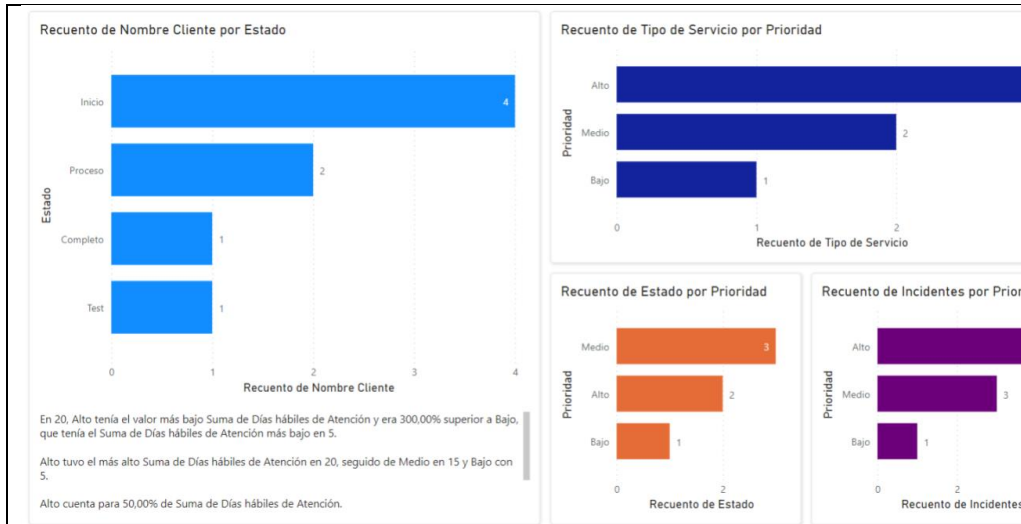
Tabla N°102: Sprint 9

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H012	Reporte de requerimientos	3 días	2 días	1	Alta
H013	Lista de actividades	3 días	2 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 9**

Prototipo – Reporte de Requerimientos
Descripción
Se realizó el diseño del prototipo del reporte de requerimientos mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.
Pantalla Final – Reporte de Requerimientos



Se hace muestra del diseño final del reporte de requerimientos, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Lista de Actividades

⏪

Lista de Actividades

🔄
+

Buscar: Busqueda por estado ▾ Busqueda por Prioridad ▾

📄 System and Star Luisa Montalván Barrera	Prioridad: Medio Estado: Contactar	→
📄 System and Star Luisa Montalván Barrera	Prioridad: Medio Estado: Contactar	→
📄 System and Star Luisa Montalván Barrera	Prioridad: Medio Estado: Contactar	→
📄 System and Star Luisa Montalván Barrera	Prioridad: Medio Estado: Contactar	→

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la lista de actividades mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Lista de Actividades

Se hace muestra del diseño final de la lista de actividades, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

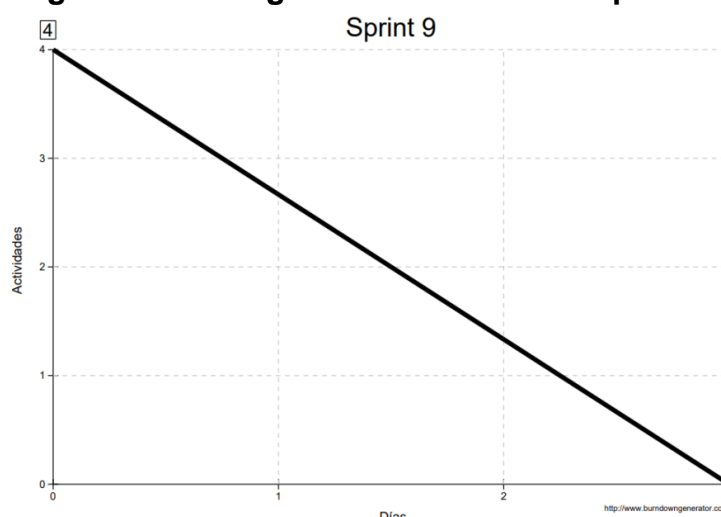
- **RESUMEN DEL SPRINT 9**

Tabla N°103: Resumen del Sprint 9

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°10: Diagrama Burndonchart Sprint 9



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 9**

Al final del Sprint 9, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°104: Retrospectiva Sprint 9

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 9**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 9

Fecha: 15 de noviembre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 9.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H012	Reporte de requerimientos			X
H013	Lista de actividades			X



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

Sprint 10

- **INICIO DE SPRINT 10**

ACTA DE APERTURA – PRIMERA REUNIÓN SPRINT 10

Fecha: 16 de noviembre del 2022

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

En la ciudad de Lima, siendo el día 16 de noviembre del 2022, siguiendo el cumplimiento con lo acordado en el plan de trabajo para el desarrollo de proyecto “**Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru**”, se realiza el acta de aceptación para la realización de las funcionalidades del Sprint 10.

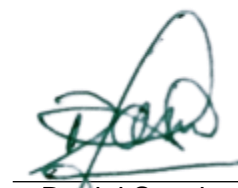
Lista de Productos:

Código	Nombre de la Historia
H014	Reporte de Actividades
H015	Lista de Personal

Luego de la validación de las funcionalidades que se deben desarrollar del Sprint 10, el Gerente de Operaciones del colegio manifiesta su total conformidad y satisfacción sobre el producto software que se desarrolla, el cual será entregado el 19/11/22. En señal de aceptación y conformidad se firma la presente acta.



Sergio Gómez
(Scrum Master)



Daniel Sanchez
(Product Owner)

- **PLANIFICACIÓN DEL SPRINT 10**

▸ Sprint 10	4 días	mié 16/11/22	sáb 19/11/22
▸ H014: Reporte de Actividades	2 días	mié 16/11/22	jue 17/11/22
Diseño de la interface	1 día	mié 16/11/22	mié 16/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	jue 17/11/22	jue 17/11/22
▸ H015: Lista de Personal	2 días	vie 18/11/22	sáb 19/11/22
Diseño de la interface	1 día	vie 18/11/22	vie 18/11/22
Desarrollo e implementación de la interface	1 día	sáb 19/11/22	sáb 19/11/22

- **LISTA DE PENDIENTES DEL SPRINT 10**

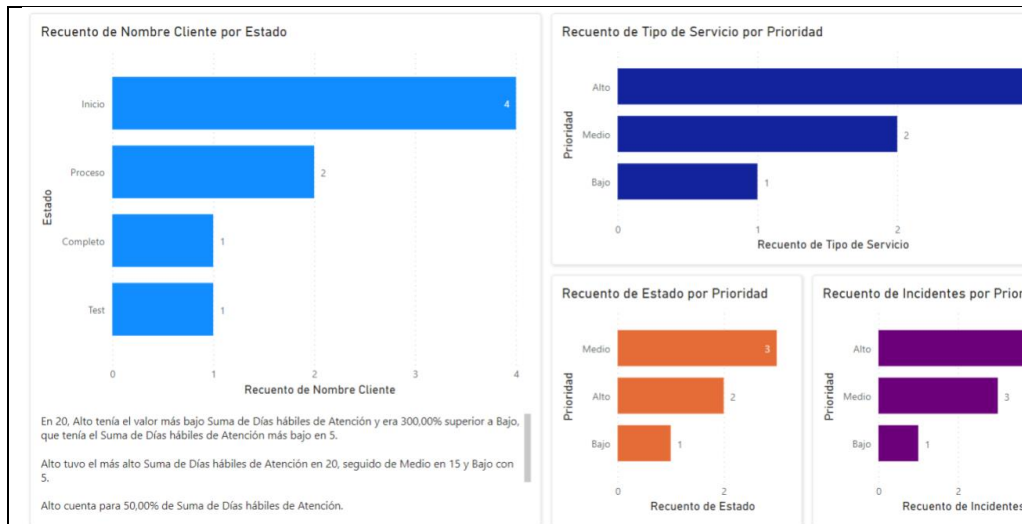
Tabla N°105: Sprint 10

Código	Nombre de la historia	Estimación aproximada	Estimación Real	Iteración Sprint	Prioridad
H014	Reporte de actividades	3 días	2 días	1	Alta
H015	Lista de personal	3 días	2 días	1	Alta

Elaboración Propia

- **DESARROLLO DEL SPRINT 10**

Prototipo – Reporte de Actividades
Descripción
Se realizó el diseño del prototipo del reporte de actividades mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.
Pantalla Final – Reporte de Actividades



Se hace muestra del diseño final del reporte de actividades, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

Prototipo – Lista de Personal

⏪

Lista de Personal

🔄 +

Buscar: Busqueda por estado ▾ Busqueda por Prioridad ▾

👤 System and Star Luisa Montalván Borrero	Prioridad: Medio Estado: Contactor	→
👤 System and Star Luisa Montalván Borrero	Prioridad: Medio Estado: Contactor	→
👤 System and Star Luisa Montalván Borrero	Prioridad: Medio Estado: Contactor	→
👤 System and Star Luisa Montalván Borrero	Prioridad: Medio Estado: Contactor	→

Descripción

Se realizó el diseño del prototipo de la lista de personal mediante el uso de la herramienta Balsamiq, para su posterior desarrollo e implementación.

Pantalla Final – Lista de Personal

←

Lista de Personal

+ ↻

BUSCAR: 🔍

Estado: ▼

Cloud Specialist
 Carlos Sotelo Asalde
 carlos.sotelo@cloudfly.com.pe

Activo

>

Cloud Specialist
 Kimiyoshi La Rosa Buitron
 kimiyoshi.larosa@cloudfly.com.pe

Activo

>

Cloud Specialist
 Taylin Antonio Villavicencio
 taylin.antonio

Activo

>

Se hace muestra del diseño final de la lista de personal, en el cual se aprecia el cumplimiento de los criterios de aceptación.

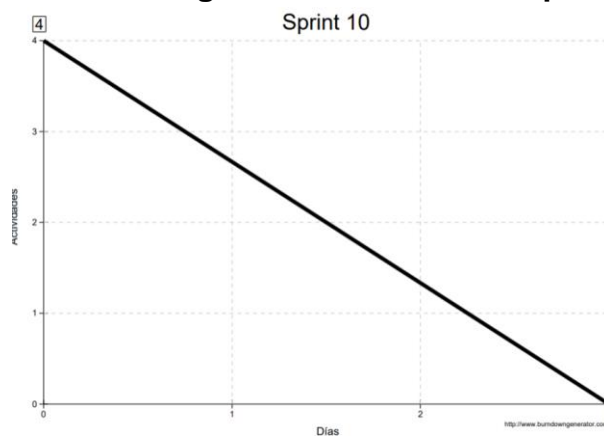
- **RESUMEN DEL SPRINT 10**

Tabla N°106: Resumen del Sprint 10

Total de historias	1
Historias terminadas	1
Historias por terminar	0
Avance	100%
Estado	Certificado

Elaboración propia

Figura N°11: Diagrama Burndonchart Sprint 10



Se realizaron 4 actividades programadas en 4 días.

- **RETROSPECTIVA DEL SPRINT 10**

Al final del Sprint 10, el Scrum Master solicitó la reunión con el Product Owner para la presentación de los resultados, recibiendo de esta manera la aprobación de la herramienta el cual se entregó sin inconvenientes, por la cual el cliente quedó satisfecho.

Tabla N°107: Retrospectiva Sprint 10

Cosas Positivas	Cosas Negativas
Buena comunicación con el Product Owner	Problemas con información documentada.
Estrecha colaboración con los directivos	Problemas para la comunicación mediante medios virtuales.
Buenas herramientas con respecto a la creación de prototipos, desarrollo e implementación	

Elaboración Propia

- **FIN DEL SPRINT 10**

ACTA DE REUNIÓN DE – CIERRE SPRINT 10

Fecha: 19 de noviembre del 2022

Datos de la empresa:

Empresa	Cloudfly Peru S.A.C.
Proyecto	“Implementación de Herramienta CRM para la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Perú”

Participantes:

Product Owner	Daniel Sánchez
Scrum Master	Sergio Gómez
Equipo Scrum	Marisol Herbay

Acuerdos:

Marca con una “X” la razón de cierre de cumplimiento de casa funcionalidad pactada en la apertura del sprint 10.

Código	Nombre de la Historia	No Entrega	Entrega Parcial	Entrega Total
H014	Reporte de actividades			X
H015	Lista de personal			X


Sergio Gómez
(Scrum Master)


Daniel Sanchez
(Product Owner)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, NECOCHEA CHAMORRO JORGE ISAAC, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA DE SISTEMAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "Implementación de herramienta CRM para la mejora de procesos en la gestión de atención al cliente en la empresa Cloudfly Peru, 2022", cuyos autores son HERBAY AGUIRRE MARISOL, GOMEZ ABANTO SERGIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 29 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NECOCHEA CHAMORRO JORGE ISAAC DNI: 18167347 ORCID: 0000-0002-3290-8975	Firmado electrónicamente por: JNECOCHEA el 29- 11-2022 16:57:54

Código documento Trilce: TRI - 0461481