



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Evolución de tecnologías utilizadas para la gestión de las relaciones con los clientes.”

AUTORES:

Robert Danilo Cruz Frutos

Paola Vanessa Pérez Parrales

TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Mayo 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Evolución de las tecnologías utilizadas para la gestión de las relaciones con los clientes**”, presentado por los estudiantes **Robert Danilo Cruz Frutos y Paola Vanessa Pérez Parrales** para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 12 de mayo del 2019

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.

C.I. 1802333276

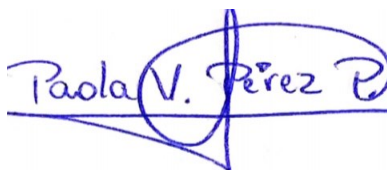
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Robert Danilo Cruz Frutos y Paola Vanessa Pérez Parrales**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Robert Danilo Cruz Frutos

C.I. 1804442372



Paola Vanessa Pérez Parrales

C.I. 2400045098

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.

C.I.1802490548

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

C.I.1803538048

Ambato, 12 de mayo del 2021

DERECHOS DE AUTOR

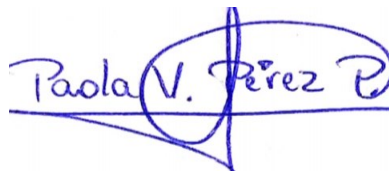
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Robert Danilo Cruz Frutos

C.I.1804442372



Paola Vanessa Pérez Parrales

C.I.2400045098

RESUMEN EJECUTIVO

Desde la inserción del CRM en las empresas se habían generado efectos positivos en la gestión de la relación con los clientes, debido a la influencia que genera la inclusión de tecnología actualizada como estrategia para mejorar el servicio y la atención al cliente. Con estas afirmaciones, la investigación presenta la evolución histórica de las herramientas tecnológicas utilizadas en la atención al cliente, para establecer aquellas que aún predominan y pueden permanecer en el futuro, por sus utilidades y beneficios.

Para ello, la investigación desarrolla un estudio con un enfoque histórico de estas herramientas tecnológicas para saber cuáles fueron utilizadas en el pasado, presente y futuro, y gracias al aporte de varios autores, establecer las ventajas y desventajas de cada una.

Como resultado, es evidente que las herramientas utilizadas en la atención al cliente en el pasado siguen siendo indispensables en el presente, sin embargo, su permanencia depende de su evolución, y hasta entonces, las más representativas son internet y las redes sociales. Finalmente, para la futura atención al cliente, sistemas y modelos que impliquen la calidad como factor esencial.

En conclusión, los primeros hallazgos muestran que la atención al cliente del pasado carece de tecnología suficiente para sofisticar los servicios prestados a los clientes, pero la evolución tecnológica recurrente brinda mayores beneficios con posible ventaja competitiva.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, ATENCION AL CLIENTE, SERVICIO AL CLIENTE, RELACION CON EL CLIENTE, HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS, CALIDAD EN EL SERVICIO.

ABSTRACT

Since the insertion of CRM in companies, positive effects had been generated in the management of the relationship with customers, due to the influence generated by the inclusion of updated technology as a strategy to improve service and customer service. With these statements, the research presents the historical evolution of the technological tools used in customer service, to establish those that still predominate and may remain in the future, due to their utilities and benefits.

For this, the research develops a study with a historical approach of these technological tools to know which ones were used in the past, present and future, and thanks to the contribution of several authors, establish the advantages and disadvantages of each one.

As a result, it is evident that the tools used in customer service in the past are still indispensable in the present, however, their permanence depends on their evolution, and until then, the most representative ones are the internet and social networks. Finally, for future customer service, systems and models that involve quality as an essential factor.

In conclusion, the first findings show that the customer service of the past lacks enough technology to sophisticate the services provided to customers, but the recurring technological evolution provides greater benefits with possible competitive advantage.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, ATTENTION TO CUSTOMER, SERVICE TO CUSTOMER, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, TECHNOLOGICAL TOOLS, QUALITY IN THE SERVICE.

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-68083-1_13