



Herramientas tecnológicas en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad-Manabí Año 2020

Technological tools in the customer service of the. National Corporation of Electricity-Manabí year 2020

Ferramentas tecnológicas no atendimento ao cliente da Corporação Nacional de Eletricidade-Manabí Ano 2020

Lause Alejandro Rodríguez-Vélez ^I
lrodiguez4600@utm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2066-4552>

Casilda Paquisha Intriago-Mora ^{II}
paquisha.intriago@utm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3786-3948>

Correspondencia: lrodiguez4600@utm.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 10 de abril de 2022 * **Aceptado:** 30 de abril de 2022 * **Publicado:** 04 de mayo de 2022

- I. Maestrante en administración de empresas de la Universidad Técnica de Manabí, Ingeniero Eléctrico, Profesional de Construcción y Fiscalización Corporación Nacional de Electricidad Unidad de Negocios Manabí, Portoviejo, Ecuador.
- II. Docente investigador, Ingeniera comercial, Magister en Gerencia Educativa, Doctorante en Ciencias Contables y Financieras de la Universidad de la Habana de la República de Cuba, Maestrante de la Universidad de la Rioja España, Profesora en la Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo, Ecuador.

Resumen

La emergencia sanitaria del SARS-CoV-2 por sus siglas en inglés severe acute respiratory syndrome ha precipitado la implementación tecnológica en todos los ámbitos en que se desenvuelve el ser humano. Por lo que el objetivo general consistió en analizar la influencia de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente de la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, en tiempos de pandemia durante el año 2020. Se utilizó la metodología transversal, descriptiva, retrospectiva y observacional; se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple, como muestra de estudio se consideró a 359 usuarios que generaron reclamos utilizando herramientas tecnológicas en el departamento de atención al cliente. Como principales resultados se obtuvo que en la empresa existe evidente compromiso en el manejo de los reclamos, para esto se han dividido como nivel 1 (atención inmediata) y nivel 2 (en estudio). Entre las conclusiones más importantes están que con el aporte de la tecnología instalada se pudo otorgar solución inmediata a los reclamos y que cuando son ejecutados por vías telemáticas, ofrecen más facilidad al usuario especialmente en contexto de emergencia sanitaria, por lo que se ha aprovechado las herramientas tecnológicas en la atención al cliente, ahorrando tiempo y recursos humanos. La observación aplicada estableció que en la Corporación Nacional de Electricidad CNEL EP, la influencia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente es positiva, en parte porque la empresa ya contaba con una buena infraestructura tecnológica antes de la declaratoria de emergencia sanitaria.

Palabras claves: Herramientas tecnológicas; atención al cliente; reclamos; emergencia sanitaria COVID-19.

Abstract

The health emergency of SARS-CoV-2 for its acronym in English severe acute respiratory syndrome has precipitated the technological implementation in all areas in which the human being operates. Therefore, the general objective was to analyze the influence of technological tools on customer service of the National Electricity Corporation CNEL EP, in times of pandemic during the year 2020. The cross-sectional, descriptive, retrospective and observational methodology was used; A simple random probabilistic sampling was applied, as a study sample, 359 users who generated claims using technological tools in the customer service department were considered. As main results, it was obtained that in the company there is an evident

commitment in the management of claims, for this they have been divided as level 1 (immediate attention) and level 2 (under study). Among the most important conclusions are that with the contribution of the installed technology, it was possible to grant an immediate solution to the claims and that when they are executed by telematic means, they offer more ease to the user, especially in the context of a health emergency, for which the technological tools in customer service, saving time and human resources. The applied observation established that in the National Electricity Corporation CNEL EP, the influence of the use of technological tools in customer service is positive, in part because the company already had a good technological infrastructure before the health emergency was declared.

Keywords: Technological tools; customer service; claims; COVID-19 health emergency.

Resumo

A emergência sanitária do SARS-CoV-2 por sua sigla em inglês síndrome respiratória aguda grave precipitou a implementação tecnológica em todas as áreas em que o ser humano atua. Portanto, o objetivo geral foi analisar a influência das ferramentas tecnológicas no atendimento ao cliente da Empresa Nacional de Energia Elétrica CNEL EP, em tempos de pandemia durante o ano de 2020. Foi utilizada a metodologia transversal, descritiva, retrospectiva e observacional; Aplicou-se uma amostragem probabilística aleatória simples, como amostra do estudo, foram considerados 359 usuários que geraram reclamações utilizando ferramentas tecnológicas no setor de atendimento ao cliente. Como principais resultados, obteve-se que na empresa existe um comprometimento evidente na gestão de sinistros, para isso foram divididos em nível 1 (atendimento imediato) e nível 2 (em estudo). Entre as conclusões mais importantes estão que com o aporte da tecnologia instalada, foi possível conceder uma solução imediata às reclamações e que, quando executadas por meios telemáticos, oferecem mais facilidade ao usuário, principalmente no contexto de uma emergência de saúde, para que as ferramentas tecnológicas no atendimento ao cliente, economizando tempo e recursos humanos. A observação aplicada estabeleceu que na Empresa Nacional de Energia Elétrica CNEL EP, a influência do uso de ferramentas tecnológicas no atendimento ao cliente é positiva, em parte porque a empresa já possuía uma boa infraestrutura tecnológica antes da declaração de emergência sanitária.

Palavras-chave: Ferramentas tecnológicas; Suporte ao cliente; reivindicações; Emergência de saúde COVID-19.

Introducción

La encuesta global de la Organización Internacional del Trabajo OIT (2020) realizada en 69 países sobre el uso de la tecnología en el sistema laboral, indican que un gran porcentaje de empresas, sean públicas o privadas utilizan la digitalización, tecnologías complementarias y telefónicas, para comercializar, atender al cliente, otorgar información, recibir reclamos, pagos, entre muchas otras opciones existentes.

Lo anterior permite a las empresas ganar tiempo, facilitar la comercialización, otorgamiento de servicios, sobre todo clasificar la información para orientarse hacia los clientes más necesitados de atención. La emergencia sanitaria debido al Covid 19 a impulsado las tendencias de atención remota, que seguramente se extenderán más allá de la presente crisis sanitaria.

Por otra parte, en Ecuador datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2021) establecen que el porcentaje de hogares con acceso a internet corresponde al 70.7%, los ciudadanos que hacen uso de las herramientas digitales para actividades productivas, comerciales, reclamos o transacciones de bienes y servicios corresponde al 11,5 %, mientras que el porcentaje de personas que tiene celular activado con diferentes aplicaciones son el 3.3%, ubicándose los indicadores de uso de herramientas digitales para el sector comercial como bastante significativas.

De acuerdo con Álvarez (2015) los beneficios, tanto para el usuario como para el sector empresarial dependerán exclusivamente de lo actualizadas que se encuentren las organizaciones en la implementación de las distintas rutas tecnológicas. Estudios de Tirado (2019); Ortiz, et. al (2018); Dini, et.al (2021) sostienen que las empresas que no innoven tecnológicamente serán superados por la competencia, ya que al estar más actualizadas, destacarían en niveles de satisfacción al cliente y como resultados destacarían en el número de clientes reales; aunque los autores también coinciden en que esto depende mucho de la calidad de información que el departamento de servicio al cliente pueda recibir y clasificar, para de manera inmediata dar solución, esta cadena en el servicio al cliente sigue siendo un importante cuello de botella, que las modernas empresas de servicios deben constantemente superar , para seguir siendo competitivas . Debido a restricciones generadas a partir de Emergencia Sanitaria por Covid 19, la Empresa Eléctrica Pública Estratégica Corporación Nacional de Electricidad, CNEL EP, se encuentra laborando en modalidad mixta, con servicios de atención presencial restringidos y en modalidad de teletrabajo, donde se utiliza herramientas tecnológicas y telefonía; entre las diferentes

actividades remotas que se cumplen se encuentran la de servicio al cliente (Corporación Nacional de Electricidad CNEL. EP, 2021).

Por lo expuesto, el objetivo principal del trabajo se orienta a analizar la influencia de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en la Unidad de Negocios Manabí de CNEL EP, en tiempos de pandemia COVID -19, en el año 2020, lo que permitirá describir los procesos formales en la utilización de las herramientas tecnológicas en el servicio al cliente que emplea la Unidad de Negocios Manabí de CNEL EP, en la actualidad; al mismo tiempo se identificará las fortalezas y debilidades presentes durante la aplicación de estos procesos, lo que mejorará el nivel de satisfacción de los clientes.

Diseño metodológico

El diseño correspondió al transversal descriptivo, retrospectivo y observacional, considerando a usuarios de la Unidad de Negocios Manabí, CNEL EP, atendidos por medio de herramientas tecnológicas durante el año 2020. De acuerdo a Hernández, et. al (2014) el estudio es de tipo descriptivo debido a que la participación del autor es de origen observacional y documental, fundamentado en la compilación de datos, reclamos, tiempo de respuestas, registrados en la base de datos del Departamento de Servicio al Cliente de la organización objeto de análisis, por el tiempo en el que se desarrollaron los hechos es un estudio retrospectivo con una secuencia temporal y de corte transversal (periodo enero - diciembre del año 2020).

El tipo de estudio es cualitativo, ya que se aplicó el análisis de información en documentos digitales en existencia, se complementó con la obtención de diferentes datos provenientes de la observación directa y cuyo objeto es el de conocer, contrastar, concluir y contribuir; al análisis de las diferentes situaciones surgidas dentro del lapso de tiempo considerado en la investigación (Sánchez *et al*, 2018).

Población y muestra

Población

La población considerada para el estudio es de 5.652 usuarios que se encuentran en los registros del Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP. Manabí, que generaron sus reclamos mediante el uso de las herramientas tecnológicas en el año 2020.

Muestra

Se utilizó el método de muestreo probabilístico y aleatorio simple. Al ser la población finita y conocida se utilizó la fórmula propuesta por Roldán y Fachelli (2017), para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

n: el tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

σ : Desviación estándar de la población = 0,5.

Z: niveles de confianza = 1.96

e: Límite aceptable de error de la muestra = 0.05

Una vez sustituido los valores en la fórmula, arrojó 359 usuarios que han realizado reclamos y que serán utilizados como muestra de estudio.

Métodos de investigación

Se utilizó el método analítico sintético, que contribuyó en el logro de los resultados del trabajo, y el lógico deductivo que ayudó en la recopilación de los elementos prácticos del entorno de las herramientas tecnológicas hasta revelar la realidad de lo acontecido en la atención al cliente y el Estadístico utilizado en la elaboración de una matriz de ingreso de información en el Programa Excel 2016 y en el software ATLAS. Ti versión 22, datos necesarios para el posterior análisis e interpretación de los hallazgos.

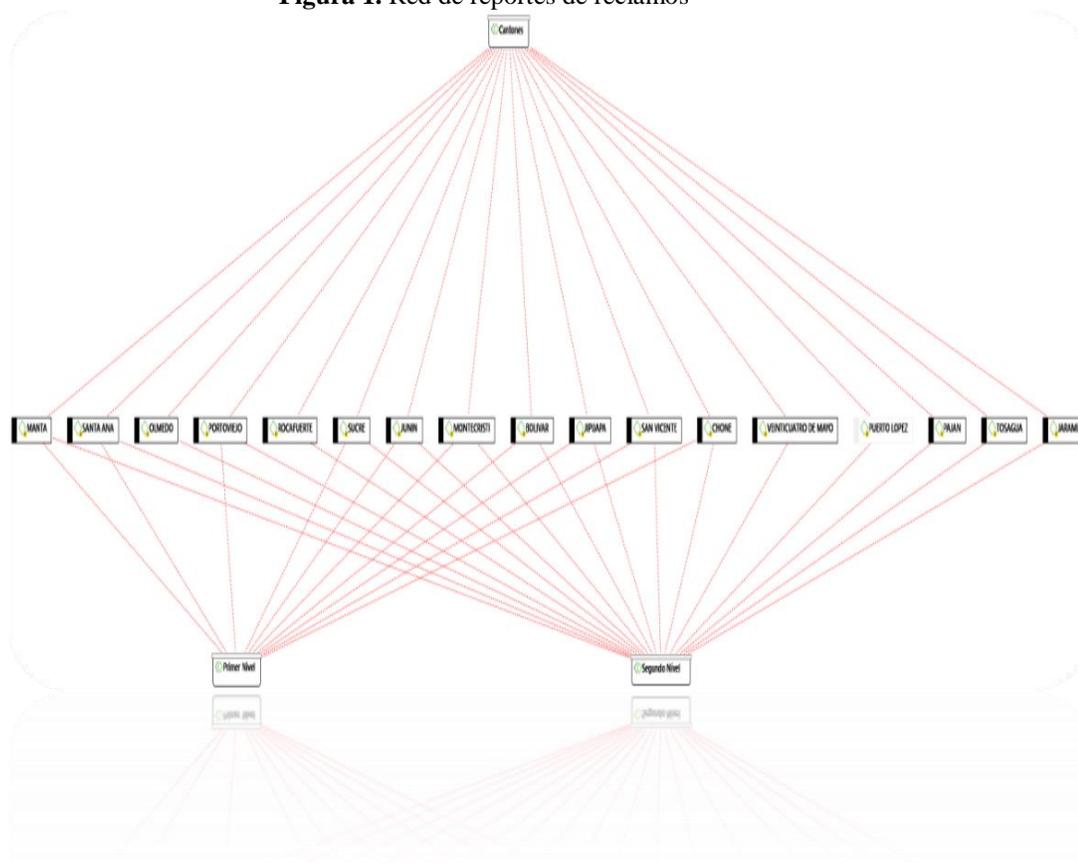
Técnicas, instrumentos y procesamiento de información

Las técnicas de investigación fueron la documental y la observación, los instrumentos son la matriz de recolección de información y guía de observación. Se procesó la información en el software de datos cualitativos ATLAS. Ti versión 22, que apoyó en la organización de 359 reclamos registrados en el Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí para el análisis e interpretación de resultados.

Presentación de resultados

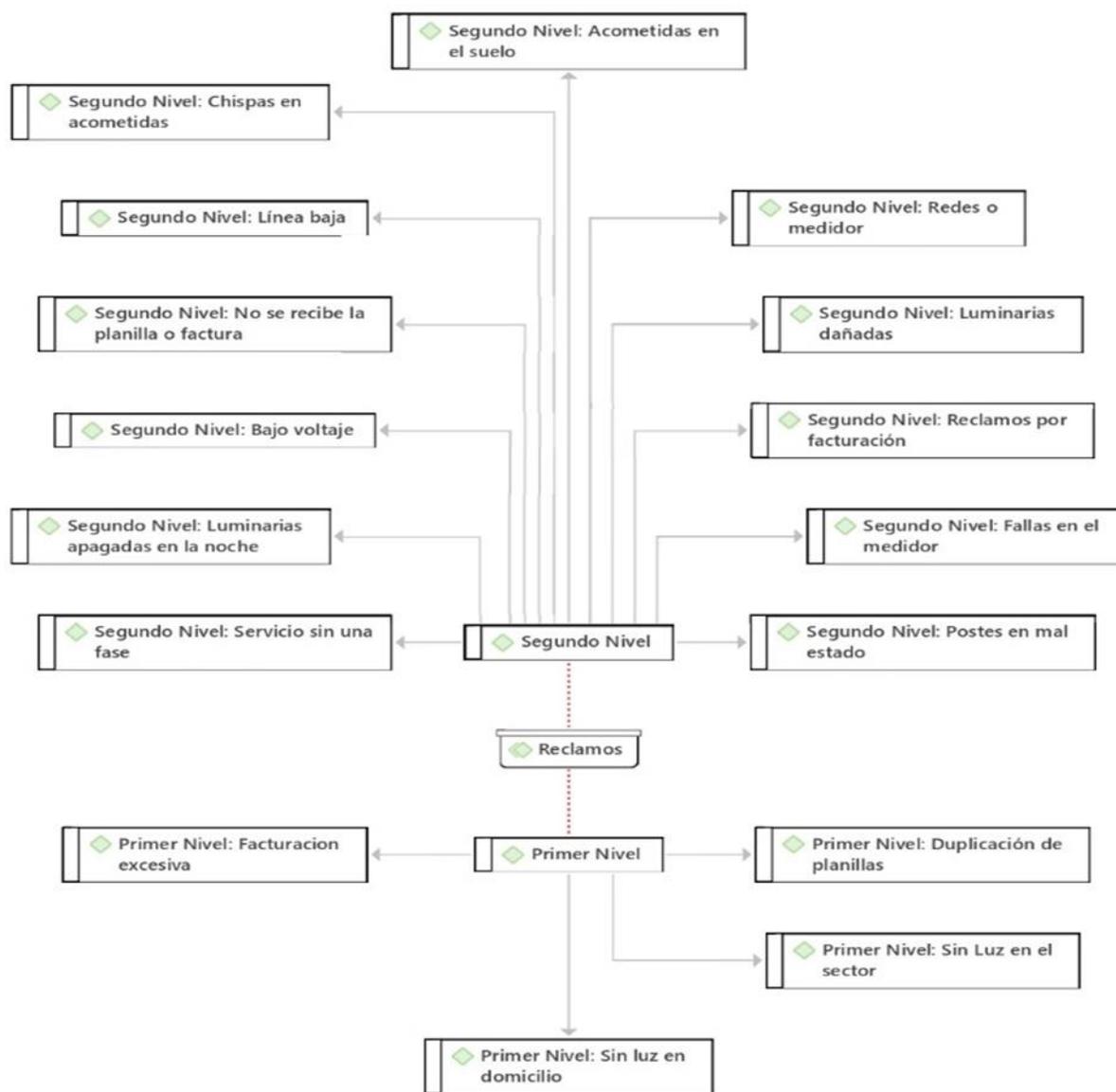
Se presenta los resultados generados por el Software Atlas Ti 22.

Figura 1. Red de reportes de reclamos



Se observa el mapa de 359 reclamos registrados en el periodo enero - diciembre del año 2020, del Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí, recopilados a través de diferentes canales telemáticos, como línea oficial 1800-CNEL EP, videollamadas previamente agendadas, redes sociales como Twitter, Facebook, correo electrónico, y otros. Estos reclamos han sido distribuidos por cantones donde se puede visualizar por medio de redes como surgen los reclamos desde los diferentes cantones y se agrupan por categorías denominadas nivel 1 y nivel 2.

Figura 2. Nivel de reclamos

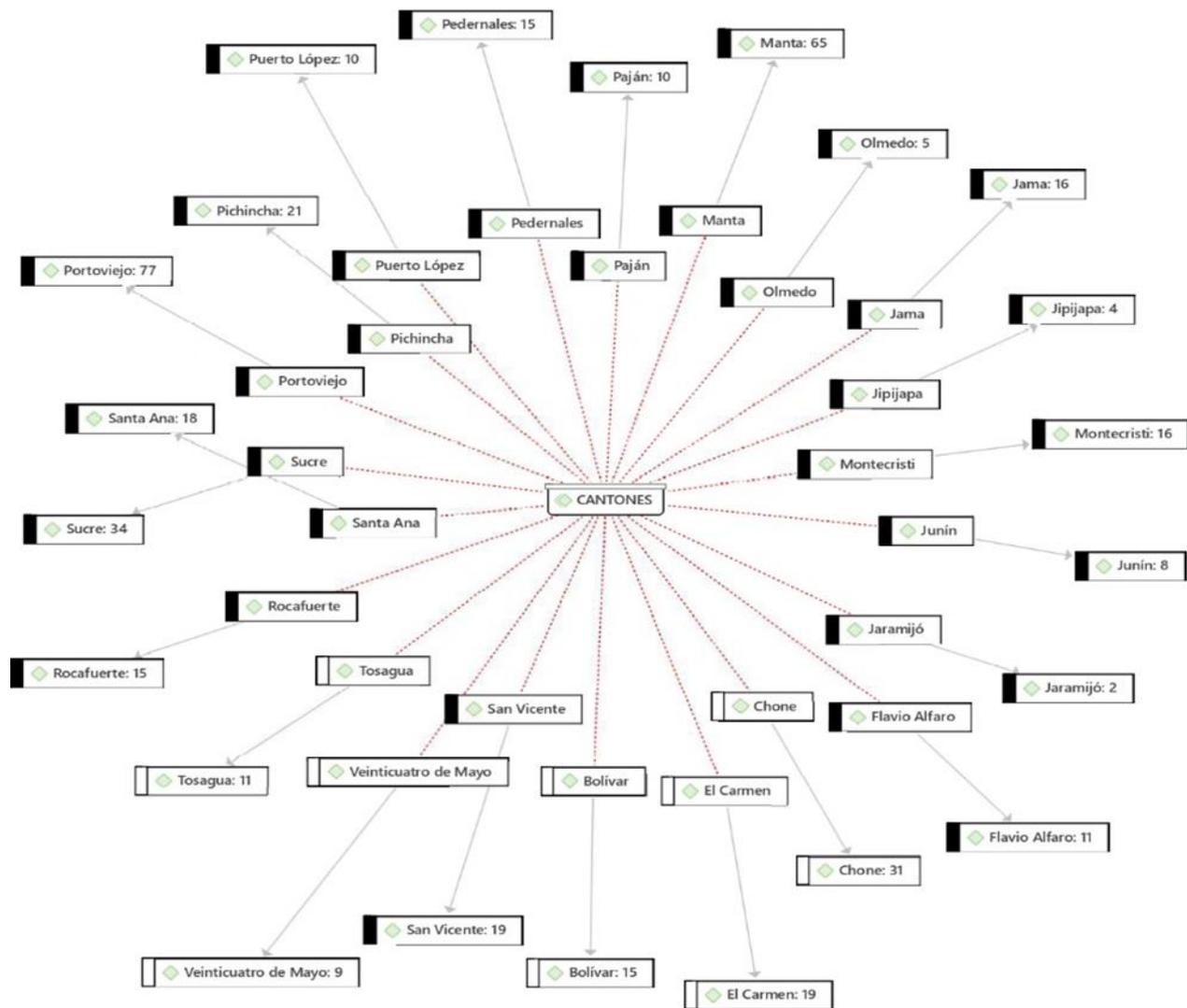


Nota. Se especifica los reclamos por nivel. Elaboración. Autor. Fuente. Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí.

Los reclamos recibidos en CNEL por las diferentes vías telemáticas se los clasifica por nivel de importancia para otorgar una mejor atención al público. Al nivel 1, son los reclamos clasificados como de atención prioritaria o de emergencia (sin luz en domicilio, sin luz en el sector, facturación excesiva, duplicación de planillas) que a la vez se presentan con menor frecuencia, y en el nivel 2 están ubicados los reclamos para identificar si son válidos o no procedentes para

luego seguir con los procesos de dar solución (Acometidas en el suelo, chispas en acometidas, redes o medidor, línea baja, luminarias dañadas, no se recibe la planilla o factura, reclamos por facturación, bajo voltaje, fallas en el medidor, línea en el suelo, luminarias apagadas en la noche, postes en mal estado, servicio sin una fase etc.) que son los reclamos que se presentan más frecuentes.

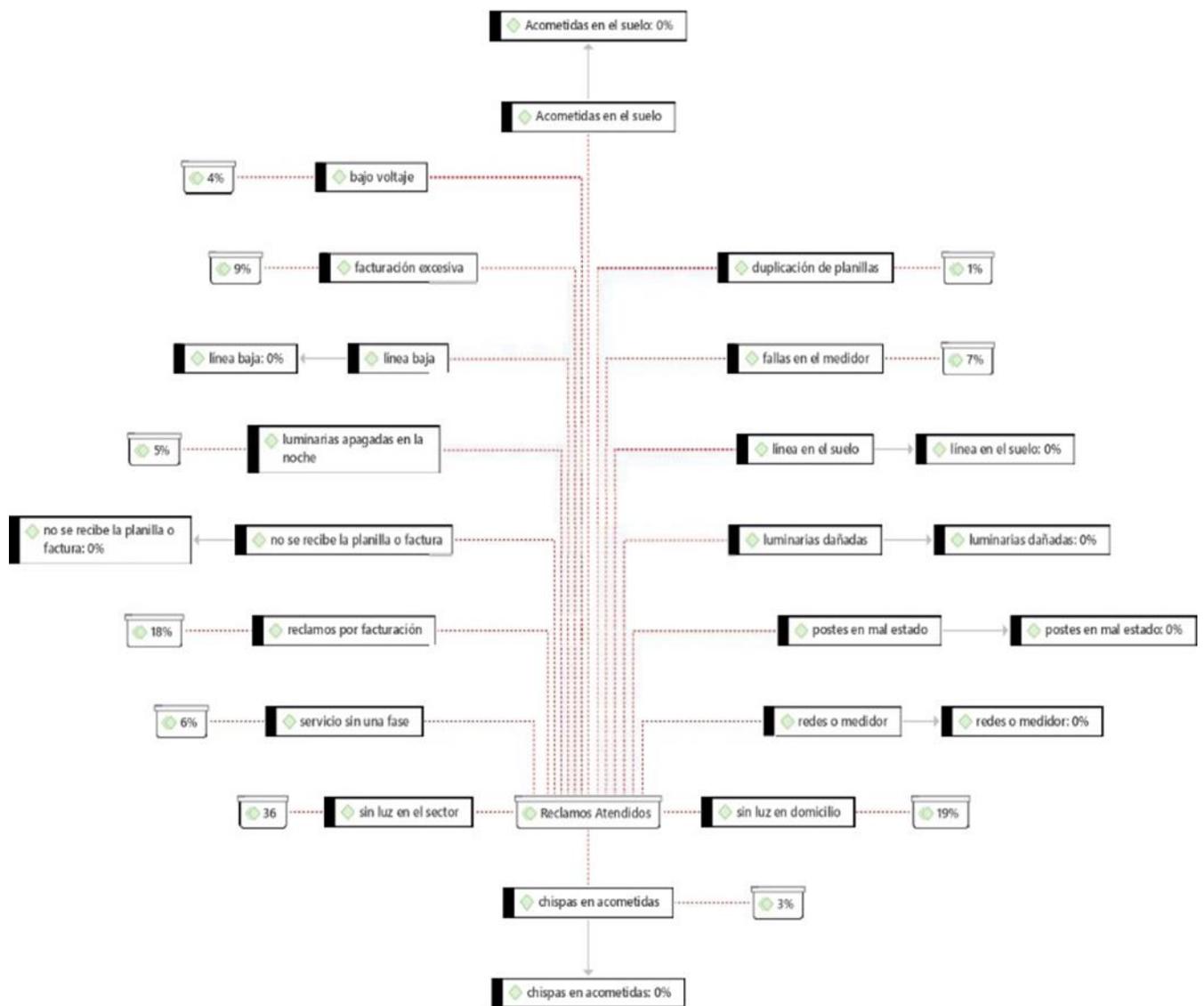
Figura 3. Frecuencias de reclamos por cantones de Manabí.



Nota. Se detalla la frecuencia de reclamos por cantones. Elaboración. Autor. Fuente. Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí.

Se presenta la frecuencia de reclamos por cantones utilizando medios telemáticos, el Cantón Bolívar con 15 reclamos, Chone 31, Jaramijó 2, Jipijapa 14, Junín 8, Manta 65, Montecristi 16, Olmedo 5, Paján 10, Portoviejo 77, Puerto López 10, Rocafuerte 15, San Vicente 19, Santa Ana 18, Sucre 34, Tosagua 11, Veinticuatro de mayo 9. El Carmen 19, Flavio Alfaro 11, Jama 16, Montecristi 16, Pedernales 14, Pichincha 21, Puerto López 10. El lugar donde más se recibió reclamos es el cantón Portoviejo, mientras que el cantón con menos reclamos es el cantón Jaramijó.

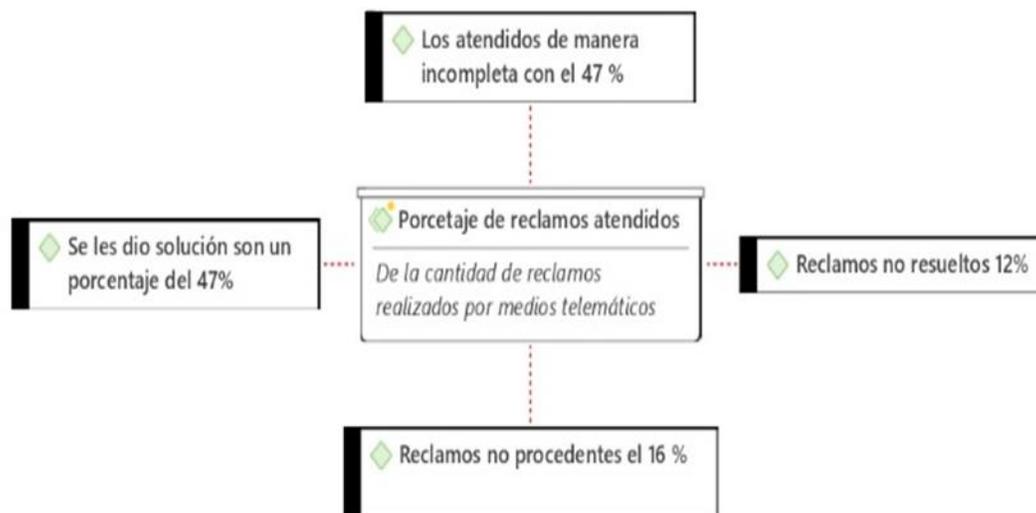
Figura 4. Tipo de reclamos.



Nota. Se especifica los tipos de reclamos. Elaboración. Autor. Fuente. Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí.

Los reclamos más importantes están; acometida en el suelo con el 1%, chispas en acometida el 3%, fallas en el medidor 3%, línea en el suelo 1%, luminaria apagada en el suelo 3%, poste en mal estado 2%, sin luz en sector (cortocircuito) el 36%, vegetación sobre líneas (podar arboles), 6%, bajo voltaje 1%, duplicado de planilla 1%, línea baja 1%, reclamo por facturación 18%, sin luz en domicilio 18%, variación de voltaje 7%. Las fallas en el servicio de luz son los reclamos que más se han realizado.

Figura 5. Porcentajes de reclamos atendidos



Nota. Se especifica los tipos de reclamos. Elaboración. Autor. Fuente. Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí.

De la cantidad de reclamos realizados por medios telemáticos, los atendidos de manera inmediata y que se les dio solución son un porcentaje del 47%; los atendidos de manera incompleta con el 47 %, reclamos no procedentes el 16 %; reclamos no resueltos 12%. Los resultados demuestran que los reclamos realizados por vías telemáticas, brindan más facilidad al cliente ya que por el distanciamiento social derivado de la pandemia Covid 1 ha impuesto múltiples limitaciones para reclamar personalmente, así mismo es ventajoso para CNEL el dar trámite a quejas y reclamos aprovechando las herramientas tecnológicas y la conectividad para otorgar solución inmediata ahorrando recursos de tiempo, financieros y humanos.

Resultados de la observación

Se presenta los resultados de la observación sistemática aplicada durante siete días. De manera objetiva y rigurosa se observó el contexto de cómo se reciben y procesan los reclamos recibidos mediante herramientas tecnológicas.

Tabla. 1. Observación al contexto del departamento de reclamos y quejas

DÍAS	CRITERIOS DE OBSERVACIÓN	RESULTADOS
1	Se cuenta con infraestructura tecnológica de acuerdo a estándares de tecnología innovadora.	Se pudo observar que la empresa cuenta con una estructura física cómoda y tecnología de punta (oficinas, equipos de última generación, softwares instalados) suficiente para dar atención permanente a los usuarios.
2	La empresa está organizada con personal adecuado (Conocedores del manejo de herramientas tecnológicas)	Se observa buena organización del personal, algunas veces se acercaron personas disgustadas porque no les habían dado trámite a sus reclamos telemáticos, enseguida se les atendió y se procuró dar solución al reclamo.
3	Se percibe la suficiente capacidad de respuesta en los reclamos	De manera general se procura atender todos los reclamos por vías telemáticas, muy pocas veces se citan las personas a oficina cuando el caso lo amerita. Por otro lado, también hay personas que se acercan presencialmente porque no se les ha dado trámite al reclamo por vías telemáticas, situación que se trata de solucionar en el momento atendiendo a la persona y dándoles una explicación oportuna. Se observa que la mayor parte de los reclamos se resuelven sin necesidad de otros reclamos.
4	Se da mayor relevancia a los reclamos presenciales o a los telemáticos	Se encuentran trabajando organizadamente y procuran dar atención a todos los reclamos por igual, aunque hay uno que otro caso que no se soluciona, pero es debido a inconsistencias o no es procedente el reclamo, de esto suceder se envía un mail, o explicación por la misma vía en que fue puesto el reclamo.
5	Se envía inmediatamente algún mensaje de receptación de reclamos	Actualmente no están implementando este servicio, lo que si se envía es un correo cuando ya se ha solucionado el reclamo.
6	Se canaliza rápidamente los reclamos entre los departamentos encargados.	Se; cuenta con un sistema que da trámite a los reclamos apenas se reciben y cuando no pueden ellos lo deben canalizar al departamento especializado para que se encarguen de darle trámite pertinente.

7	Las personas envían el mismo reclamo más de una vez o hacen llegar mensajes de agradecimiento.	Se ven casos que envían más de un reclamo del mismo problema o que se cansan de esperar y se acercan personalmente, aunque en realidad son pocos, la mayor parte de casos se solucionan al instante, y muchas veces envían mensajes de agradecimiento por el servicio otorgado.
---	--	---

Nota. Se describe los resultados de la guía de observación aplicada en el Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí. Elaboración. Autor. Fuente. Departamento de Servicio al Cliente de CNEL EP Manabí

Discusión de resultados

Los resultados del presente análisis permitieron obtener una visión cercana del contexto en que se manejan los reclamos por vía telemática y cómo influyen las herramientas tecnológicas en la atención al cliente. Se pudo obtener que existe marcado nivel de compromiso del departamento de atención al cliente para resolver de manera inmediata los reclamos. Los reclamos (359 registrados en el periodo enero - diciembre del año 2020), los mantienen clasificados en dos niveles, nivel uno los de atención inmediata por ser urgentes y la categoría dos, que se estudian para ver la viabilidad de los mismos y derivar a los diferentes departamentos, pero que igualmente se procura con la ayuda de la tecnología instalada con este propósito, dar solución inmediata, existiendo buen porcentaje de reclamos a los que se le ha dado curso positivo. Resultados diferentes describió en su estudio Triviño (2019), quien realizó una serie de entrevistas sobre el uso de herramientas tecnológicas en el área de atención al cliente en el sector público, los resultados evidenciaron alta insatisfacción de los usuarios con el servicio.

Otros resultados de este estudio hacen referencia a que en el cantón Portoviejo se recibió más reclamos y Jaramijó es el cantón con menos cantidad, mientras que las fallas en el servicio de luz son los reclamos más frecuentes. Se observó que los reclamos ejecutados por vías telemáticas, ofrecen más facilidad al cliente ya que por el distanciamiento social por pandemia Covid 19 limita reclamos personales; esta situación ha hecho que la empresa aproveche las herramientas tecnológicas en la atención al cliente, ahorrando tiempo y recursos humanos. Estos resultados coinciden con lo expresado por Aranzamendi (2022) que en contexto de emergencia sanitaria y post Covid 19, las empresas han necesitado seguir siendo operativas, otorgando servicios y generando ingresos, para esto han debido de utilizar la infraestructura tecnológica y las herramientas digitales que hasta el momento se contaba. En la empresa estudiada se comprobó

que las acciones desarrolladas se han adaptado a productos o servicios tecnológicos con que ya se contaba, al igual que CNEL, otorgando un servicio al cliente eficiente; aunque existe la necesidad de seguir desarrollado e implementado herramientas tecnológicas cada vez más avanzadas.

Finalmente, cabría discutir si CNEL E.P, durante la emergencia sanitaria ha estado cumpliendo con estándares de innovación tecnológica, atención inmediata a los reclamos servicio al cliente eficiente y humanista. De acuerdo con Gutiérrez (2020) se debe de recordar que en referencia a los servicios basados en herramientas informáticas no se pueden obtener resultados de manera aislada, se deben tratar conforme a entornos de estrategias globales fundamentada en evidencia científica, valorando dimensiones de eficacia, eficiencia y organización además de los recursos tecnológicos de última generación necesarios para desarrollar el trabajo. Sin embargo, las empresas que han debido de enfrentar la pandemia sin suficientes recursos tecnológicos han tenido más problemas a la hora de brindar un buen servicio al cliente; según el Banco de Desarrollo de América Latina (2021) aparte de algunas brechas que aún subsisten en el sistema gubernamental a la que las empresas públicas están sujetas y que deberán subsanarse para seguir otorgando un servicio de calidad y eficiencia.

Conclusiones

De acuerdo con el objetivo general planteado y al análisis desarrollado se concluye que en el manejo de reclamos vía telemática existe evidente compromiso para dar solución a los contratiempos generados en el servicio de atención al cliente. Para lograr lo anterior la empresa está manejando los reclamos divididos en dos segmentos, nivel 1 (atención inmediata) y nivel 2 (que deben ser estudiados para ver la viabilidad de los mismos y derivar a los diferentes departamentos).

Se procura con la ayuda de la tecnología instalada otorgar breve solución a los reclamos, siendo el cantón Portoviejo donde se recibió más reclamos y Jaramijó con menos cantidad, las fallas en el servicio de luz son los reclamos más frecuentes; en conjunto los reclamos ejecutados por vías telemáticas, ofrecen más facilidad en la obtención de resultados. Debido al distanciamiento social por pandemia Covid 19 están limitados los reclamos personales, por lo que la empresa ha aprovechado las herramientas tecnológicas para atender al cliente, ahorrando tiempo y recursos humanos en el procesamiento de los reclamos.

La observación aplicada el contexto del departamento de atención al cliente, establece que en CNEL EP la influencia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente es positiva, en parte porque la empresa ya contaba con una buena infraestructura tecnológica antes de la declaratoria de emergencia sanitaria. Evidentemente quedan muchas cosas por lograr; como disminuir la cantidad de usuarios que envían la misma queja por no ser atendidos a tiempo o que el departamento envíe mensajes informando que el reclamo ha sido receptado, así como apostar a la innovación tecnológica constante ya que debe seguir mejorando el servicio otorgado.

Referencias

1. Álvarez, F. A. (2015). *Implementación de nuevas tecnologías : valuación, variables, riesgos y escenarios tecnológicos*. San Salvador: UFG Editores. <https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Alvarez2015Implementacion.pdf>
2. Aranzamendi, H. A. (2022). El Rol de la Tecnología en el nuevo contexto de COVID-19. *Hugo Alvarez Aranzamendi*, (1) 1-24.
3. Banco de Desarrollo de América Latina . (2021). El impacto de la digitalización para reducir brechas y mejorar los servicios de infraestructura. *Corporación Andina de Fomento*, (1)5-141.
4. Corporación Nacional de Electricidad CNEL. EP. (2021). Balcón de servicios CNEL. EP. *Sitio web Nacional*. <https://www.cnelep.gob.ec/>
5. Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes Elementos para el diseño de políticas. *Publicación de las Naciones Unidas*, (1)1-61.
6. Gutierrez, J. J. (2020). El uso de tecnologías en la lucha contra el covid 19. *Agencia Española de protección de datos de la Unidad de Evaluación y Estudios*, (1)a-16.
7. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2021). Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). *Sitio web nacional*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-empresas/>
8. Organización Internacional del Trabajo OIT. (2020). El uso de tecnologías en los Servicios Públicos de Empleo mejora su prestación de servicios. *Sitio web mundial*. https://www.ilo.org/emppolicy/pubs/WCMS_764250/lang--es/index.htm

9. Ortiz, J. P., Ricardo, C. I., & Raúl, P. S. (2018). Aplicación de herramientas de comercio electrónico y estrategias de marketing digital para impulsar la comercialización en la industria casera. *Instituto Tecnológico de Orizaba*, (1)1-6.
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/11/15CA201801.pdf>
10. Roldán, P. L., & Fachelli, S. (2017). Metodología de la investigación social cuantitativa. *Universitat Autònoma de Barcelona*, (1)1-64.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
11. Tirado, F. F. (2019). Eficacia de las herramientas digitales y posicionamiento de marca en la empresa procesadora de alimentos y bebidas tarapoto S.A.C. *Universidad César Vallejo*, (1) 1-67.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28641/Flores_TF.pdf
12. Triviño, A. C. (2019). Perspectivas de mejora de servicio al cliente de empresas públicas de Manabí. *Universidad Politécnica Salesiana*, (1)1-22.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17454/1/UPS-GT002690.pdf>