

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



TRABAJO DIRIGIDO

**“Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los Servicios de
SEDEGES –Pando”**

Estudiante: Viviana Micheli Montero Dominguez

Tutor: Ing. Andrea Nicole Arroyo Duran

Cobija - Pando - Bolivia

2023

LISTADO DE AUTORIDADES

M.s.c. Franz Navia Miranda

RECTOR

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

M.s.c. Oscar Melgar Saucedo

VICERRECTOR

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

M.s.c. Sergio Condori Crispín

DECANO

ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

Ing. Carlos Martin Benquique Claire

DIRECTOR

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Dedicatoria

El Presente trabajo lo dedico con amor y cariño.

En primer lugar, a Dios por haber depositado la confianza en mí y haberme guiado y acompañado todo el proceso de cada paso que di, cuidándome y dándome fuerzas para seguir adelante y continuar con mis metas y no abandonarme cuando más lo necesité.

A mi madre Doris Domínguez Ecuari y mi Padre Remberto Montero Rocha y a mis hermanos por darme el apoyo y los consejos de no rendirme y concluir con mis estudios.

A mi hija Alice Mishel por darme fortaleza y su amor y ser mi inspiración, confianza para culminar mis estudios y poder darle un buen ejemplo a seguir te amo hija con todo mi ser.

A mi compañero de vida Mauricio Oliver que, a pesar de todo, me diste el apoyo en estos 5 años de estudio, estuviste acompañándome y dándome ánimos muchas gracias.

A mi tía Ibania que está en el cielo, en los últimos días de estudio me dio su apoyo.

A todos mis seres queridos se los dedico por todo el apoyo siempre los mantendré en mi corazón.

Agradecimiento

A Dios por ser mi compañero, mi guía, mi fortaleza y darme todo lo que tengo y no abandonarme nunca.

A la Ing.Co. Nicole Andrea Arroyo Duran por asesorarme en este camino de culminación de este documento, y por compartir sus conocimientos conmigo.

A todo el personal del SEDEGES-PANDO, a la Directora de la Institución Leyna Alvarez Suarez por su apoyo, colaboración y por compartir sus conocimientos en el transcurso de este proceso de trabajo.

A todos los Docentes de la Carrera Ingeniería Comercial que en el transcurso de estos 5 Años han impartido sus conocimientos en Especial a la Ing. Claudia Gamarra por brindarme el apoyo y la guía de mi trabajo.

A todos mis tribunales por su tiempo consejos y recomendaciones en el proceso de corrección.

Al Culminar con el Presente trabajo, quiero expresar mi profundo agradecimiento a quienes formaron parte de mi aprendizaje en todo este proceso, quienes me dieron su ayuda y comprensión, me dieron aliento y ánimos para culminar mis metas.

Índice

1. Resumen ejecutivo	1
1.1. Abstract	2
2. Antecedentes	3
2.1. Título del Trabajo	3
2.2. Institución	3
3. Justificación del trabajo	5
3.1. Descripción del Problema	5
3.2. Formulación del Problema	5
3.3. Justificación del Problema	6
4. Objetivos	7
4.1. Objetivo General	7
4.2. Objetivos Específicos	7
5. Alcance del trabajo	8
6. Resultados previstos	9
7. Marco conceptual	10
7.1. Sistema	10
7.2. Información	11
7.3. Marketing	12
7.4. Sistema de Información de Marketing	13
7.5. Proceso	14
7.6. Procedimiento	14
7.7. Institución pública	15
7.8. SEDEGES.	15
7.9. Servicios	16
7.10. Servicios Sociales	16
7.11. Atención al cliente	16
7.12. Usuarios	17

7.13. Personal	17
7.14. Bien social	17
7.15. Base de datos	18
7.16. Archivos	18
7.17. Productividad laboral	19
7.18. Eficacia	19
7.19. Encuesta	19
7.20. Matriz FODA	20
7.21. Cadena de Valor	20
8. Metodología	22
8.1. Tipo de investigación	22
8.2. Método	22
8.3. Línea de investigación	22
8.4. Universo o Población	23
8.5. Tamaño de la muestra	24
8.5.1. Selección y distribución de la muestra	25
8.6. Técnica e instrumentos	26
9. Diagnóstico o situación inicial de la institución	28
9.1. SEDEGES Pando	28
9.1.1. Misión, Visión, Valores.	30
9.1.2. Organigrama de SEDEGES PANDO	32
9.2. Matriz FODA	34
9.2.1. Fortalezas	34
9.2.2. Oportunidades	34
9.2.3. Debilidades	35
9.2.4. Amenazas	35
9.3. Cadena de Valor	35
9.4. Resultado e interpretación de las encuestas realizadas al personal de SEDEGES Pando.	37
10. Descripción del trabajo ejecutado	44
11. Propuesta central	47

11.1. Beneficiarios	48
11.1.1. Beneficiario directo	48
11.1.2. Beneficiario indirecto	48
11.2. Conformación del Sistema de Información de Marketing	49
11.2.1. Análisis de información	50
11.2.2. Datos internos	58
11.2.3. Investigación de marketing	61
11.2.4. Información estratégica de marketing	61
12. Evaluación y resultados	64
13. Conclusiones y recomendaciones	66
Bibliografía	68
Anexo	72

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de la muestra	25
Tabla 2. Porcentaje de conocimiento sobre la identidad de SEDEGES Pando	37
Tabla 3. Tiempo de antigüedad del personal de SEDEGES Pando	38
Tabla 4. Porcentaje de la estructura organizacional de SEDEGES Pando	39
Tabla 5. Existencia de un desactualizado movimiento de datos	40
Tabla 6. Manejo de datos en SEDEGES Pando	41
Tabla 7. Índice de conocimiento sobre el Sistema de Información de Marketing	42
Tabla 8. Porcentaje de aceptación de la propuesta basado en un SIM	43

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación SEDEGES Pando. tomada de google maps.	23
Figura 2. SEDEGES Pando, Fotografía de la institución.	28
Figura 3. Áreas del servicio de SEDEGES Pando.	29
Figura 4. Logotipo de SEDEGES Pando	30
Figura 5. Organigrama de SEDEGES Pando	32
Figura 6. Matriz FODA. Tomada de UNE, 2023.	34
Figura 7. Cadena de valor. Tomada de UNE, 2023	35
Figura 8. Porcentaje de conocimiento sobre la identidad de SEDEGES Pando	37
Figura 9. Tiempo de antigüedad del personal de SEDEGES Pando	38
Figura 10. Porcentaje de la estructura organizacional de SEDEGES Pando	39
Figura 11. Existencia de un desactualizado movimiento de datos	40
Figura 12. Manejo de datos en SEDEGES Pando	41
Figura 13. Índice de conocimiento sobre el Sistema de Información de Marketing	42
Figura 14. Porcentaje de aceptación de la propuesta basado en un SIM	43
Figura 15. Descripción del trabajo ejecutado	44
Figura 16. SEDEGES Pando. Tomada de SEDEGES Pando, 2023.	47
Figura 17. Esquema	49
Figura 18. Sistema de Información de Marketing. Tomada Michael Porter.	50
Figura 19. CODEPEDIS	52
Figura 20. Centro rehabilitación Miky Maia	52
Figura 21. Centro día del adulto mayor Cobija	53
Figura 22. Centro de Día adulto mayor Porvenir	54
Figura 23. Centro de Reintegración Social Para Adolescentes con Responsabilidad Penal	54
Figura 24. Propuesta de un flujograma de procesos para los servicios de SEDEGES Pando	56
Figura 25. Propuesta de planilla para la base de datos	58
Figura 26. Propuesta de planilla para la base de datos	59
Figura 27. Propuesta de planilla para la base de datos	59
Figura 28. Propuesta de planilla para la base de datos	60

Figura 29 Propuesta de planilla para la base de datos	60
Figura 30. Página de facebook de SEDEGES Pando	62
Figura 31. Propuesta de flyer motivacional.	63
Figura 32. SEDEGES Pando	72
Figura 33. SEDEGES Pando	72
Figura 34. Recopilación de datos	76
Figura 35. Recopilación de datos en SEDEGES Pando	76
Figura 36. Recopilación de datos en SEDEGES Pando	77
Figura 37. Recopilación de datos en SEDEGES Pando	77
Figura 38. Recopilación de datos en SEDEGES Pando	78
Figura 39. Recopilación de datos en SEDEGES Pando	78
Figura 40. Modelo de la encuesta	79
Figura 41 Recopilación de datos en SEDEGES Pando	80
Figura 42 Recopilación de datos en SEDEGES Pando	80
Figura 43 Recopilación de datos en SEDEGES Pando	81
Figura 44 Registro de los participantes del grupo Focal	81
Figura 45 Recopilación de datos en SEDEGES Pando	82
Figura 46 Recopilación de datos en SEDEGES Pando	82

1. Resumen ejecutivo

La institución de SEDEGES Pando se dedica a la prevención, protección y atención integral de las familias bolivianas, por ende, a las familias de la ciudad de Cobija y del departamento de Pando, con el presente Trabajo dirigido se pudo identificar el problema que posee dicha institución, no tiene una base de datos actualizada y por consiguiente no existe un manejo adecuado y ordenado de su documentación de todos los servicios en este sentido los beneficios que ofrece al departamento de Pando. El objetivo general en el actual documento: Elaborar una propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los Servicios de SEDEGES -Pando, con la finalidad de lograr un buen manejo de la información haciendo uso de procesos establecidos que tienen una entrada y una salida dentro del diseño del flujograma general para los servicios, y de esta manera pueda existir una buena toma de decisiones por parte de la dirección.

Al desarrollar el SIM se tomó en cuenta sus cuatro componentes: El análisis de información, datos internos, investigación de marketing e información estratégica de marketing, los cuales ayudarán a un mejor movimiento de información de los servicios de SEDEGES con la única finalidad de que exista una buena toma de decisiones y lograr mayor eficacia laboral dentro de la institución.

En conclusión, se logró elaborar un Sistema de Información de Marketing para los servicios de Centro Acogida de Niño, Niña y Adolescente, Centro Acogida del Adulto Mayor, CODEPEDIS, Centro de Rehabilitación MIKY MAIA, Centro Día del Adulto mayor Cobija, Centro Día del Adulto mayor Porvenir, Centro de Reintegración y orientación Para adolescentes con responsabilidad Penal de SEDEGES Pando.

Palabras clave: SIM, servicios, Proceso, eficacia

1.1. Abstract

The institution of SEDEGES Pando is dedicated to the prevention, protection and comprehensive care of Bolivian families, therefore, to the families of the city of Cobija and the department of Pando, with this directed work it was possible to identify the problem that said institution, does not have an updated database and therefore there is no adequate and orderly management of its documentation of all the services in this sense the benefits offered to the department of Pando. The general objective in the current document: Prepare a proposal for a Marketing Information System for SEDEGES -Pando Services, in order to achieve good information management using established processes that have an input and an output within of the design of the general flowchart for the services, and in this way there can be a good decision-making by the management.

When developing the SIM, its four components were taken into account: Information analysis, internal data, market research and strategic marketing information, which will help a better movement of information from SEDEGES services with the sole purpose of having it exist. good decision-making and achieve greater work efficiency within the institution.

In conclusion, it was possible to develop a Marketing Information System for the services of the Reception Center for Boys, Girls and Adolescents, Reception Center for the Elderly, CODEPEDIS, MIKY MAIA Rehabilitation Center, Day Center for the Elderly Cobija, Day Center for Adults Mayor Porvenir, Reintegration and Guidance Center for adolescents with criminal responsibility of SEDEGES Pando.

Keywords: SIM, services, Process, efficiency

2. Antecedentes

2.1. Título del Trabajo

Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los Servicios de SEDEGES – Pando.

2.2. Institución

Nombre de la institución

Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES-PANDO), Dependiente de la Secretaria de Desarrollo Humano y Social Del Gobierno Autónomo Departamental de Pando.

Naturaleza o campo de acción de la institución

El Servicio Departamental de Gestión Social SEDEGES, es una institución desconcentrada y de coordinación que depende del Gobierno Autónomo Departamental de Pando, siendo su labor principal la atención de la niñez , adolescencia, mujeres en situación de violencia , adolescentes de víctimas de trata y tráfico, infractores con la ley, adultos mayores y personas con discapacidad en el marco de la restitución de sus derechos, involucrados a la familia y comunidad en los procesos de rehabilitación funcional e inclusión social para el fortalecimiento de la redes de apoyo social y de esa forma reafirmar las condiciones de libertad respeto dignidad, equidad y justicia (Sedeges, 2020)

Principal ejecutivo de la institución

Leyna María Álvarez Suarez, Directora

Dirección de la institución – calle, teléfono, web, etc.

El Servicio Departamental de Gestión Social (SEDEGES), se encuentra ubicado en la Calle Tarija, N°072, Barrio Villa Montes. Teléfono: 842-2207, Municipio de Cobija del Departamento Pando.

Importancia social de la institución

SEDEGES, tiene como misión fundamental aplicar normas y políticas sociales referidas a niños, niñas, adolescentes, adultos mayores, personas con discapacidad a través de programas de prevención, protección y atención integral con las competencias de género, generacional y servicios sociales mediante el apoyo técnico a las instancias responsables y la supervisión del cumplimiento de los objetivos y resultados propuestos, así como la de coordinar los programas y proyectos en materia de gestión social. Al amparo de las disposiciones legales, el SEDEGES brinda estos servicios, reportando resultados positivos en la autoestima personal y capacitación simultánea para mejorar la calidad de vida de estos sectores vulnerables de nuestra población.

Nombre del profesional a cargo del proyecto, programa o actividad en que participa el universitario

Lic. Maria Paula Heredia Sarah

Cronograma de Actividades

De 4 a 6 Meses aproximadamente se desarrollará diferentes actividades como ser: Coordinar con el Director de SEDEGES, elaborar y aplicar instrumentos de recopilación, indagar por medio de revisión bibliográfica (el ser y el saber de SEDEGES), sistematizar y analizar los datos recabados.

3. Justificación del trabajo

3.1. Descripción del Problema

SEDEGES es una institución pública del Estado Plurinacional de Bolivia dedicada a la prevención, protección y atención integral de las familias bolivianas, por ende, a las familias de la ciudad de Cobija y del departamento de Pando. Es esencial que el SEDEGES pueda emplear un Sistema de Información de Marketing para que de esta manera el personal y los usuarios conozcan los procedimientos de la información y documentación. No obstante, ayudara a lograr un buen manejo de la información para una buena toma de decisiones y así lograr mayor eficacia laboral.

El problema central radica en que la institución SEDEGES no tiene una base de datos actualizada y por consiguiente no existe un manejo adecuado y ordenado de su documentación de todos los servicios en este sentido beneficios que ofrece al departamento de Pando.

3.2. Formulación del Problema

A continuación, se plantea la formulación del problema en forma de pregunta.

¿Será que a través del Sistema de Información de Marketing se podrá influir de manera positiva al aumento de eficacia laboral en SEDEGES Pando?

Se considera que en algunas ocasiones las personas que desean adquirir los servicios o beneficios de SEDEGES Pando no tienen un conocimiento claro sobre los procesos que deben realizar, de la misma manera el personal de SEDEGES Pando no conoce el manejo y los procesos de documentación.

3.3. Justificación del Problema

El presente trabajo permitirá aportar conocimientos sobre los usos de Sistema de Información de Marketing, Asimismo es un aporte para mejorar los servicios de la institución y será de gran ayuda para otras instituciones públicas y mejorar los servicios a los usuarios.

Al desarrollar la propuesta del Sistema de Información de Marketing permitirá una mejora en la organización de la institución, generando conocimientos válidos y confiables para otras instituciones y la misma institución.

La atención de información del Servicio Departamental de Gestión Social es escasa y de acuerdo a las encuestas, el personal de la institución no conoce los servicios de atención que realiza la institución SEDEGES Pando, Asimismo la población no conoce el trabajo que viene desarrollando SEDEGES, ni cuáles son los servicios o beneficios que ofrece., Es por eso que el Sistema de Información de Marketing es importante para la institución SEDEGES, y para la sociedad en general del departamento de Pando. Para que de esta manera puedan conocer los servicios de la institución SEDEGES Pando ya que aportan un bien social., Y para la toma de decisiones se necesita de información veraz sobre el estado de la institución y de esta manera desarrollar eficacia laboral.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Elaborar una Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los servicios de SEDEGES Pando.

4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de la Institución SEDEGES Pando.
- Realizar una encuesta para saber el nivel de conocimiento del personal de SEDEGES Pando.
- Diseñar un flujograma de proceso de información basado en el Sistema de Información de Marketing para lograr una mayor eficacia laboral.

5. Alcance del trabajo

El alcance en el presente trabajo dirigidos es elaborar una Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para SEDEGES Pando.

6. Resultados previstos

Los resultados previstos que se pretende tener por medio de la propuesta de un Sistema de Información de Marketing en SEDEGES Pando pueda existir un mejor movimiento de procesos en la información para la buena toma de decisiones y de esta manera lograr mayor eficiencia y productividad laboral a través de:

- Que exista una mejora continua en SEDEGES Pando.
- Que el personal tenga conocimiento sobre los procesos de información adecuado que tenga una entrada y una salida.
- Los procesos queden debidamente documentados.
- Con la ayuda del flujo de procedimientos y procesos generales basado en el SIM se puede desempeñar actividades y tareas adecuadas por toda la unidad que conforman la institución SEDEGES Pando.

7. Marco conceptual

7.1. Sistema

Al expresar la definición de un sistema, hace referencia a la unión de partes o componentes, conectados en una forma organizada. La unión de partes hace algo (muestra una conducta dinámica como opuesto a permanecer inerte). Además, un sistema puede existir realmente como un agregado natural de partes componentes encontradas en la naturaleza, o ésta puede ser un agregado inventado por el hombre, una forma de ver el problema que resulta de una decisión deliberada de suponer que un conjunto de elementos está relacionado, y constituyen una cosa llamada “un sistema”. (Uzueta, 2019),

Un proceso puede definirse como todo aquello que las organizaciones hacen orientadas al cliente y con el fin de conseguir sus objetivos. Es a través de los procesos que las empresas alcanzan sus objetivos y el talento humano se encamina para lograrlos. Muchos procesos en empresas de servicios pueden conceptualizarse como un proyecto, ya que tienen muchas características de estos, es decir, los momentos de la verdad ocurren una sola vez, tienen una fecha de inicio y una fecha de conclusión, congregan recursos, se componen de tareas, tienen un responsable y, sobre todo, deben generar resultados concretos. Estos «proyectos» se implementan en la empresa mediante las estructuras matriciales; cuando estas se forman, es preciso asignar a un responsable que debe cumplir las siguientes funciones (Stafford, 2023),

- Integrar a las personas que van a trabajar en el proceso (proyecto) definido.
- Administrar los recursos asignados; asignar las tareas y controlar los costos.
- Administrar la calidad del proceso.
- Hacer que se cumplan los plazos del proceso.

- Dirigir a las personas que se encuentran dentro del proceso y poner énfasis en el talento de estas.

7.2. Información

La información es el nombre por el que se conoce un conjunto organizado de datos procesados que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje. Existen diversos enfoques para el estudio de la información:

- En biología, la información se considera como estímulo sensorial que afecta al comportamiento de los individuos.
- Múltiples son las definiciones que se encuentran presentes a la hora de la determinación de su contenido. Según Ivis Goñi Camejo «la información no se ha definido solo desde el punto de vista matemático o técnico; su conceptualización abarca enfoques filosóficos, cibernéticos y otros, basados en las denominadas ciencias de la información.»
- En comunicación social y periodismo, se toman como un conjunto de mensajes intercambiados por individuos de una sociedad con fines concretos.
- En bibliotecología, la información, junto con los datos, el conocimiento y la sabiduría, es uno de los constituyentes del continuo que permite la toma de decisiones (Herrera, 2023)

La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento. Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano. (Sanchez, 2022)

7.3. Marketing

El marketing es definido como un proceso social y gerencial; en el aspecto social los individuos y grupos crean intercambios de productos y valores con otros, con la finalidad de obtener lo que necesitan y desean, no obstante es tomada como una disciplina compuesta por un conjunto de estrategias y métodos (Zamura, 2019)

El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. El marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente (Kotler, 2023)

Marketing es una disciplina compuesta por un conjunto de estrategias y métodos que se elaboran en torno a la promoción y venta de un producto o servicio. La palabra marketing deriva del inglés, que en español se traduce como mercadotecnia. El marketing abarca el estudio y análisis tanto del mercado como de los consumidores. Asimismo, también evalúa cuáles son las gestiones comerciales más recomendadas para ofrecer un producto o servicio, captar la atención del consumidor y alcanzar su fidelización con la marca o empresa (Kotler, 2023)

El marketing promueve los procesos de intercambio, en el cual, se logra la satisfacción , tanto para el productor como para el consumidor, por lo tanto, una de las tareas más importantes del marketing es identificar las necesidades y deseos que existen en el mercado, para luego, satisfacerlos de la mejor manera posible con un producto o servicio, lógicamente, a cambio de una utilidad o beneficio, para que un producto se venda, hay que darles a los consumidores lo que necesitan y desean, a un precio accesible y que puedan pagar, comunicándoselo de forma apropiada y con acceso inmediato al producto, de esta manera, no se necesitará hacer grandes esfuerzos para vender lo que se ofrece; sin lugar a dudas, una de las actividades más

importantes del marketing es el de establecer vínculos permanentes entre la empresa y los clientes, con el objetivo de generar clientes de por vida (Armstrong, 2022)

7.4. Sistema de Información de Marketing

El SIM (Sistema de Información en Marketing) ofrece a la dirección de marketing información oportuna para que se tomen decisiones que atañen a oportunidades y amenazas que pueda tener la empresa, institución (CUPE, 2020).

El sistema de información de marketing es el conjunto de personas, equipos y procedimientos diseñados para recoger, clasificar, analizar, valorar y distribuir a tiempo la información que exista con la finalidad de realizar una buena toma de decisiones para obtener buenos resultados en una organización. (Kotler, 2020).

El SIM está compuesto por cuatro componentes:

- **Análisis de información.** Recoge el conjunto de operaciones que lleva a cabo la empresa diariamente, donde se muestra diferentes procesos para llevar a cabo una información ordenada.
- **Base de datos:** Está formado por el conjunto de fuentes y medios que permiten obtener información continua sobre la evolución del entorno de la empresa u organización, obtenida de agentes externos, fuente secundaria y personal de la empresa que aporta información sobre el servicio o producto que se ofrece.
- **Investigación de marketing.** Lleva a cabo la preparación, recogida, análisis y explotación de datos e información relativa a una situación específica, haciendo uso de encuestas o entrevistas. Obteniendo de esa forma información sobre la organización y otros factores pertinentes.

- **Información estratégica de marketing.** Se encarga de trabajar con el conjunto de información que procede de los otros subsistemas para hacerlos útiles a la empresa y ayudar a tomar decisiones. Asimismo, es donde se establece una estrategia específica ganadora del marketing.

7.5. Proceso

“Proceso es un conjunto o encadenamiento de fenómenos, asociados al ser humano o a la naturaleza, que se desarrollan un periodo de tiempo finito o infinito y cuyas fases sucesivas suelen conducir hacia un fin específica” (Armstrong, 2022)

Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. Se estudia la forma en que el Servicio diseña, gestiona y mejora sus procesos (acciones) para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente a sus clientes y otros grupos de interés (Roig, 2023).

7.6. Procedimiento

En términos generales, por la palabra procedimiento se entiende el método a través del cual se llevan a cabo ciertas acciones determinadas, que forman parte de un mismo proceso. por procedimiento entendemos el método, el paso a paso que debemos seguir para realizar algo de manera adecuada; mientras que por proceso entendemos la operación de realización toda, en general, sin hacer hincapié en cada etapa de la misma (Economipedia, 2022)

Conjunto de trámites, estructurados en fases, con una lógica de operaciones definida que soportan un proceso de negocio o expediente. Identifica el tratamiento completo de un expediente desde su inicio hasta su finalización. Los procedimientos generalmente se soportan en una normativa, se inician por un evento externo (de parte) o interno (de oficio) y producen una salida al exterior (Eustad, 2023)

7.7. Institución pública

Una institución pública es la organización que desempeña una acción de interés público y forma parte del gobierno nacional o subnacional. En la administración pública moderna, estas instituciones ya no desempeñan solo una función de control, cuentan también con instrumentos de promoción de mejores prácticas. Por ello, la comunicación debe cumplir una doble tarea en este sector (Solano, 2019).

“La institución es considerada como una organización y un reagrupamiento de acuerdo con las orientaciones de acciones comunes de individuos y grupos: empresas, asociaciones voluntarias, instituciones políticas y religiosas coercitivas, organizaciones que comportan reglas establecidas racionalmente” (Weber, 2021).

7.8. SEDEGES.

El Servicio Departamental de Gestión Social, cuya sigla es SEDEGES, es un órgano desconcentrado y de coordinación de las Prefecturas de Departamento, con competencia de ámbito departamental, en lo relativo a la gestión técnica del Servicio, y con dependencia funcional del Director de Desarrollo Social de la respectiva Gobernación (Supremo, 1999).

SEDEGES tiene la misión de definir las políticas y normas nacionales referentes a la equidad de género y al desarrollo integral de niños/niñas, adolescentes, adultos mayores y familia. En el año 1992, se creó el Organismo Nacional del Menor, Mujer y Familia (ONAMFA), con la misión de regular, normar, fiscalizar y supervisar las políticas dirigidas a esta población, además tenía la potestad de coordinar con organismos estatales y privados, nacionales e internacionales, en estas temáticas. ONAMFA era una institución técnica descentralizada de la Presidencia de la República, que gozaba de autonomía de gestión económica y administrativa, funcionando con fondos asignados por el TGN y otros. (Sedeges, 2020)

7.9. Servicios

“Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 2021)

7.10. Servicios Sociales

Servicio es el acto y la consecuencia de servir: realizar una acción con la finalidad de satisfacer una determinada necesidad que tiene una persona. Social, por su parte, es aquello vinculado a la sociedad (la comunidad de individuos que comparten un territorio y una cultura en común). los Servicios Sociales constituyen uno de los sistemas públicos de bienestar dentro de un Estado social, que a través de la administración y de la sociedad, tienen la finalidad de integrar y compensar a los ciudadanos y grupos desfavorecidos y de promocionar y universalizar el bienestar (Definiciones, 2023)

7.11. Atención al cliente

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso (Zendesx, 2021)

“La atención al cliente se refiere al área de tu empresa que tiene como objetivos dar soporte al consumidor, garantizar la resolución de sus problemas y, en consecuencia, velar por la satisfacción del público” (Rojas, 2023)

7.12. Usuarios

Usuario se refiere a la persona que utiliza un producto o servicio de forma habitual., La palabra usuario deriva del latín *usuarius* que se relaciona con el uso de algo. Dependiendo del área que se utiliza la palabra, podemos diferenciar algunos aspectos de la persona y del producto o servicio. Por ejemplo, un usuario en la salud es aquel que utiliza un servicio médico y un usuario en informática puede referirse a un perfil de una cuenta en determinada plataforma social o a aquel que utiliza la computadora (Significados, 2019)

7.13. Personal

Se conoce como personal al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad. El personal es el total de los trabajadores que se desempeñan en la organización en cuestión: “Vamos a tener que achicar el personal ya que llevamos tres trimestres de pérdidas”, “El personal se declaró en huelga por las malas condiciones laborales”, “Confío en el compromiso del personal para superar este mal momento ” (Solano, 2019)

El término personal refiere varios usos simultáneos. En términos generales, personal refiere aquello perteneciente a la persona o aquello que es propio de ella. Por ejemplo, las cualidades propias de una persona serán lo que la haga especial, única e irrepetible en el mundo (ABC, 2023)

7.14. Bien social

Es decir, son bienes que benefician a todo el mundo. Además, tienen un coste marginal nulo y no es posible excluir a nadie de ellos. A su vez, satisfacen necesidades sociales de la propia estructura política y económica predominante en cada país. Lo ideal es que estos bienes acaben convirtiéndose en derechos sociales (Economipedia, 2022)

El Bien Social busca promover y difundir todas las entidades y empresas que están trabajando para construir un mundo mejor, siendo un altavoz para concienciar tanto al sector privado como a la sociedad en general de la importancia de transicional hacia la sostenibilidad (Monzon, 2023)

7.15. Base de datos

Una base de datos (del inglés: database) es un conjunto de datos estructurados que se utiliza para administrar de forma electrónica grandes cantidades de información.

Los programas denominados sistemas gestores de bases de datos (del inglés Database Management System o DBMS) permiten almacenar y posteriormente acceder a los datos de forma rápida y estructurada. Las propiedades de estos DBMS, así como su utilización y administración, se estudian dentro del ámbito de la informática (ONOS, 2022)

En plena era digital resulta cada vez más importante la manera en la que se almacena y gestiona la información. Ahí es precisamente donde entran las bases de datos. (CUPE, 2020)

7.16. Archivos

El concepto de archivo proviene del latín archivum, y se refiere al conjunto de documentos producidos por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, en ejercicio de su actividad. Esta definición es la propuesta por el Consejo Internacional de Archivos, y contrasta con la de Elsevier (que se detiene en la conservación del documento), y con la de la Ley de Patrimonio Histórico Español (que se refiere a la utilización del archivo) (CUPE, 2020)

“El concepto de archivo está directamente relacionado con la historia. De hecho, la archivística es una disciplina auxiliar de la historia, en cuanto que proporciona modelos y sistemas de clasificación de datos y documentos destinados a la investigación histórica” (Thuther, 2023)

7.17. Productividad laboral

A la hora de definir qué es la productividad laboral, nos referimos a la medición de la eficiencia laboral mediante diferentes indicadores, los cuales nos permiten obtener los resultados u objetivos que deseamos en menor tiempo y con menos esfuerzo. Este concepto es muy importante en las empresas, ya que mejorar de forma significativa los procesos productivos y de trabajo, así como en la satisfacción laboral de cada uno de los empleados (Kluwer, 2022)

7.18. Eficacia

Muchos expertos acuerdan que el término eficacia es la adquisición de los objetivos trazados previamente. Por su lado, otros manifiestan que el término es simplemente la realización de las cosas correctamente, con el simple propósito de lograr o alcanzar las metas previstas. También es el logro del objetivo planteado, por lo que es la capacidad o cualidad para lograr, obrar o conseguir algún resultado en particular, gozando de la virtud de producir el efecto deseado (Thuther, 2023)

“En términos económicos, la eficacia es la capacidad de una organización para cumplir objetivos predefinidos en condiciones preestablecidas. Es pues la asunción de retos de producción y su cumplimiento bajo los propios parámetros propios” (ABC, 2023)

7.19. Encuesta

Las encuestas son una técnica de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (Zendesk, 2023)

Una encuesta es un método o técnica de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo, personal de una empresa o una muestra representativa. (Kluwer, 2022)

7.20. Matriz FODA

Matriz FODA son las siglas correspondientes a una metodología de análisis que tiene por objetivo proporcionar una vista detallada de la estructura interna y externa de una empresa o proyecto. La mayor parte del tiempo, el análisis FODA se lleva a cabo siguiendo 4 pasos específicos, como lo son el estudio interno y externo, la elaboración de la matriz y el desarrollo de una estrategia completa. Sus siglas FODA corresponden a las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (Meyer, 2023)

El análisis FODA establece que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. Asimismo es conocido como DOFA, FODA, MAFE en español y SWOT en inglés) es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa (Thompson, 2022)

7.21. Cadena de Valor

La cadena de valor busca generar ventajas competitivas, y su estudio se aplica también a otras actividades como la cadena de suministro y las redes de distribución. La globalización ha llevado a la creación de las cadenas globales de valor. (Romero, 2023)

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva. A partir de una breve revisión bibliográfica se ampliará el concepto y su utilidad (Armstrong, 2022)

Por el cual se puede decir que se conoce como cadena de valor a un concepto teórico que describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa. En base a la

definición de cadena, es posible hallar en ella diferentes eslabones que intervienen en un proceso económico: se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En cada eslabón, se añade valor, que, en términos competitivos, está entendido como la cantidad que los consumidores están dispuestos a abonar por un determinado producto o servicio.

8. Metodología

8.1. Tipo de investigación

La investigación a usar en el presente trabajo dirigido es la investigación descriptiva. El objetivo principal de la investigación descriptiva es describir de forma precisa una población, situación o fenómeno del cual se está indagando en el actual documento.

“Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.” (Tamayo, 2023)

8.2. Método

- **Método deductivo**

El método deductivo fue utilizado por medio de la lógica para obtener un resultado en base afirmaciones de los datos recabados a lo largo del documento, es decir este método se va de lo general a lo particular obteniendo de esta manera una conclusión.

Asimismo, ayudo a describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por la experiencia de los participantes.

8.3. Línea de investigación

El presente trabajo dirigido se encuentra en la línea de investigación correspondiente al Área de Ciencias Económicas y Financieras en la carrera de Ingeniería Comercial, denominado “Gestión Estratégica y Desarrollo Empresarial”, donde se enfoca fundamentalmente en desarrollar una propuesta de marketing. Para el efecto se debe realizar una buena planificación, estableciendo claramente los objetivos que se esperan alcanzar, para luego formular y proponer soluciones de mejora..

8.4. Universo o Población

Población es el conjunto de personas u objetivos con características similares de los que se desea conocer algo en una investigación (Lopez, 2021)

Según los datos de Recursos humanos del SEDEGES-PANDO el personal administrativo será tomado como población de estudio, la cual está compuesta de 110 personas, trabajadores de SEDEGES -Pando.

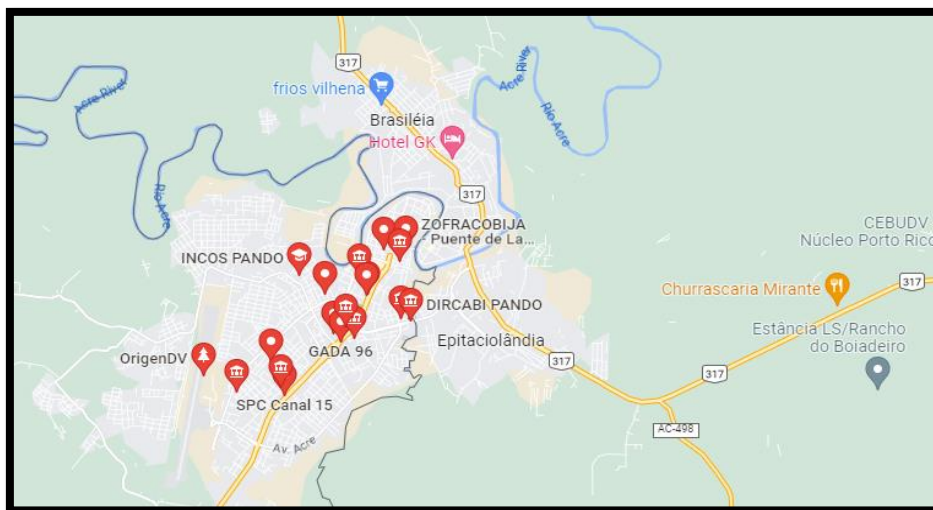


Figura 1. Ubicación SEDEGES Pando. tomada de google maps.

8.5. Tamaño de la muestra

La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevara a cabo las investigaciones. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como formulas, lógica, y otros que se verán más adelante. La muestra es parte representativa de la población. (Lopez, 2021)

Para obtener la muestra fue necesario que los datos de la población objetivo sean remplazados en la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * Q * P}$$

Donde

N = Población.....110

n = Muestra.....?

p = Probabilidad de éxito..... 50%=0,5

q = probabilidad de fracaso..... 50%=0,5

E = error muestral..... 5%= 0,05

Z= Nivel de confianza.....95%= 1,96

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 110}{0,0025 * (110 - 1) * 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 87$$

Nota: El tamaño de la muestra es (n) 87 esto quiere decir que se debe encuestar a 87 personas mayores de edad entre hombres y mujeres, funcionarios de las diferentes áreas del SEDEGES Pando.

8.5.1. Selección y distribución de la muestra

El método que se usó para la selección de muestra es por conveniencia, ya que, todos los que forman parte del personal de trabajo SEDEGES Pando están en el marco muestral por el cual es necesario seleccionar a las personas a las cuales serán encuestadas y, por ende, las personas que tienen más acercamiento con el movimiento de archivos, en la siguiente tabla se observara la distribución de las encuestas en las diferentes unidades que existen en SEDEGES Pando.

Tabla 1

Distribución de la muestra

Nivel	Unidad	N° de encuesta
Nivel de dirección	Director técnico	1
Nivel de apoyo	Unidad de administración y financiera	17
	Unidad Jurídica	17
Nivel técnico operativo	Unidad de gestión social coordinación	19
	Unidad de coordinación con defensorías	19
Dependiente	Centro Acogida de Niño, Niña y Adolescente	2
	Centro Acogida del Adulto Mayor	2
Nivel desconcentrado	CODEPEDIS	2
	Centro de Rehabilitación MIKY MAIA	2
	Centro Día del Adulto mayor Cobija	2
	Centro Día del Adulto mayor Porvenir	2
	Centro de Reintegración y orientación Para adolescentes con responsabilidad Penal	2
Total muestra		87

8.6. Técnica e instrumentos

Las técnicas son los instrumentos o formas específicas que adoptan los métodos en su aplicación a objetos de investigación definidas. Asimismo, las técnicas ayudaron a la recolección de datos los cuales son necesarios para profundizar diferentes aspectos para adquirir una información más específica del objeto de estudio (SEDEGES Pando).

- **Encuesta**

Como técnica principal se utilizó las encuestas, por el cual se ha elaborado cuestionarios estructurados con el objetivo de llegar a conocer más sobre el personal del SEDEGES y su movimiento de sus datos e información interna.

- **Revisión archivística**

La revisión archivística, es una disciplina propia de las ciencias de la información, dedicada al estudio teórico y práctico de los principios, procedimientos y problemas concernientes a las funciones¹ de los documentos y de las instituciones que los generan y los custodian, con el objetivo de potenciar el uso y servicio de ambos (CUPE, 2020)

Por medio de la revisión archivística se pudo recolectar información interna de la institución, así como de diferentes sitios web y libros una manera de conocer a mayor profundidad sobre SEDEGES y sobre el Sistema de Información de marketing

- **Grupo focal**

Esta técnica a utilizar se llevó a cabo a 8 trabajadores de SEDEGES Pando donde se llevó a cabo una lluvia de ideas con la única finalidad de conocer sus enfoques y puntos de vista de los participantes.

- **Entrevista**

Se llevó a cabo la respectiva técnica de entrevista a la coordinadora de SEDEGES Pando donde se realizó 3 preguntas los cuales se enfocaban conocer la perspectiva que tenía sobre la institución SEDEGES Pando.

9. Diagnóstico o situación inicial de la institución

Para el diagnóstico de la institución de SEDEGES se usó las herramientas Matriz FODA y el análisis de la cadena de Valor, Asimismo se mostrará los resultados del estudio de mercado.

9.1. SEDEGES Pando



Figura 2. SEDEGES Pando, Fotografía de la institución.

El Servicio Departamental de Gestión Social, con la sigla SEDEGES, remonta de la época después de la guerra del chaco boliviano cuando se crea el patronato del menor y posteriormente en el año 1971, como el consejo Nacional del menor, con siglas CONAME. En el año 1985, se establece la Subsecretaria de asuntos de generacionales y familia, que como matriz tiene la misión de definir las políticas y normas referente a la equidad de género y el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes, jóvenes y adultos Mayores, así como los familiares (Sedeges, 2020)

El 30 de enero de 1999, se crean los servicios Departamentales de gestión social (SEDEGES), dependiente de la prefectura, con el objetivo de impulsar la política de bienestar social y beneficiaria, de acuerdo a ley de descentralización administrativa, y con la vigencia de dichas disposiciones dejan de funcionar DIRME y ONAMFA (Sedeges, 2020)

En la gestión de 2010 con la implementación de la ley de autonomías, las prefecturas cambian a gobiernos autónomos departamentales, y en este sentido SEDEGES –PANDO actualmente es dependiente del gobierno autónomo departamental de Pando, donde desarrolla un rol muy importante en la atención de los niños, niñas y adolescentes y adultos mayores en situación de riesgo social, brindando seguridad, alimentación entre otros en los hogares. Como también en la atención de los centros de los adolescentes en conflicto con la ley. Y personas con diferentes discapacidades en la atención de servicios gratuitos como estipula la ley. De igual forma coadyuva a los ciudadanos bolivianos de escasos recursos económicos en alimentación, hogar entre otros.

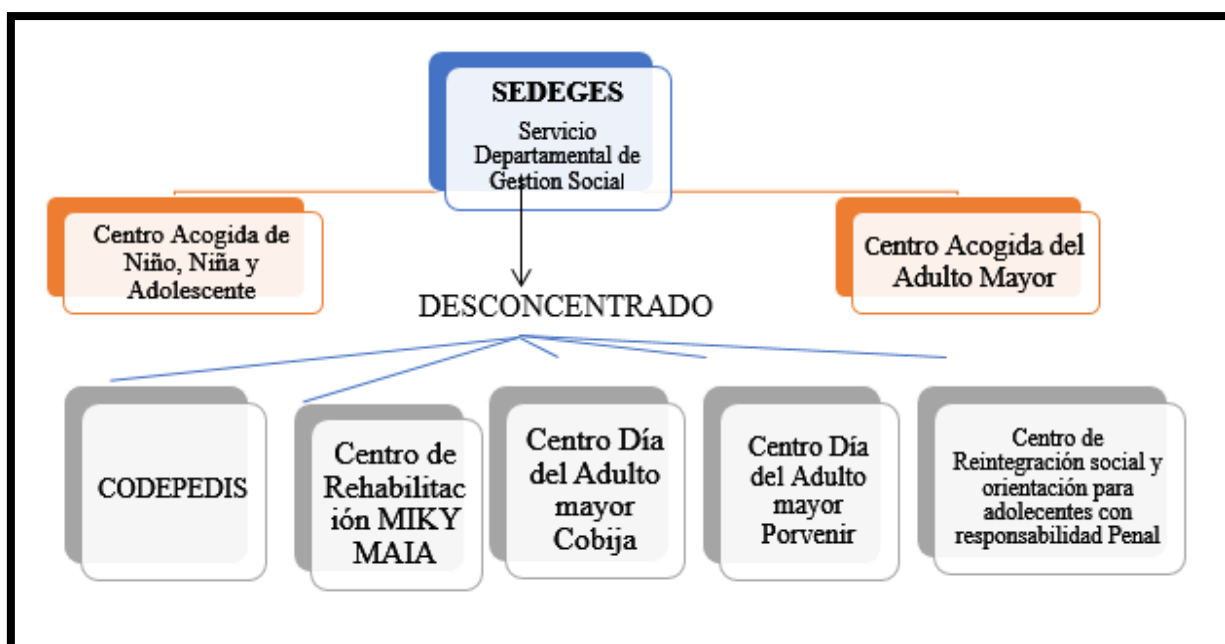


Figura 3. Áreas del servicio de SEDEGES Pando, tomada de SEDEGES Pando.



Figura 4. Logotipo de SEDEGES Pando.

Se puede observar el logotipo oficial de SEDEGES Pando donde expresa calidez, apoyo social y armonía, sus principales atributos como institución. Se observa unas manos haciendo referencia a la ayuda que brindan, dentro de cada mano se puede ver niños, adultos y adolescentes los cuales son los principales beneficiarios. Los colores predominantes son el verde mostrando la naturaleza, celeste haciendo referencia a la armonía y el rojo en representación del amor y la solidaridad que proporciona SEDEGES.

9.1.1. Misión, Visión, Valores.

- **Misión**

Somos una instancia Departamental de Protección, Prevención y Asistencia Social, estamos para Coadyuvar en la restitución de sus derechos de niñas, niños, adolescentes, personas adultas mayores y personas con discapacidad, brindando atención integral a través de la intervención de los equipos multidisciplinarios en Centros de Acogida, Programas, Proyectos y otros servicios que brindamos.

- **Visión**

Garantizar la restitución de los derechos y brindar una atención de calidad para niños, niñas, adolescentes, adultos mayores y personas con Discapacidad. contribuyendo a la construcción de una sociedad justa, en equilibrio y relación armónica a través del fortalecimiento de la gestión social en nuestro Departamento.

- **Valores**

Unidad

Es el conjunto de individuos que tiene el mismo propósito. Con la finalidad que la institución SEDEGES Pando pueda cumplir sus objetivos previstos.

Dignidad

Implica respeto y estima que todos somos seres humanos que merecen igual en cualquier cambio que pueda existir en el tiempo y entorno.

Reciprocidad

Comprometidos con velar por los intereses de nuestro compañero de trabajo y consumidores de algunos servicios de nuestra institución.

Respeto

Tomar en cuenta que todos somos iguales sin importar el cargo que ocupemos dentro de SEDEGES Pando

9.1.2. Organigrama de SEDEGES PANDO

El siguiente organigrama representa al personal de SEDEGES -Pando

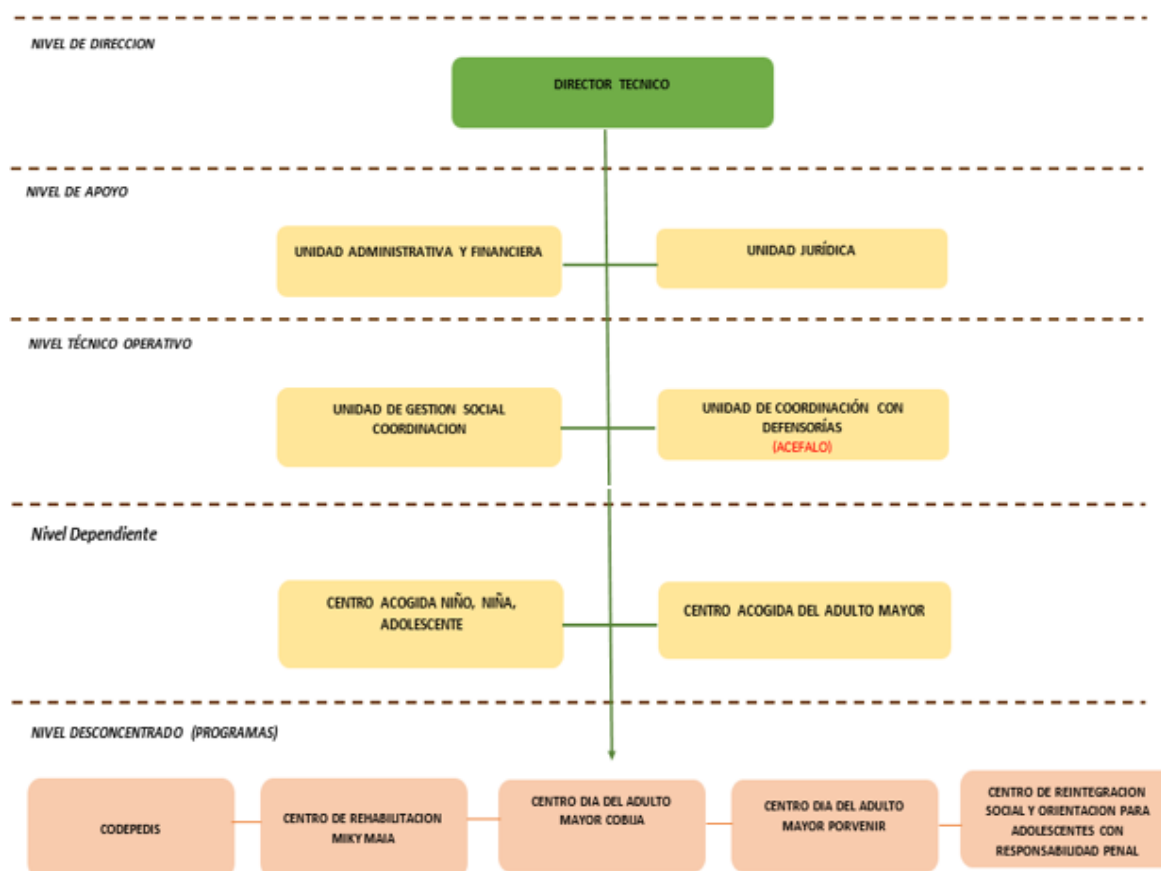


Figura 5. Organigrama de SEDEGES Pando

- **Nivel de dirección**

En el nivel de dirección del Servicio departamental de gestión social se encuentra el director de SEDEGES Pando, el cual se encarga en dirigir, planificar y aprobar todo el movimiento de cada una de las unidades del SEDEGES

- **Nivel de apoyo**

En el nivel de apoyo se encuentra la unidad de administrativa y financiera, encargada del movimiento económico que pueda existir dentro del SEDEGES, por otro lado, está la unidad Jurídica inclinada a establecer y regir normas y leyes al favor de toda la organización SEDEGES.

- **Nivel técnico operativo**

En este nivel se encuentra todo el nivel técnico tanto de la unidad de gestión social coordinación cuya unidad involucra el cuidado y atención a los usuarios, asimismo esta la unidad de coordinación con defensorías donde esta unidad cumple la función de poder ayudar a las personas que sufren algún tipo de abuso y acuden a SEDEGES para adquirir su ayuda.

- **Nivel dependiente**

Se describe que en el nivel dependiente se encuentra dos servicios beneficios uno es el centro acogida niño, niña, adolescente y el centro de acogida adulto mayor los cuales brindan un lugar donde las personas puedan vivir si en caso hayan sufrido abandono, etc.

- **Nivel desconcentrado (Programas o servicios)**

En el nivel desconcentrado se encuentra diferentes programas con la única finalidad de brindar apoyo a los niños, adolescentes, adultos mayores, familias, etc. Los programas son los siguientes. CODEPEDIS, Centro de Rehabilitación Miky Maia, Centro Día del adulto mayor Cobija, Centro Día del adulto mayor Porvenir, Centro de reintegración social y orientación para adolescentes con responsabilidad penal

9.2. Matriz FODA



Figura 6. Matriz FODA. Tomada de UNE, 2023.

Para la buena toma de decisiones es necesario saber y tener un pleno conocimiento sobre lo que sucede en nuestro entorno interno y externo, este diagnóstico consiste principalmente en destacar las Fortalezas, Debilidades y Oportunidades, Amenazas o más conocido como Matriz FODA. Para el desarrollo del análisis FODA se realizó un grupo de reunión con 8 trabajadores de SEDEGES Pando, se realizó una lluvia de ideas donde se fue armando el siguiente análisis FODA.

9.2.1. Fortalezas

- Cuenta con recursos económicos para su gestión.
- Trabajo en equipo.
- Terreno propio de la institución

9.2.2. Oportunidades

- Desarrollo de un Sistema de información de Marketing

- Oportunidad de mayor productividad y eficiencia laboral
- Ubicación geográfica
- Mejora continua en los diferentes niveles del SEDEGES

9.2.3. Debilidades

- Falta de una base de datos digital
- Ausencia de procesos y procedimientos bien establecidos.
- Ambientes y espacios mal aprovechados.
- Falta de capacitación en el personal.

9.2.4. Amenazas

- Modificaciones en normativas en el país.
- Distribución de recursos.
- Deficiencia y definición de procedimientos.
- Crisis económica a nivel nacional y departamental.

9.3. Cadena de Valor



Figura 7. Cadena de valor. Tomada de UNE, 2023

Para el desarrollo de la cadena de valor se adquirió información por medio de la entrevista que se realizó a la Coordinadora de SEDEGES PANDO la Licenciada Gabriela Loza Imana (Véase en anexos la entrevista) donde indica que si bien SEDEGES es una institución del estado aún tiene algunas carencias, falencias dentro de la institución que se prevé que se subsanen a medida que pasa el tiempo por el cual se procede al siguiente análisis

- Infraestructura: Cuenta con un lugar propio y adecuado para cada unidad.
- Gestión de Recursos Humanos: Capacitación al personal, debido a que cuenta con 110 personas en general que conforman el organigrama de SEDEGES –Pando.
- Desarrollo de tecnología: Actualización de la página de SEDEGES.
- Aprovisionamiento: Si bien no es una empresa industrial donde manejen movimiento de materia prima, pero particularmente se aprovisionan de insumos alimenticios con respecto a los servicios de vivienda como son los centros de acogida.
- Logística de entrada: Carencia de procesos definidos enfocados al buen movimiento de datos.
- Operaciones: Mayor eficacia y productividad laboral por medio de una propuesta, de un flujo de procesos de información.
- Logística de salida: Liberación y culminación de procesos de documentación
- Marketing de ventas: Publicidad por medio de redes sociales sobre los diferentes programas que se maneja en SEDEGES.
- Servicio: Por medio del SIM se logrará una mayor eficacia y productividad laboral lo cual repercutirá en la manera de atender a la sociedad.

9.4. Resultado e interpretación de las encuestas realizadas al personal de SEDEGES

Pando.

Los resultados de la encuesta llevada a cabo en SEDEGES Pando, tomando en cuenta las preguntas realizadas en la encuesta elaborada para el actual trabajo dirigido.

Tabla 2

Porcentaje de conocimiento sobre la identidad de SEDEGES Pando

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	20.01	23
NO	66.99	77
Total	87	100

¿Conoce la misión, visión y valores de Sedeges Pando?

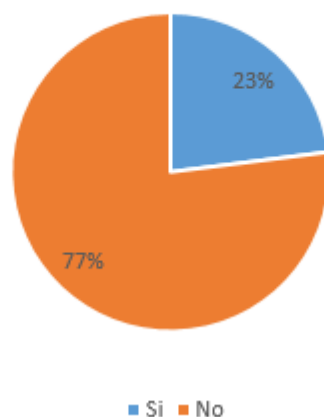


Figura 8. Porcentaje de conocimiento sobre la identidad de SEDEGES Pando

Las encuestas fueron realizadas a 87 personas donde 65 personas indicaron que no tienen conocimiento sobre la misión, visión y valores de la organización solo 22 personas indicaron que si tienen conocimiento sobre la misión, visión y valores. Teniendo como resultado en porcentaje un 77% que dijeron No y un 23% un porcentaje más bajo indicó que Si posee conocimiento sobre la misión, visión.

Tabla 3

Tiempo de antigüedad del personal de SEDEGES Pando

	Frecuencia	Porcentaje %
3 Meses	0.81	1
6 Meses	16.2	20
1 Año	13.77	17
Más de 1 año	50.22	62
Total	87	100

¿Cuánto tiempo usted trabaja en Sedeges Pando?

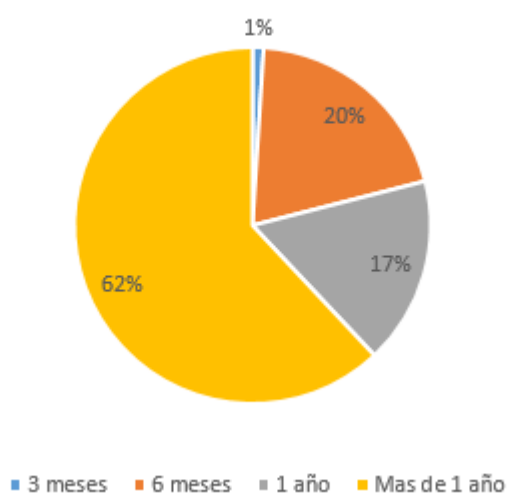


Figura 9. Tiempo de antigüedad del personal de SEDEGES Pando

De las personas que fueron encuestadas un 62 % indica que trabaja más de 1 año en SEDEGES Pando, un 17% indica que trabaja un año en la institución SEDEGES, un 20% trabaja alrededor de 6 meses y solo el 1% de los encuestadas trabaja en SEDEGES Pando alrededor de 3 meses.

Tabla 4

Porcentaje de la estructura organizacional de SEDEGES Pando

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	25.23	29
NO	61.77	71
Total	87	100

¿Conoce la estructura organizacional de Sedeges Pando?

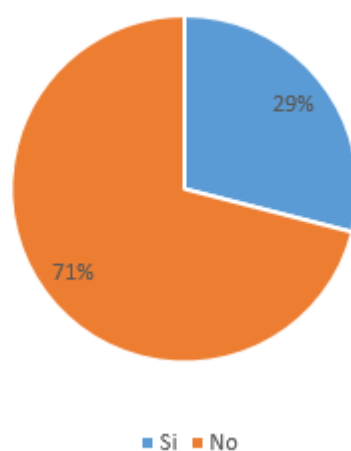


Figura 10. Porcentaje de la estructura organizacional de SEDEGES Pando

Se observa que el 71% del personal de SEDEGES Pando encuestado indica que No conoce la estructura organizacional de SEDEGES Pando y por otro lado un 29% el porcentaje más bajo indica que Si conoce la estructura organizacional de SEDEGES Pando. Datos muy importantes para una buena toma de decisiones en la propuesta que se desarrollara más adelante.

Tabla 5

Existencia de un desactualizado movimiento de datos

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	12.18	14
NO	74.82	86
Total	87	100

¿Usted cree que el Sedeges Pando tiene un buen movimiento actualizado en su base de datos ?

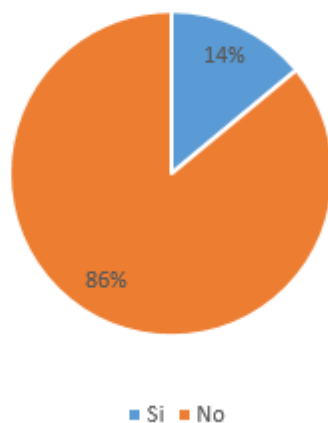


Figura 11. Existencia de un desactualizado movimiento de datos

En la presente figura se observa que el 86% un alto porcentaje indica que SEDEGES Pando no tiene un buen movimiento actualizado en su base de datos (base de archivos), el 14% del 100% del personal encuestados indica que Si tienen un buen movimiento en su base de datos dentro de SEDEGES Pando.

Tabla 6

Manejo de datos en SEDEGES Pando

	Frecuencia	Porcentaje %
De manera digital	13.05	15
De manera manual	73.95	85
Total	87	100

Usted, según el puesto laboral el cual ocupa. ¿EL manejo de sus datos y archivos son: ?

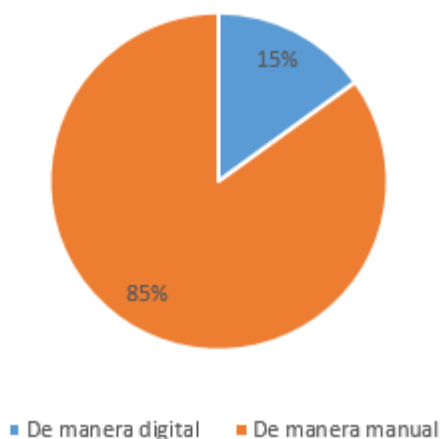


Figura 12. Manejo de datos en SEDEGES Pando

El 85% por ciento del 100% de los encuestados maneja sus documentos, archivos de manera manual, en folder haciendo uso de bolígrafos y cuadernos para los registros respectivos, solo un 15% maneja su documentación de manera digital, es decir en una computadora o base de datos.

Tabla 7

Índice de conocimiento sobre el Sistema de Información de Marketing

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	21.75	25
NO	65.25	75
Total	87	100

¿Usted sabe que es un Sistema de información de Marketing?

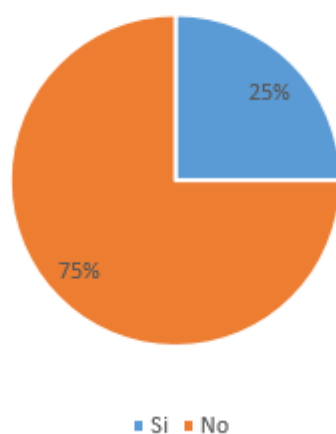


Figura 13. Índice de conocimiento sobre el Sistema de Información de Marketing

Como sexta pregunta fue la siguiente ¿Usted sabe que es un Sistema de Información de Marketing?, donde se obtuvo como respuesta un 75% indico que no sabe que es un SIM, por el cual se optó dar a conocer en términos conceptuales que es el Sistema de información de Marketing. Por otro lado, un 25% indico que si sabe que es un SIM.

Tabla 8

Porcentaje de aceptación de la propuesta basado en un SIM

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	79.17	91
NO	7.83	9
Total	87	100

Cree que si el Sedeges Pando, añade un SIM
aumentaría la eficacia laboral?

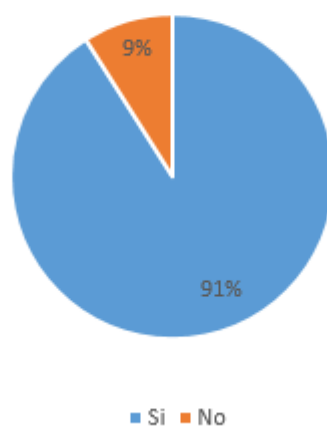


Figura 14. Porcentaje de aceptación de la propuesta basado en un SIM.

Se observa en la actual figura datos muy interesantes, ya que ayudan a fundamentar mucho más a la toma de decisiones en cuenta a la propuesta de elaborar un Sistema de Información de Marketing. Donde un 91% de todos los encuestados (personal de SEDEGES Pando) indicaron que, si están de acuerdo a que dentro de SEDEGES Pando puedan añadir un Sistema de información de Marketing para que aumente la eficacia laboral, por otro lado, un 9% que representa a una minoría indica que no cree que existirá una eficacia laboral si añaden un Sistema de Información de Marketing.

10. Descripción del trabajo ejecutado



Figura 15. Descripción del trabajo ejecutado

A continuación, se detalla todas las actividades que se realizó en SEDEGES Pando para el desarrollo del trabajo dirigido.

- **Actividad 1 antecedentes**

El tiempo en el que se estuvo como parte del personal de SEDEGES Pando, se realizó una revisión archivística, documental para conocer mucho más sobre la institución. Cabe destacar que se realizó encuestas al personal de SEDEGES Pando, donde el mayor movimiento de su personal está en la central Ubicada en la ciudad de Cobija, de esta manera se obtuvo mejor conocimiento de todo el movimiento de su personal, de la misma manera se logró conocer las fortalezas y falencias que posee SEDEGES Pando.

- **Actividad 2 descripción del problema**

Se logró identificar el principal problema dentro de SEDEGES Pando, (cuyo problema central de la institución SEDEGES no tiene una base de datos actualizada y por consiguiente no existe un manejo adecuado y ordenado de su documentación),. Asimismo donde las encuestas que se llevó a cabo a su personal, ayudo a confirmar el

problema que tiene como institución., Si bien es una institución pública que depende del Estado Plurinacional de Bolivia que tiene la finalidad de prestar servicios de ayuda a las familias bolivianas, niños, adolescentes, adultos mayores, mujeres, etc. Posee una gran deficiencia en el movimiento de sus archivos, datos de las instituciones, donde el personal se siente perdido sobre cuáles deberían ser los procesos de movimiento de archivos, asimismo se pudo observar que la gran mayoría de archivos son manejados de manera manual, debido a que carecen de una planilla de monitoreo y seguimiento de los archivos que manejan dentro de SEDEGES y por ello existe una baja eficacia y productividad laboral.

- **Actividad 3 Justificación**

El actual documento de Trabajo Dirigido se llevó a cabo con la finalidad de realizar un aporte por medio de una propuesta de un SIM (Sistema de Información de Marketing) en SEDEGES Pando. Durante los 6 meses de trabajo desarrollando actividades de trabajo dentro de la institución SEDEGES Pando en el área de archivos, se pudo identificar falencias en el manejo de archivos del personal donde se pudo observar la deficiencia en el movimiento de sus archivos, datos de las instituciones, donde el personal se siente perdido debido a la carencia de un flujograma de procesos para sus documentos. Por el cual un Sistema de información de marketing ayudara positivamente al buen manejo de información (documentos y archivos) para que exista un buen tomo de decisiones por parte del personal y de esta manera lograr mayor eficacia laboral.

- **Actividad 4 objetivos**

Se define el objetivo general en base al motivo y propósito del actual trabajo dirigido y los objetos específicos es una parte muy importante, son los pasos que se utilizaron para llevar acabo o cumplir el objetivo general (Elaborar una Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los servicios de SEDEGES Pando). Es necesario mencionar que si se logró cumplir con el objetivo general propuesto.

- **Actividad 5 resultados previstos**

Se puede decir que se obtuvo resultados previstos o resultados que se esperó tener del presente trabajo dirigido tanto en la elaboración del documento como en la práctica del trabajar dentro de SEDEGES Pando a lo largo de estos seis meses. Siendo esto un incentivo a al desarrollar cuidadosamente, analizando cada punto elaborado con la única finalidad de que exista una mayor eficacia laboral dentro de la institución.

- **Actividad 6 marco conceptual**

Para desarrollar el marco conceptual se utilizó la revisión documental de libros, folletos, artículos relacionados con el Sistema de información de marketing. Asimismo, se desarrolló la sustentación teórica del trabajo de investigación en base a conceptos teóricos y otros contenidos básicos complementarios a los conceptos ya mencionados. A fin de mostrar de forma general el contenido del conceptual.

- **Actividad 7 diagnóstico**

Para la realización del diagnóstico situacional se analizó en base a toda la información recabada con la cual se desarrolló la investigación. Cabe destacar que se recolecto mucha información veraz y fidedigna utilizando encuestas, revisión archivística, documental., asimismo la encuesta se realizó a solo a 87 funcionarios de SEDEGES Pando de los diferentes niveles y unidades, donde se pudo observar más a fondo que el personal no posee mucho conocimiento sobre la misma institución que trabaja.

11. Propuesta central

El actual trabajo dirigido propone un Sistema de Información de Marketing para los servicios de SEDEGES Pando, el cual fue diseñado rigurosamente según las exigencias de la institución y los cuatro componentes indispensables de un Sistema de información de Marketing (Análisis de la información, datos internos, investigación de marketing, información estratégica de marketing), con la única finalidad de que exista una mejora en la toma de decisiones y aumente la eficacia laboral en SEDEGES Pando.

Es necesario mencionar que un Sistema de información de marketing conocido como SIM simplemente se enfoca en el movimiento correcto de información dentro de una organización con la finalidad de que exista una buena toma de decisiones, a su vez aumentar en la eficacia laboral. (Joffre, 2019)



Figura 16. SEDEGES Pando. Tomada de SEDEGES Pando, 2023.

Se puede apreciar en la anterior figura el logotipo de SEDEGES Pando, el cual identifica y simboliza a la institución mostrando la igualdad en la sociedad cobijeña, boliviana.

11.1. Beneficiarios

11.1.1. Beneficiario directo

Los beneficiarios directos son los que participaran directamente en la institución (SEDEGES Pando), y por consiguiente se beneficiaran de su implementación, Es decir personas que tendrán acceso a nuevas oportunidades de rendimiento laboral a través de la puesta en marcha del Sistema de Información de marketing.

- Director de SEDEGES Pando.
- Personal de cualquier área de trabajo dentro de SEDEGES Pando.

11.1.2. Beneficiario indirecto

Los beneficiarios indirectos son los que participan de manera indirecta en el presente trabajo dirigido, si bien no se benefician con las ganancias de la institución de SEDEGES Pando, pero se benefician a través de la mejora que proporcionara el Sistema de información de Marketing por la institución en este caso serán los que adquieran un mejor servicio por la eficacia laboral que se espera llegar a tener.

- Niños
- Adolescentes
- Adultos mayores
- Sociedad del departamento de Pando

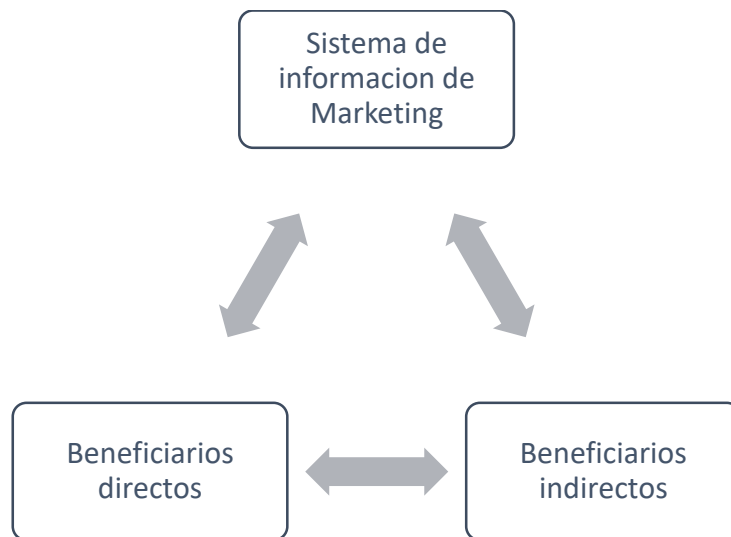


Figura 17. Esquema

11.2. Conformación del Sistema de Información de Marketing

El Sistema de información de marketing para los servicios de SEDEGES Pando debe contar con cuatro componentes los cuales son parte de un SIM con la finalidad de que exista una buena toma de decisiones y aumentar la eficacia laboral. Es necesario mencionar que el 91% de los encuestados de SEDEGES Pando está de acuerdo en que exista la incorporación de un Sistema de Información de Marketing para aumentar la eficacia laboral.

Componentes del SIM

- Análisis de la información
- Datos internos
- Investigación de marketing
- Información estratégica de marketing

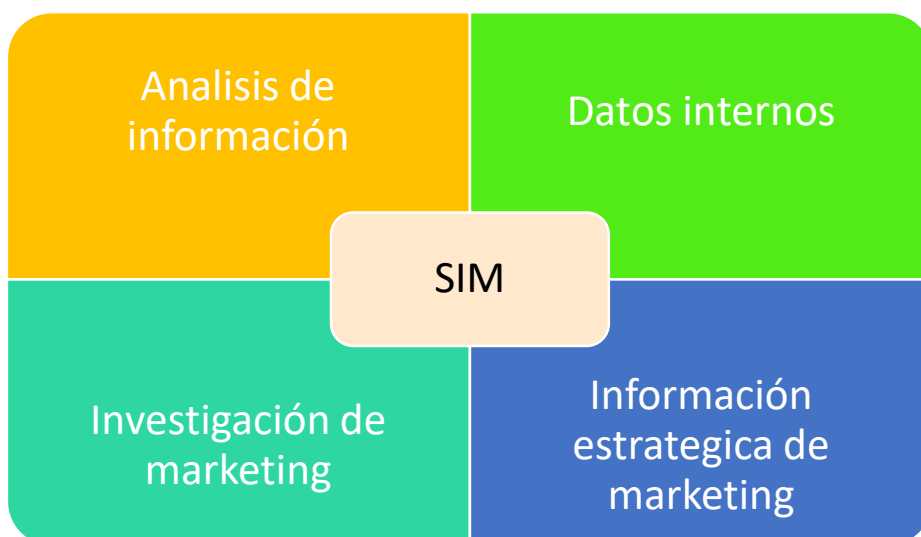


Figura 18. Sistema de Información de Marketing. Tomada Michael Porter.

Es necesario mencionar que, si bien SEDEGES Pando no posee una unidad o gerencia de marketing, se puede desarrollar un SIM sin la necesidad que exista una dirección de marketing, donde todos los servicios de SEDEGES Pando puede optar manejar su información haciendo uso de los componentes del SIM donde se puede observar en la figura la distribución de información y la evaluación necesaria de información por medio de los cuatro componentes los cuales se desarrollaran a continuación y de esta manera lograr elaborar un Sistema de información de marketing para los servicios de SEDEGES Pando.

11.2.1. Análisis de información

Se recomienda el análisis más profundo en este punto ya que nos ayuda a procesar y analizar la información las veces que sea necesaria, adaptándonos a los cambios en el entorno de manera inteligente, innovadora y creativa para SEDEGES Pando. Es necesario mencionar que SEDEGES no posee un flujo de procesos de información para sus servicios el cual le ayude a llevar de manera organizada su información, por el cual se propone un flujo grama general para los servicios de SEDEGES, es decir que este flujograma de procesos de información pueda ser utilizado para los servicios que ofrece SEDEGES a la sociedad pandina.

Servicios de SEDEGES Pando

Actualmente SEDEGES Pando ofrece 6 servicios, los cuales son: Centro Acogida de Niño, Niña y Adolescente, Centro Acogida del Adulto Mayor, CODEPEDIS, Centro de Rehabilitación MIKY MAIA, Centro Día del Adulto mayor Cobija, Centro Día del Adulto mayor Porvenir, Centro de Reintegración y orientación para adolescentes con responsabilidad Penal. Estos seis servicios son parte del mismo Nivel o área desconcentrado, también conocido como Unidad desconcentrado. A continuación, se describe cada servicio que ofrece la Unidad o nivel desconcentrado de SEDEGES Pando:

- **Centro Acogida de Niño, Niña y Adolescente**

El centro de acogida ofrece atención a las niñas, niños y adolescentes que han sido alejados de su familia, o niños que han sido abandonados, donde se les ofrece protección temporal con la finalidad de brindar la misma atención a todos los niños, niñas y adolescentes necesitados durante su tiempo de permanencia en el centro.

- **Centro de acogida del adulto mayor**

Podrán ser beneficiarios de los servicios brindados por la casa de acogida del adulto mayor de la ciudad de Cobija dependientes del SEDEGES Pando toda persona natural que sea mayor de 60 años de edad que se encuentre situación de abandono o vulnerabilidad, en otras palabras es una casa de acogida permanente al servicio de los Adultos Mayores encaminada a crear conciencia, exaltar y humanizar la edad dorada, a través de espacios y actividades donde se comparten experiencias de recreación, prevención, autocuidado conocimiento y aprendizajes para saber vivir con plenitud.

- **CODEPEDIS**

CODEPEDIS es el comité departamental de la persona con discapacidad un servicio que se ocupa de las personas con discapacidad, el cual se ocupa de la identificación de las personas con discapacidad, mediante la carnetización y sus seguimientos, como también haciéndoles sentir importantes en nuestra sociedad, brindando actividades y desarrollo social.



Figura 19. CODEPEDIS

- **Centro de rehabilitación Miky Maia**

Es un centro de cuidado gratuito para la atención de personas con discapacidad donde se brinda ayuda según la discapacidad que tengan como electroterapia, estimulación temprana para niños, gimnasio terapéutico y mecanoterapia con la finalidad de mostrar el valor que tienen como personas, teniendo en claro que todos somos iguales.



Figura 20. Centro rehabilitación Miky Maia

- **Centro Día del Adulto mayor Cobija y Porvenir**

El centro día del adulto mayor es un lugar de entretenimiento y recreación donde las personas mayores participan y se integran socialmente mediante lugares de esparcimiento, recreación y cuidado obteniendo independencia, seguridad y salud. Mejorando su calidad de vida, asimismo es un centro donde se pueden reunir a recibir terapias ocupacionales, mediante actividades manuales, elaboración de huertos, juegos recreativos y asimismo es un lugar donde se ofrece servicio de fisioterapia, clases de computación, asesoría legal y atención medica una vez por semana y la atención con una merienda.



Figura 21. Centro día del adulto mayor Cobija



Figura 22. Centro de Día adulto mayor Porvenir

- **Centro de Reintegración Social y Orientación para Adolescentes Con Responsabilidad Penal.**

Brindar atención a adolescentes en conflicto con la Ley de manera integral técnica, educativa, multidisciplinaria, fortaleciendo vínculos afectivos con la familia y comunidad con el fin de lograr la reinserción social logrando su rehabilitación.



Figura 23. Centro de Reintegración Social Para Adolescentes con Responsabilidad Penal

Estos son todos los servicios que brinda SEDEGES Pando, no obstante, todas las informaciones de los documentos que se manejan en estos servicios denominados como áreas de desconcentrados son manejados en la central de SEDEGES Pando ubicado en la ciudad de Cobija, y desde la central se designa a que servicio pertenece cada persona que acude a los beneficios de SEDEGES Pando.

Flujograma general de procesos para los servicios de SEDEGES Pando

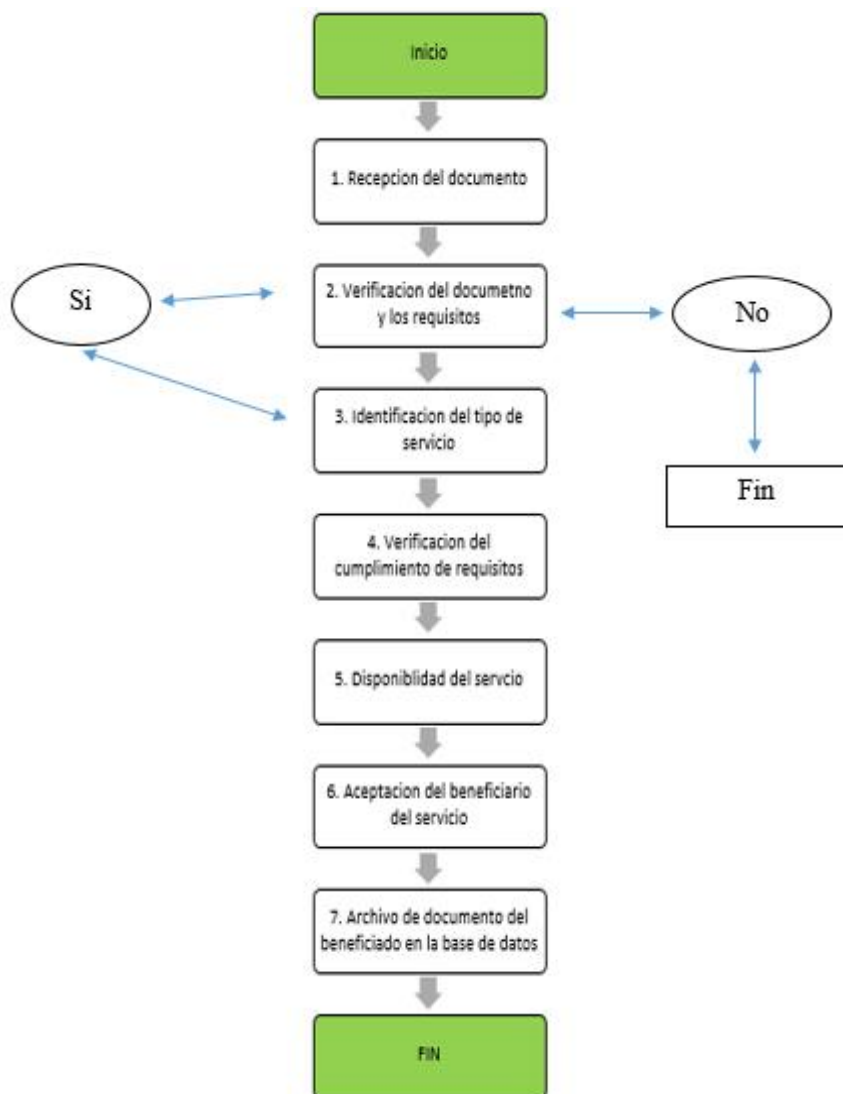


Figura 24. Propuesta de un flujograma de procesos para los servicios de SEDEGES Pando

1. Recepción del documento

En este primer proceso se realizará la recepción del documento el cual es un formulario llenado por la persona que desea recibir los beneficios de SEDEGES, posteriormente pasa al siguiente proceso.

2. Verificación del documento y los requisitos

En este punto se verifica si la persona que desea adquirir los beneficios o servicios de SEDEGES cumple los requisitos (Cedula de identidad, carta de solicitud, formulario llenado, etc). Si la persona cumple con los requisitos pasa al proceso 3, si No cumple con los requisitos fin del proceso.

3. Identificación del tipo de servicio

Una vez cumplido con el anterior paso se procede a la identificación del tipo de servicio que realmente necesita la persona que desea ser beneficiada y si realmente lo necesita.

4. Verificación del cumplimiento de requisitos

Nuevamente se realiza la verificación de los documentos requisitos para verificar si realmente la persona necesita de los beneficios que proporciona el SEDEGES de lo contrario es rechazado.

5. Disponibilidad del servicio

Una vez que cumple el paso número cuatro es aceptadas la documentación y la persona que desea recibir el beneficio, pero se verifica si existe disponibilidad de fondos para poder dar el beneficio según el servicio que la persona necesite.

6. Aceptación del beneficiario del servicio

En esta etapa se acepta con totalidad a la persona beneficiada y se la destina a su lugar donde recibirá en su totalidad el servicio, sea en el Centro Acogida de Niño, Niña y Adolescente, Centro Acogida del Adulto Mayor, CODEPEDIS, Centro de Rehabilitación MIKY MAIA, Centro Día del Adulto mayor Cobija, Centro Día del Adulto mayor Porvenir, Centro de Reintegración social y orientación para adolescentes con responsabilidad Penal.

7. Archivo de documento del beneficiado en la base de datos

Toda la documentación de todos los anteriores procesos es almacenada en el área de archivos donde el personal de SEDEGES encargado de esa área se encargará de subir a la base de datos.

11.2.2. Datos internos

Los datos internos también son conocidos como base de datos o archivos. SEDEGES Pando actualmente no cuenta con una base de datos internos actualizado, como realmente debería ser por ende se propone las siguientes planillas de Excel de monitoreo y seguimiento de los documentos para la base datos, donde las siguientes planillas contienen filas necesarias para llevar un registro completo y ordenado, tomando en cuenta que el 85% del personal encuestado indico que en su gran mayoría su documentación maneja de manera manual, por el cual se propone que poco a poco puedan ir pasando sus datos a las planillas para un buen manejo en la base de datos interno y de esta manera hacer un uso óptimo de la tecnología.


Planilla General de Monitoreo y Seguimiento de los Servicios de SEDEGES								
Nº	Fecha /hora	Nombre y Apellido	Institución	Área de servicio	Referencia	Destinatario	CITE	Observación

Figura 25. Propuesta de planilla para la base de datos

Planilla de Beneficiarios de los servicios SEDEGES-PANDO										
Centro Acogida										
Nº	Nombre y Apellido	Edad	C.I.	Fecha de ingreso	Fecha de Egreso	Causa	NUREJ	CUD	Situación actual	Observaciones

Figura 26. Propuesta de planilla para la base de datos

Planilla de Beneficiarios de los servicios SEDEGES-PANDO											
Centro Orientación y Reintegración Social											
Nº	Nombre y Apellido	Edad	C.I.	Fecha de ingreso	Fecha de Egreso	Delito	NUREJ	CUD	Situación Jurídica	Tiempo de medida socio-Educativa	Observaciones

Figura 27 Propuesta de planilla para la base de datos

Planilla de Beneficiarios de los servicios CODEPEDIS y Centro de Rehabilitación Miky Maia SEDEGES-PANDO									
Nº	Fecha	Nombre y Apellido	Fecha de Nacimiento	Nº C.I.	Edad	Tipo de Discapacidad	sexo	Unidad de servicio	Observaciones

Figura 28 Propuesta de planilla para la base de datos

Planilla de Beneficiarios de los servicios SEDEGES-PANDO Centro Día del Adulto Mayor						
Nº	Fecha	Nombre y Apellido	Nº C.I.	Edad	Tipo de Actividad	Observaciones

Figura 29 Propuesta de planilla para la base de datos

A continuación, se observa el significado de las abreviaturas que están dentro de las planillas.

- **CUD:** Es el código único de denuncia, es decir es el número que sirve para identificar a cada proceso penal o denuncia ante la Fiscalía departamental del Estado
- **NUREJ:** Numero de registro judicial., Se encuentra este número en cada expediente judicial.
- **CITE:** Numero correlativo de identificación de la nota formal, asignada por la entidad supervisada.
- **Referencia:** contenido del requerimiento.

11.2.3. Investigación de marketing

La investigación de marketing es uno de los cuatro componentes del Sistema de Información del Marketing, es necesario mencionar que se realizó una encuesta dentro de SEDEGES Pando, a 87 funcionarios de la institución de las diferentes unidades, donde se pudo detectar diferentes falencias que posee SEDEGES Pando, cuyas falencias evitan a que exista mayor eficacia laboral dentro de dicha institución, algo que llamo mucho la atención es que el 75% del personal desconoce la misión y la visión de SEDEGES el cual es la identidad misma de la institución, por otro lado un 71% de los funcionarios desconoce el organigrama de la institución.

Cabe destacar que la investigación de marketing es una parte muy importante, porque a través de la investigación identificamos procesamos y analizamos toda la información recabada la cual nos ayuda a la buena toma de decisiones por el cual se propone lo siguiente:

- Capacitar al personal de SEDEGES Pando de las diferentes unidades para dar a conocer la misión, visión y valores de SEDEGES Pando
- Dar a conocer el organigrama y las diferentes unidades que forman parte de SEDEGES Pando.
- Instalar en cada unidad cuadros que contengan el organigrama y la identidad institucional (misión, visión y valores).

11.2.4. Información estratégica de marketing

La información estratégica de marketing o también conocida como la reingeniería de marketing., Se enfoca en tomar en cuenta todos los componentes anteriores del SIM para analizarlos y poder realizar una buena toma de decisiones, en caso contrario, si existiese falencias poderlas subsanar inmediatamente. Asimismo, se enfoca en elegir una estrategia de marketing para beneficiar a sus clientes y en este caso a la sociedad Pandina denominados como usuarios de los beneficios o servicios que brinda SEDEGES Pando. Se propone que se pueda dar uso a la estrategia de publicidad una de las estrategias que es parte del marketing Mix.

- Estrategia de Publicidad

Es el conjunto de acciones que ejecuta una empresa con el fin de llevar un producto o servicios a los consumidores (Armstrong, 2022). En otras palabras, es poder dar a conocer mucho más los servicios que ofrece SEDEGES Pando a todas las personas que necesiten ayuda, así como sus actividades que realizan, se puede observar que poseen una página de Facebook muy desactualizada en comparación a los demás SEDEGES de otros departamentos, tomando en cuenta que las redes sociales se han vuelto una fuente de difusión de gran impacto. Asimismo, donde se puedan subir flyer con mensajes positivos elaborados por el área de comunicación.



Figura 30. Página de facebook de SEDEGES Pando



Figura 31. Propuesta de flyer motivacional.

- **Flyer motivacional**

Se propuso llevar a cabo diferentes flyer con mensajes motivacionales, como el flyer motivacional de la figura 31. En el cual se refleja la empatía que se desea transmitir con la sociedad, dando a conocer el valor que tiene cada persona para SEDEGES Pando. Estos tipos de flyer serán difundidos por su página de Facebook, los cuales serán elaborados por los del área de comunicación, como un trabajo más de su unidad.

12. Evaluación y resultados

- **Evaluación**

La propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los servicios de SEDEGES Pando se puede observar en el presente documento, dando a conocer sus cuatro componentes esenciales del SIM (1. Análisis de información, 2. Datos internos, 3. Investigación de marketing 4. Información estratégica de marketing). donde cada componente fue independientemente desarrollado, de manera analítica y veraz, con la finalidad que pueda existir una futura buena toma de decisiones dentro de la institución y de esta manera se pueda incrementar la eficiencia y eficacia laboral en el personal de SEDEGES Pando, para lograr una mejor atención a la población.

Es necesario mencionar las ventajas y desventajas que conlleva implementar un Sistema de Información de Marketing:

Desventajas

1. Puede ser complejo adoptar el sistema al inicio
2. Alto volumen de almacenamiento de datos
3. Alta inversión de tiempo por parte del personal

Ventajas

1. Mayor rapidez en la toma de decisiones
2. Disponibilidad inmediata de información veraz
3. Una base de datos actualizada dentro de la institución
4. Incremento de la eficiencia y productividad laboral
5. Atención más rápida a sus prospectos o sociedad

- **Resultados**

El resultado del presente trabajo dirigido fue optimo, donde se obtuvo datos e información veraz y fidedigna. Que ayudo de una manera muy importante a la elaboración del presente Sistema de Información de Marketing ya mencionado en el punto anterior, que tiene la única finalidad de guiar al personal, otorgando una manera moderna de poder manejar toda la información que pueda existir en SEDEGES Pando. Tomando en cuenta que un SIM es una estructura dinámica que permite procesar, almacenar y recuperar información de manera ordenada para generar un flujo ordenado de información previamente de fuentes interna y externas. Y de esta manera se logrará una buena toma de decisiones a la hora de tomar una decisión dentro de la institución teniendo como resultado mayor eficacia laboral, ahorrando tiempo y recurso humano., De tal forma podemos decir que cada punto desarrollado fue bien analizado coherentemente con todos los reglamentos que exige el presente trabajo y la carrera de Ingeniería Comercial.

13. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El presente trabajo dirigido se concluye con la elaboración de una Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para los servicios de SEDEGES Pando, donde se logró llegar a dicho objetivo general de manera óptima dando cumplimiento a todos los objetivos específicos establecidos los cuales son:

- Analizar la situación actual de la Institución SEDEGES Pando. Se logró analizar de manera coherente y analítica la situación actual de la institución por medio de la revisión archivística y bibliográfica, asimismo se optó realizar entrevista verbal a los diferentes funcionarios para conocer mucho más sobre SEDEGES Pando, de esta manera se dio cumplimiento al primer objetivo específico.
- Se realizó una encuesta interna a 87 funcionarios de la institución SEDEGES, con la finalidad de saber el nivel de conocimiento del personal sobre la institución, Cuyas encuestas se cumplieron de manera exitosa obteniendo resultados esperados, los cuales ayudaron a tener mayores conocimientos sobre las falencias y problemas que realmente posee la institución, conociendo los diferentes puntos de vista que posee el personal.
- No obstante, como último objetivo específico se diseñó un flujograma de proceso de información basado en el Sistema de información de marketing para lograr una mayor eficacia laboral, tomando en cuenta que la institución no posee un flujograma de procesos y por ende el personal se siente perdido.

Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente a SEDEGES Pando

- Que pueda implementar la propuesta del Sistema de Información de Marketing en SEDEGES Pando con la finalidad de que lograr mayor eficacia laboral y una buena toma de decisiones dentro de la institución.
- Tomar en cuenta todos los puntos realizados en el presente trabajo dirigido ya que se ha cumplido con los objetivos específicos los cuales nos ayudan a dar respuesta a nuestro objetivo general.
- Por ultimo para que la institución SEDEGES Pando pueda tomar mejores decisiones y aumentar su eficacia laboral pueda dar cumplimiento con todos los componentes propuestos dentro el SIM.

Bibliografía

- ABC, D. (2023). *Definiciones ABC*. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/social/personal.php>
- Armstrong, G. (2022). *Marketing. Mexico*: GW Graham.
- CUPE. (2020). *Sistema de Informacion de Marketing. CUPE Magazine*.
- Definiciones. (2023). *Servicios sociales*. Recuperado de <https://definicion.de/servicio-social/>
- Economipedia. (2022). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/bienes-sociales.html>
- Eustad. (2023). *Eustad*. Recuperado de https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_266/elem_9081/definicion.html
- Herrera, A. (2023). *Infomacion y sus definiciones* (7 ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Joffre, E. (2019). *Direccion de Marketing*. Mexico: Agula.
- Kluwer, W. (2022). *Satel*. Recuperado de <https://a3satel.com/productividad-laboral-que-es-como-mejorarla>
- Kotler, P. (2020). *Direccion de Marketing*. Mexico: GW Graham.
- Kotler, P. (2021). *Mercadotecnia*. Mexico: Prenticehall.
- Kotler, P. (2023). Recuperado de Marketing: <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Kotler, P. (2023). *Significados y Mrketing*. Recuperado de Significados y Marketing: <https://www.significados.com/marketing/>
- Lopez, P. (2021). *Poblacion muestra y muestreo*. Scielo.
- Meyer, A. (2023). *Definiciones FODA*. Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/matriz-foda/>

- Monzon, A. (2023). *Empresas*. Recuperado de <https://empresasporclima.es/actualidad/4728-el-bien-social>
- ONOS. (2022). *ONOS*. Recuperado de ONOS Digitalguide. Consultado.
- Roig, A. (2023). *Evaluacion de la equidad*. Recuperado de https://www.ujaen.es/servicios/archivo/sites/servicio_archivo/files/uploads/Calidad/Criterio5.pdf
- Rojas, K. (2023). *Servcios*. Recuperado de <https://www.tiendanube.com/blog/que-es-servicio-atencion-cliente/>
- Romero, A. (2023). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Sanchez, A. (2022). *Definiciones*. Recuperado de <https://definicion.de/informacion/>
- Sedeges. (2020). *Breve historia de los Sedeges*. Sedeges.
- Significados. (2019). *Significados Usuario*. Recuperado de <https://www.significados.com/usuario/>
- Solano, D. (Abril de 2019). *La Comunicacion en Instituciones Publicas*. *ESAN BUSINESS*, 15.
- Stafford, A. (2023). *Sistema de procesos* (2da ed.). Canada: Universidad de Piura. Recuperado de [https://eclas.duth.gr/modules/document/file.php/the brain of the firm.pdf](https://eclas.duth.gr/modules/document/file.php/the%20brain%20of%20the%20firm.pdf)
- Supremo, N. D. (1999). Bolivia.
- Tamayo, M. (2023). *Tesis Plus*. Recuperado de <https://tesisplus.com/investigacion-descriptiva/investigacion-descriptiva-segun-autores/>
- Thompson, H. (2022). *Matriz FODA*. Mexico: Person RW.
- Thuther, W. (2023). *Enciclopedia*. Recuperado de <https://enciclopedia.net/archivo/>
- Uzueta, P. (2019). *Teoria General de Sistemas Aplicada*. Trillas, Mexico.

Weber, M. (2021). *Instituciones* . Mariam.

Zamura, M. (2019). *Marketing*. Madrid: Pearson.

Zendesk. (2023). *Zendesk*. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Zendesk. (2021). *Zendesk*. Recuperado de <https://www.zendesk.com.mx/que-es-atencion-al-cliente/>

ANEXOS

Anexo 1
SEDEGES -Pando



Figura 32. SEDEGES Pando



Figura 33. SEDEGES Pando

Anexos 2**Encuesta****Propuesta de un Sistema de Información de Marketing en SEDEGES-PANDO**

Buenas tardes, sería tan amable de ayudarme a llenar esta encuesta.

1. ¿Conoce la misión, visión y valores de SEDEGES-Pando

- a) Si
- b) No

2. ¿Cuánto tiempo usted trabaja en SEDEGES -Pando

- a) 3 meses
- b) 6 meses
- c) 1 año
- d) Más de un año

3. ¿Conoce la estructura organizacional de SEDEGES -Pando

- a) Si
- b) No

4. ¿Usted cree que el SEDEGES - Pando tiene un buen movimiento actualizado en su base de datos?

- a) Si
- b) No

5. Usted según el puesto laboral el cual ocupa ¿El manejo de sus archivos son:

- a) De manera digital
- b) De manera Manual

6. ¿Usted Sabe que es un sistema de información de marketing?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cree que si el SEDEGES -Pando, añade un Sistema de información de Marketing aumentaría la eficiencia laboral?

- a) Si
- b) No

MUCHAS GRACIAS

ENTREVISTA

Propuesta de un Sistema de Información de Marketing en SEDEGES-PANDO

Nombre completo.....

Fecha:

¿Qué es SEDEGES Pando?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

¿Qué tipo de servicios beneficios ofrece?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

¿Que Falencias y Fortalezas posee SEDEGES Pando?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Anexo 3

Recopilación de datos investigación de mercado



Figura 34. Recopilación de datos



Figura 35. Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 36. Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 37. Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 38. Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 39. Recopilación de datos en SEDEGES Pando

Anexo 4

Batería de preguntas

Encuesta

Propuesta de un Sistema de Información de Marketing en SEDEGES-PANDO

Buenas tardes, sería tan amable de ayudarme a llenar esta encuesta.

1. ¿Conoce la misión, visión y valores de Sedeges-Pando

- a) Si
- b) No

2. ¿Cuánto tiempo usted trabaja en Sedeges-Pando

- a) 3 meses
- b) 6 meses
- c) 1 año
- d) Más de un año

3. ¿Conoce la estructura organizacional de Sedeges-Pando

- a) Si
- b) No

4. ¿Usted cree que el Sedeges- Pando tiene un buen movimiento actualizado en su base de datos?

- a) Si
- b) No

5. Usted según el puesto laboral el cual ocupa ¿El manejo de sus archivos son:

- a) De manera digital
- b) De manera Manual

6. ¿Usted Sabe que es un sistema de información de marketing?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cree que si el Sedeges-Pando, añade un Sistema de información de Marketing aumentaría la eficiencia laboral?

- a) Si
- b) No

MUCHAS GRACIAS

Figura 40. Modelo de la encuesta

Anexo 5

Recopilación de datos entrevista y grupo focal



Figura 41 Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 42 Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 43 Recopilación de datos en SEDEGES Pando

Planilla de reunión

Actividad: Mesa de Trabajo del Análisis de FODA

Tema: Propuesta de un Sistema de Información de Marketing para SEDEGES-PANDO*

Institución: SEDEGES PANDO

Fecha: 15-10-22

Nº	Nombre y Apellido	C.I.	Área de servicio	firma
1	ROSA MARIA GILBERTA TATED	9269981	Centro Acogida Niños, niñas Adolescentes	
2	ARISA YASNEA GUZMÁN RIOS	6303577	UNIDAD JURÍDICA	
3	ERINICA ROSA MAUS	1767463	centro Día Adulto Mayor	
4	MARA LEXY TINTA FLORES	1765674	Centro Acogida Adulto Mayor	
5	Merlin Domínguez Ecuari	1766920 pt	CODEPDIS	
6	Silvia G. TAVAZOS MURUMBITA	4210251	centro de Reintegración	
7	Rosmary Lima	7269522	Centro de orientación	
8	Yessun Crespo Lozano	4200618	Miky María	
9				
10				

Figura 44 Registro de los participantes del grupo Focal



Figura 45 Recopilación de datos en SEDEGES Pando



Figura 46 Recopilación de datos en SEDEGES Pando