



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ANÁLISIS  
DE SISTEMAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DEL DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA LA MEJORA  
DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA MERWE S.A.**

**AUTOR: OJEDA MAXIMI EVELYN XIMENA**

**TUTOR: ING. BOLÍVAR SOLANO MORALES**

**GUAYAQUIL- ECUADOR**

**2018**

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a Dios por iluminarme el conocimiento y darme sabiduría y Fe *por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

*A mis amigos que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos.*

Autor:

**Ojeda Maximi Evelyn Ximena**

## AGRADECIMIENTO

A Dios

A mis padres, que siempre me han dado su apoyo y a quienes debo este triunfo profesional y todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y sobre todo humanística y espiritual. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

Gratitud al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por la oportunidad de abrir una carrera misma que sirve para brindar atención al ser humano con calidad y calidez profesional.

Ing. Bolívar Solano Morales que me ayudo con sus asesoras y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Finalmente a los catedráticos, aquellos que marcaron cada etapa de mi camino como estudiante.

**Autor:**

Ojeda Maximi Evelyn Ximena



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DEL DISEÑO DE UNA PAGINA WEB PARA LA MEJORA  
DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA MERWE S.A.**

**Autor:** Ojeda Maximi Evelyn Ximena

**Tutor:** Ing. Bolívar Solano Morales

**Resumen**

**El presente proyecto de investigación es desarrollado pensando en las necesidades de los usuarios de la empresa Merwe S.A., la misma que oferta servicios de telecomunicación y que presenta problemas de bajo rendimiento en la calidad de atención al cliente. Para lo cual se pretende desarrollar una página web que permita mejorar la comunicación existente entre los usuarios y la empresa, a través de realización de una encuesta de satisfacción, la misma que es presentada dentro de la página.**

**Para poder diseñar una propuesta con alto nivel de realismo, fue necesario realizar encuestas de aceptación tanto a empleados como a clientes de la empresa. El código de la aplicación fue desarrollado en HTML, mientras que se dio estilo mediante la implementación CSS. Adicional a esto para poder recibir la información vertida por los usuarios se realizó la creación de una base de datos en MYSQL.**

Telecomunicaciones

Aplicación

HTML



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y  
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE: TECNÓLOGO EN ANÁLISIS DE SISTEMAS**

**TEMA:**

PROPOSAL FOR THE DESIGN OF A WEB PAGE FOR THE  
IMPROVEMENT OF CUSTOMER SERVICE OF THE COMPANY  
MERWE S.A.

**Author:** Ojeda Maximi Evelyn Ximena

**Tutor:** Ing. Bolívar Solano Morales

**Abstract**

This research project is developed with the needs of the users of the company Merwe S.A., the same that offers telecommunication services and that presents problems of low performance in the quality of customer service. For which purpose it is tried to develop a web application that allows to improve the existent communication between the users and the company, through realization of a survey of satisfaction, the same one that is presented within the application. In order to design a proposal with a high level of realism, it was necessary to carry out acceptance surveys for both employees and customers of the company. The code of the application was developed in HTML, while style was given through the CSS implementation. In addition to this, in order to receive the information provided by the users, a database was created in MYSQL.

Telecommunications

application

HTML

## CONTENIDO

CARATULA .....	1
DEDICATORIA .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	III
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	IV
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	V
Resumen .....	VI
Abstract.....	VII
CAPITULO I .....	1
1 EL PROBLEMA.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 SITUACIÓN CONFLICTO .....	2
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA. ....	3
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.5 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.6 OBJETIVOS.....	4
1.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.6.2 OBJETIVO ESPECIFICO .....	4
1.7 JUSTIFICACIÓN .....	5
1.8 Viabilidad .....	6
1.8.1 Viabilidad Técnica .....	6
1.8.2 Viabilidad Socio-Cultural .....	7
1.8.3 Viabilidad Económica .....	8
1.8.4 Viabilidad Ambiental .....	8
1.8.5 Viabilidad Institucional y de Gestión.....	8
1.8.6 Viabilidad Financiera .....	9
1.8.7 Viabilidad Política.....	9
CAPITULO II .....	10
2 MARCO TEORICO .....	10
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....	10
2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES.....	13
2.1.3 Metas a cumplir con calidad de servicio .....	16

2.2	FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	23
2.2.1	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor .....	23
2.2.2	Código Orgánico Integral Penal – COIP .....	25
2.2.3	Plan Nacional del Buen Vivir .....	27
2.2.4	Agenda Nacional De Conectividad .....	28
2.3	VARIABLES DE INVESTIGACIÓN .....	29
2.4	DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	29
CAPITULO III .....		32
3	METODOLOGIA .....	32
3.1.1	Misión.....	32
3.1.2	Visión.....	32
3.1.3	Valores .....	33
3.1.4	Objetivos .....	33
3.1.5	Ubicación geográfica.....	34
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
3.2.1	Método Deductivo - Inductivo .....	34
3.2.2	Método analítico.....	34
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	35
3.3.1	Investigación Exploratoria.....	35
3.3.2	Investigación Descriptiva .....	35
3.3.3	Investigación Explicativa .....	35
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	35
3.5	Significado social y pertinencia de lo que se investiga .....	36
3.6	Diagnostico Actual de la problemática que se investiga .....	36
3.7	Técnicas de investigación.....	37
3.8	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.8.1	FASE I. Definición del objetivo .....	38
3.8.2	FASE II. Construcción de la herramienta: Cuestionario de aceptación – satisfacción.....	39
3.8.3	FASE III. Aplicación de los cuestionarios .....	45
3.8.4	FASE IV. Análisis de la información recogida .....	45
3.8.5	FASE V. Explotación de los datos .....	45
CAPITULO IV.....		46
4	Propuesta .....	46
4.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	46

4.1.1	Encuesta a empleados .....	46
4.1.2	Análisis de Resultados de la encuesta de Aceptación.....	51
4.1.3	Encuesta a Usuarios .....	52
4.2	Análisis de Resultados – Encuesta a los clientes.....	65
4.3	Plan de mejora: Diseño de una página web para la mejora del servicio al cliente de la empresa Merwe s.a. ....	66
4.3.1	Objetivos de la propuesta .....	66
4.3.2	Estudio de Factibilidad .....	66
4.3.3	Técnico .....	67
4.3.4	Fundamentación .....	67
4.3.5	Justificación .....	68
4.3.6	Generalidades .....	68
4.3.7	Diagrama De Gantt.....	71
4.3.8	Diagrama Hipo .....	72
4.3.9	Diagrama general de la propuesta.....	73
4.3.10	Simbología de figuras de diagrama de flujo.....	74
4.3.11	Descripción de la página web .....	76
4.4	Diseño de pantallas.....	77
4.4.1	Pantalla principal.....	77
4.4.2	Pantalla Quienes somos .....	78
4.4.3	Pantalla de servicio de internet .....	79
4.4.4	Pantalla de servicio de telefonía .....	80
4.4.5	Pantalla de servicio de tv .....	81
4.4.6	Pantalla de promoción de servicio de internet.....	82
4.4.7	Pantalla de promoción de servicio de telefonía .....	83
4.4.8	Pantalla de promoción de servicio de TV.....	84
4.4.9	Pantalla de encuesta .....	85
4.4.10	Pantalla de agradecimiento .....	86
4.4.11	Diagrama de base de datos.....	87
4.5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
4.5.3	Conclusiones .....	88
4.5.4	Recomendaciones .....	89
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>90</b>
	Anexos.....	91



## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Recursos Humanos y Materiales .....	7
<b>Tabla 2.</b> Costo y Financiamiento.....	9
<b>Tabla 3.</b> Importancia de la medición de satisfacción del cliente .....	46
<b>Tabla 4.</b> La Necesidad de evaluar la satisfacción en los clientes de Merwe S.A.....	47
<b>Tabla 5.</b> Implementación de Herramientas Ofimáticas.....	48
<b>Tabla 6.</b> Aceptación de las herramientas ofimáticas.....	49
<b>Tabla 7.</b> Antecedentes de implementación de proyectos en Merwe S.A. ....	50
<b>Tabla 8.</b> Factores preponderantes al adquirir un servicio .....	52
<b>Tabla 9.</b> Departamento que brinda el servicio .....	53
<b>Tabla 10.</b> Incidencia de filas de espera.....	54
<b>Tabla 11.</b> Tiempo de espera .....	55
<b>Tabla 12.</b> Recepción de un servicio eficiente.....	56
<b>Tabla 13.</b> Claridad en la atención recibida .....	58
<b>Tabla 14.</b> Claridad en las indicaciones recibidas.....	59
<b>Tabla 15.</b> Percepción del servicio .....	60
<b>Tabla 16.</b> Recomendaciones del servicio .....	62
<b>Tabla 17.</b> Calidad de atención de los técnicos.....	63
<b>Tabla 18.</b> Inversión de la propuesta.....	67
<b>Tabla 19.</b> Requerimientos específicos de la página Web .....	69
<b>Tabla 20.</b> Método de ejecución .....	69
<b>Tabla 21.</b> Diagrama HIPO .....	72
<b>Tabla 22.</b> Simbología de figuras de diagrama de flujo .....	74
<b>Tabla 23.</b> Componentes de la pantalla Principal .....	77
<b>Tabla 24.</b> Quienes Somos.....	78
<b>Tabla 25.</b> Servicio de Internet.....	79
<b>Tabla 26.</b> Servicio de Telefonía.....	80
<b>Tabla 27.</b> Servicio de TV .....	81
<b>Tabla 28.</b> Promoción de servicio de internet.....	82
<b>Tabla 29.</b> Promoción de servicios de telefonía .....	83
<b>Tabla 30.</b> Promoción de servicios de TV .....	84
<b>Tabla 31.</b> Encuestas de satisfacción .....	85
<b>Tabla 32.</b> Agradecimiento.....	86

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Características del servicio al cliente .....	15
<i>Figura 2.</i> Metas claves para satisfacer al cliente .....	17
<i>Figura 3.</i> Secuencia de PHP .....	19
<i>Figura 4.</i> Acciones que pueden efectuarse con CSS3.....	21
<i>Figura 5.</i> Ámbitos de Aplicación de los derechos del consumidor .....	24
<i>Figura 6.</i> Relación de los objetivos del Plan del Buen Vivir con el servicio al cliente.....	28
<i>Figura 7.</i> Agenda Nacional de Conectividad.....	29
<i>Figura 8.</i> Valores de Merwe S.A.....	33
<i>Figura 9.</i> Objetivos de Merwe S.A.....	33
<i>Figura 10.</i> Ubicación geográfica de Merwe S.A.....	34
<i>Figura 11.</i> Fases para la elaboración de las encuestas de aceptación y satisfacción .....	38
<i>Figura 12.</i> Diez dimensiones universales.....	39
<i>Figura 13.</i> Importancia de la medición de satisfacción del cliente .....	46
<i>Figura 14.</i> La Necesidad de evaluar la satisfacción en los clientes de Merwe S.A...	47
<i>Figura 15.</i> Implementación de Herramientas Ofimáticas.....	48
<i>Figura 16.</i> Aceptación de las herramientas ofimáticas .....	49
<i>Figura 17.</i> Antecedentes de implementación de proyectos en Merwe S.A. ....	50
<i>Figura 18.</i> Factores preponderantes al adquirir un servicio .....	52
<i>Figura 19.</i> Departamento que brinda el servicio .....	53
<i>Figura 20.</i> Incidencia de filas de espera.....	54
<i>Figura 21.</i> Tiempo de espera .....	55
<i>Figura 22.</i> Recepción de un servicio eficiente.....	57
<i>Figura 23.</i> Claridad en la atención recibida.....	58
<i>Figura 24.</i> Claridad en las indicaciones recibidas.....	59
<i>Figura 25.</i> Percepción del servicio .....	61
<i>Figura 26.</i> Recomendaciones del servicio .....	62
<i>Figura 27.</i> Calidad de atención de los técnicos.....	64
<i>Figura 28.</i> Cronograma de actividades.....	71
<i>Figura 29.</i> Diagrama de GANTT .....	72
<i>Figura 30.</i> Diagrama de la propuesta.....	73
<i>Figura 31.</i> Diagrama de base de datos .....	87

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Empresa Merwe S.A.....	91
Anexo 2. Área de operadores – instalaciones- mantenimiento –ventas .....	92
Anexo 3. Área de cancelado .....	92

## **CAPITULO I**

### **1 EL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En los últimos años ciertas empresas de telecomunicaciones se han venido incrementando mini empresas contratistas para satisfacer las necesidades del cliente, ya que con el pasar de los días aumentan las ventas en el área de instalaciones y mantenimientos, por ello debemos tener suficientes cuadrillas de técnicos para cumplir las metas que se nos establezcan.

Tenemos la empresa privada claro dedicada a la excelencia y satisfacción de las necesidades de telecomunicaciones en varios países que ha tenido mucho éxito en sus proyectos , esta compañía posee características que la colocan como una compañía clave al desarrollo de nuevas tecnologías teniendo como objetivo poder acceder al servicio de manera eficaz y eficiente.

La empresa en la que trabajamos llamada Merwe S.A (contratista autorizada de claro), se dedica a atender los proyectos que se nos asignan por parte de la compañía CONECEL como son: instalaciones, mantenimientos, cancelados y ventas. Formando así una cadena de servicios a disposición del cliente.

La empresa Merwe S.A a diario trabaja con mínimo una cantidad de 500 actividades que son bajadas de nuestra base de datos, estas actividades son distribuidas a las distintas áreas que tenemos como son: instalaciones, mantenimientos, cancelados y ventas, en la cual el operador se encarga de coordinar con el cliente vía telefónica para poder enviar a la cuadrilla correspondiente a realizar lo que el cliente ha solicitado.

Merwe S.A cuenta con un gran equipo de técnicos los cuales son distribuidos por distintas zonas de la ciudad para al final del día haber cumplido las metas establecidas con ayuda de su operador , en esta área queremos medir como fue la experiencia que recibió el cliente por parte del técnico .

La empresa presenta problemas en la atención que se le da al cliente cuando se instala el servicio , constantemente la empresa recibe reclamos por parte del usuario el cual indica que no le han instalado el servicio como lo había solicitado o en otros casos la amabilidad por parte del técnico, en el cuál no podemos medir la atención que se le brinda al cliente en el momento de realizarle la instalación logrando una mejor satisfacción para el solicitante, esto causa que el cliente no pueda gozar del servicio que ha contratado satisfactoriamente.

Distintos incidentes se muestran como: la falta de comunicación del técnico hacia el cliente, instalación mal distribuida esto ocasiona que se generen muchos más mantenimientos que la empresa debe cubrir por deficiencia del personal.

## **1.2 SITUACIÓN CONFLICTO**

La empresa Merwe S.A. en la actualidad presenta problemas en el área de calidad de servicio donde constantemente se recibe reclamos por parte del cliente que no han sido conforme en la atención adecuada en el momento de la instalación de su equipo, en lo cual ha sido perjudicada la empresa.

Debido que cuenta con una cantidad considerable de actividades de usuarios que solicitan el servicio, vemos la necesidad de mejorar con una propuesta de atención al cliente que le permita por medio de una

encuesta virtual calificar el trabajo que da el servicio técnico al momento de la instalación del paquete que solicite el usuario

En la actualidad la empresa trabaja con distintas áreas de atención al cliente en las cuales no se están cumpliendo con los estándares de calidad.

### **1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.**

Ciudad: Guayaquil

Campo: Sistemas de información

Área: Servicio Cliente.

Sector: Servicio

Aspecto: Calidad

Población: Merwe S.A.

Periodo: 2017

### **1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo mejorar los estándares de calidad midiendo la atención que recibe el cliente al momento de ser instalado el servicio en su domicilio?

### **1.5 EVALUACIÓN DEL PROBLEMA**

Este proyecto de investigación se efectúa de acuerdo a los siguientes aspectos universales de evaluación:

**Delimitado.** El proyecto de investigación se desarrolla en la Provincia del guayas, cantón Guayaquil en la empresa “Merwe S.A.” En el periodo lectivo 2018.

**Claro.** Se da a conocer la problemática de forma coherente que se presenta en la empresa Merwe S.A. por una mejora propuesta en su atención al cliente.

**Evidente.** Se ha evidenciado dentro de la empresa Merwe S.A. que se requiere de forma urgente la implementación del usuario implementando una nueva propuesta de Atención al Cliente.

**Relevante.** Aporta una aplicación como sistema informativo que ayuda con reclamos y sugerencia para mejorar la empresa.

**Concreto.-**Tener información precisa y actualizada permitiendo que el operador revise como es la satisfacción del cliente hacia la empresa.

**Factible.** Se planteara con una encuesta que ayuda para calificar el personal que trabaja en la empresa.

## **1.6 OBJETIVOS**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Proponer el diseño de un programa informático para la mejora del servicio al cliente de la empresa Merwe S.A.

### **1.6.2 OBJETIVO ESPECIFICO**

- ❖ Fundamentar los aspectos teóricos mediante módulos que se ingresa en el sistema de información web
- ❖ Identificar la situación actual de actividades que se realizan dentro de la empresa Merwe S.A.
- ❖ Proponer un plan de mejora para comunicar futuras notificaciones dando estándares de calidad en una versión actualizada.

## 1.7 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo se enfocará en estudiar los métodos de calidad en el servicio que se ofrece La empresa Merwe S.A. es una compañía que tiene como capacidad de atender proyectos asignados a nivel nacional. Utilizando la tecnología y la innovación para ofrecer soluciones en un amplio rango de necesidades.

El objeto social de la compañía es principalmente la venta al por mayor y menor de equipos de comunicaciones y el servicio de instalación de telecomunicaciones participando activamente en proyectos importantes como Claro fijo, prestando servicio de instalaciones de televisión, teléfono e internet en la red HFC.

Merwe presenta con varias áreas de trabajo: instalaciones, mantenimientos, cancelados, bodegas, gerencia, recepción, contabilidad y coordinadores. Además la compañía trabaja con una amplia aplicación de Citrix XenApp que permite hacer el registro diario del material. Al paso de los años la empresa ha incrementado el número de cuadrillas para el área de instalaciones y mantenimientos ya que así se obtiene una atención eficaz.

Sin embargo debido a los reclamos constantes que notifican los clientes de cómo fue la atención que recibió por parte del técnico o en algunos de los casos le dejan mal instalado el servicio, están bajando los estándares de calidad.

En la actualidad la empresa presenta problemas en la atención que se le da al cliente en el momento de instalarle un servicio, en ocasiones los instaladores no dejan al cliente totalmente conforme de cómo lo atendieron, es por eso que se desea crear un módulo en el cual el cliente pueda dejar sus sugerencias o quejas y así poder controlar y retroalimentar con una información adecuada a las personas que tienen contacto físico con el solicitante.

Por lo cual en el presente proyecto de investigación se pretende implementar un sistema de medición de la satisfacción del cliente, el cual



consiste en incorporar una herramienta ofimática la cual es una encuesta de satisfacción que llegara a los usuarios y podrá ser completada desde teléfonos celulares o PC.

Con esta herramienta se podrá mejorar la calidad de atención al cliente que brinda la empresa Merwe S.A., así como también innovar y desarrollar nuevos productos que se adapten a las necesidades reales del usuario y encontrar mecanismos para solucionar las externalidades que afectan al servicio.

## **1.8 Viabilidad**

En el presente proyecto se determinará la viabilidad del proyecto en distintas dimensiones como pueden ser técnica, social, económica, ambiental o política, con lo cual se podrá apreciar cual será el alcance de trabajo y cuál será la dependencia que este mostrara con respecto a los recursos que se implementaran dentro de estos recursos se contemplan tres tipos humanos, materiales y financieros. A continuación se presenta la viabilidad en las dimensiones antes descritas:

### **1.8.1 Viabilidad Técnica**

A continuación se realizara el detalle tanto cualitativo como cuantitativo de los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo del presente proyecto de investigación:

**Tabla 1.**  
*Recursos Humanos y Materiales*

<b>a. Recursos Talento Humano</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Designación</b>	<b>Funciones a realizar</b>
1	tutor	Coordinación y tutoría
1	Estudiante	Elaboración del proyecto de titulación
<b>b. Recursos Materiales</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>A utilizarse en:</b>
1	Proyector	Proyección de las diapositivas durante la sustentación del proyecto
1	PC portátil	Elaboración del proyecto y uso en conjunto con el proyecto
1	Impresora	Impresión del proyecto
1	Cartucho de tinta continua	Impresión del proyecto
3	Anillados	Entrega a revisores del proyecto
1	Empastado	Entrega del proyecto final

Con la realización del presente proyecto investigativo se pretende extender los campos de investigación del instituto así como también mejorar el sistema de calidad de atención al cliente de la empresa Merwe S.A. siendo estos los beneficiarios directos del proyecto.

### **1.8.2 Viabilidad Socio-Cultural**

El proyecto en viabilidad socio cultural pretende generar un amplio impacto cultural puesto que en nuestro país las tics se volvieron parte de las diversas culturas tanto que estas emplean los servicios de internet para realizar campañas de promoción y difusión de sus culturas, al dar seguimiento a la satisfacción de los clientes se podrán brindar planes que den satisfacción a las necesidades de los clientes.

### **1.8.3 Viabilidad Económica**

Con la globalización y el desarrollo de nuevas técnicas de atención al cliente, se volvió sumamente importante dar seguimiento a la satisfacción del cliente, por lo cual actualmente existen muchas instituciones que emplean encuestas de satisfacción ya sea por llamadas telefónicas o inmediatas al servicio entregado, pero son muy pocas las empresas que realizan la corrida de este tipo de encuestas a través de medios electrónicos.

LA evaluación de los resultados obtenidos tras la realización de dichas empresas podría dar una amplia ventaja competitiva a la empresa Merwe S.A. debido a que esto le permitirá desarrollar planes de mejoras para su servicio a la vez que le permitirá innovar en el mercado.

### **1.8.4 Viabilidad Ambiental**

Debido a que estas encuestas de satisfacción se realizaran bajo la figura de una herramienta ofimática, no producirá contaminación o desperdicio de papel, por el contrario la polución será muy baja, la utilización de energía en la institución será reducida ya que se remitirá un link a través del cual los usuario realizaran la evolución del servicio recibido ya sea en sus Smartphone o pc's.

### **1.8.5 Viabilidad Institucional y de Gestión**

Dentro de la institución las encuestas serán implementadas a través de la app instalada en las Tablet que normalmente emplean los técnicos y se generara un link para cada usuario una vez registrado los datos pertinentes y posterior al servicio prestado.

Para la correcta implementación del presente proyecto se requiere de acciones coordinadas del departamento de atención al cliente y el departamento técnico que es de donde provienen los técnicos que llevaran la responsabilidad de facilitar el formulario de evaluación a los

clientes. Además de la respectiva sociabilización de la herramienta.

Con respecto a la evaluación de los resultados obtenidos en las encuestas será necesario de una coordinación del departamento de atención al cliente y el de desarrollo e innovación, para sí generar nuevos servicios y mejorar la atención que se brinda a los usuarios.

### 1.8.6 Viabilidad Financiera

Con respecto a los recursos antes distintos se requiere de determinados costos los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 2.**  
*Costo y Financiamiento*

<b>a. Costos</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valores Unitarios</b>	<b>Subtotal (USA)</b>
<b>3</b>	Anillados	\$10,00	\$30,00
<b>1</b>	Cartucho de tinta	\$35,00	\$35,00
<b>1</b>	Trabajo empastado	\$15,00	\$15,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$80,00</b>

### **b. Financiamiento**

El Financiamiento es responsabilidad del autor del presente proyecto de titulación debido a que este se convertirá a un aporte para las líneas de investigación del Instituto.

### 1.8.7 Viabilidad Política

Las políticas del país favorecen a la implementación de este proyecto ya que tanto en la Constitución de la República del Ecuador como en el Plan Nacional del Buen Vivir se promueve la innovación así como también el desarrollo sostenible, para lo cual es necesario que la empresa tenga un puente de comunicación con el usuario, en este caso esta herramienta ofimática servirá de puente entre ambos.

## **CAPITULO II**

### **2 MARCO TEORICO**

El ser humano en el transcurso del tiempo se vio en la necesidad de idear formas que le ayudasen a llevar un mejor control de los alimentos que eran cultivados y utilizados en tiempos de sequía, es así como surge el problema de los inventarios ya que estos alimentos debían ser repartidos en iguales cantidades para todos y debían alcanzar el mayor tiempo posible.

La base de toda empresa dedicada a la compra y venta de bienes es el servicio, es aquí donde se ve la necesidad de tener un mejor control y registro, a través del tiempo se ha visto la constante evolución de la informática y la computación que ayudado significativamente a las personas y empresas a tener un mejor manejo y control del servicio.

En el ámbito nacional el desarrollo de la informática creció desde el momento que se dio más apertura a las telecomunicaciones en especial del internet ya que a través de este medio las personas y empresas tuvieron más acceso a información de tecnología y programas que se enfocaban en diferentes actividades lo que obligó a traer personas de otros países cercanos que ya tenían conocimientos de programas como en el caso de los bancos y esto sirvió para comenzar el desarrollados de programas y aplicaciones locamente.

#### **2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **2.1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

###### **2.1.1.1 *Calidad de servicio***

Para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención al cliente. Así cuando un interlocutor habla por teléfono tiene que hacerlo sonriendo, y además proporcionando sin demoras la información

adecuada que oriente a la persona que ha llamado hacia el interlocutor idóneo. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía.

EJEMPLO:

Si se desea adquirir un servicio a un centro de telecomunicación donde el encargado recibe al usuario estupendamente, y a otra donde se ofrece un producto más competitivo, probablemente el cliente se quede con la segunda. Pero si fuese posible ¿Por qué no ofrecer las dos cosas?

Servicio no significa servilismo aunque, a veces, se tiendan a confundir ambos términos. Esto explica en parte la actitud de ciertos vendedores de grandes empresas que se limitan únicamente a atender bien a los clientes sin tener en cuenta sus necesidades. No hay que olvidar que sin clientes no hay empresa, y sin servicio no hay clientes.

#### **2.1.1.2 *Historia de encuestas para satisfacer necesidades del cliente***

En cierto modo, la experiencia de Cook era un resumen de la historia de los negocios. Allá por la época en la que cualquier negocio era pequeño por definición, cualquier propietario podía saber lo que los clientes sentían y pensaban con solo mirarlos. Le conocía uno a uno. Podía ver con sus propios ojos lo que les hacía felices y lo que les enfadaba. La opinión de sus clientes le llegaba instantánea y directamente y si no quería perder su negocio más le valía tenerlo en cuenta.

Pero pronto las empresas crecieron tanto que sus dueños y directivos no podían ya conocer a todos sus clientes. Estos entraban y salían; subían y bajaban, como la marea. Al no contar con una herramienta para medir que los consumidores pensaban o sentían, los directivos de las empresas se centraron, lógicamente, en cuanto gastaban sus clientes, algo que si era fácil de medir. Si nuestros ingresos crecen y ganamos dinero, parecían pensar, debemos de estar haciéndolo bien.

Más tarde desde luego, y en concreto tras la aparición de los ordenadores, las empresas empezaron a intentar valorar las actitudes de sus clientes de un modo más directo. Se hicieron ayudar por firmas de investigación de mercado que llevaran a cabo encuestas de satisfacción. Trataron de contabilizar sus tasas de retención de compradores. Estos esfuerzos acarrearán tales complicaciones que, salvo los directivos de marketing, ningún otro quiso, sabiamente, prestarles ninguna atención. Las tasas de retención, por ejemplo, contabilizan cuantos usuarios dejan de serlo, a qué ritmo se queda una empresa sin clientes, pero no contribuyen a responder a una pregunta de igual importancia, a qué velocidad se captan nuevos clientes. Son un indicador de actitudes particularmente pobre cuando nos encontramos con clientes que están atrapados en una firma por sus elevadas penalizaciones por cambio de proveedor o por otras barreras de salida.

Las mediciones obtenidas a través de encuestas convencionales de satisfacción de clientes son menos fiables aun. La relación entre las tasas de satisfacción y los comportamientos reales de los consumidores, y entre las tasas de satisfacción y el crecimiento de una empresa está muy poco definida. De ahí que los inversores casi siempre ignoren los informes sobre satisfacción de usuarios. Así, mientras proseguíamos nuestro estudio de la fidelidad, buscábamos una medida mejor; un indicador simple y práctico de lo que piensan y sienten los clientes al hacer negocios con una empresa. Queríamos encontrar un número que relacionara de modo fiable estas actitudes con los comportamientos reales de los clientes, y con el crecimiento de la empresa en cuestión.

Y difícil tarea resultó ser la búsqueda, esta comenzó utilizando las 20 preguntas que formaban “la prueba de fuego de la fidelidad”, una encuesta diseñada por Bain hace años para valorar el estado de las relaciones de una empresa con sus clientes. Después fue necesaria la ayuda de Satmetrix Systems, una firma de desarrollo de software para la captación y análisis de opinión de clientes en tiempo real.

El proceso comenzó cuando se presentó esta prueba a miles de clientes (extraídos de listas públicas) de seis sectores distintos: servicios financieros, cable y telecomunicaciones, informática personal, comercio electrónico, seguros para automóviles y proveedores de servicios de internet. Después construimos el historial de compras de cada individuo encuestado. Adicionalmente se pidió a los participantes en las encuestas que contaran situaciones en las que hubieran recomendado a alguien comprar a la empresa en cuestión.

### **2.1.1.3 Evolución de las telecomunicaciones**

Para las ciencias de la ingeniería, es muy importante disponer de los datos estadísticos puntuales, desde donde se podrá visualizar su estado estático en cada momento, como una foto de cada tiempo histórico, por lo que más interesa de estos datos es poder hallar las tendencias.

En la republica argentina en solo una década se pasó a disponer de un servicio telefónico fijo en 1990 con solo tres millones de líneas instaladas, alcanzando a su término, en 1990 unos ocho millones de aparatos. Se pasó al mismo tiempo, desde un servicio móvil casi inexistente, a poder disponer de unos cuatro millones de terminales. Al finalizar el año 2013 se estiman alcanzar las diez millones de líneas fijas y el servicio celular llegar a los sesenta millones de terminales activos.

Se pasó a gestionar primeramente el servicio de telefonía, a usufructuar múltiples servicios de las telecomunicaciones, y mediante la movilidad se ha logrado el objetivo de disponer de cualquier servicio en cualquier lugar. Esta experiencia nacional se ha repetido en mas o menor proporción, para todas las administraciones del mundo.

### **2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES**

A continuación se procede a realizar la respectiva sustentación teórica de todos los términos referentes a la atención al cliente puesto que nuestro proyecto consiste en medir la calidad de servicio al cliente en la



empresa Merwe, antes de adentrar en el análisis de atención al cliente se analizará la significancia que tiene la calidad en un producto o servicio:

La calidad de un producto tiene muchos factores en su producción para ofrecer al consumidor lo que realmente necesita del producto para satisfacer sus necesidades. Lo cual depende de cómo éste responda a las preferencias y a las necesidades de los clientes, por lo que la calidad es adecuación al uso de sí mismo en la actualización de los roles presentados a un consumidor. (Carrasco, 2010)

Lo que quiere decir es que los productos o servicios que se ofertan en el mercado tienen la función de satisfacer nuestras necesidades por lo cual la calidad es el nivel de satisfacción que estos productos o servicios nos brindan, en el momento en que estos no cumplen con nuestras expectativas se los considera de bajas calidad, para que un producto sea considerado de calidad este debe tener una alta facilidad para adaptarse a las exigencias o medios en los que será empleado.

Existen factores que influyen en la calidad de un producto o servicio los cuales reciben la denominación de dimensiones las cuales pueden ser técnicas, humanas y económicas la dimensión técnica hace referencia a tecnología que emplea el producto o servicio, la dimensión humano se refiere a la relación que existen entre el consumidor y la empresa y por último la dimensión económica que se refiere al ahorro en costos tanto para el cliente como para la empresa.

Existen otros factores que se relacionan con la calidad del producto o servicio contratado estos factores son la cantidad justa de lo que se produce y se ofrece, la rapidez en la entrega de los pedidos o ejecución de los servicios y los precios exactos o justos con relación a la oferta y demanda del mercado.

Otro concepto inherente al presente trabajo investigativo es servicio de atención al cliente que recibe la siguiente definición por Humberto Serna,

en su libro Servicio al cliente: Método de auditoria y medición: "El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos" (Serna, 2003).

El servicio al cliente posee rasgos característicos entre los cuales tenemos que es intangibles es decir que se basa en la percepción del cliente y las expectativas de la empresa, es perecedero lo que hace referencia a que en el momento que se produce se lo contrata y de manera inmediata se consume, tiene el tinte de ser continuo ya que es producido y vendido por el mismo ente es decir quien lo produce es también quien lo provee.

Se considera que el servicio de atención al cliente es integral ya que todo el contingente y colaboradores de la empresa serán responsables de la satisfacción o insatisfacción del cliente, la promesa de satisfacción que se brinda a un cliente es un indicador clave para medir la satisfacción del cliente lo que hace que este se convierta en el centro del servicio brindando así plena satisfacción a las necesidades y expectativas del cliente.



Figura 1. Características del servicio al cliente

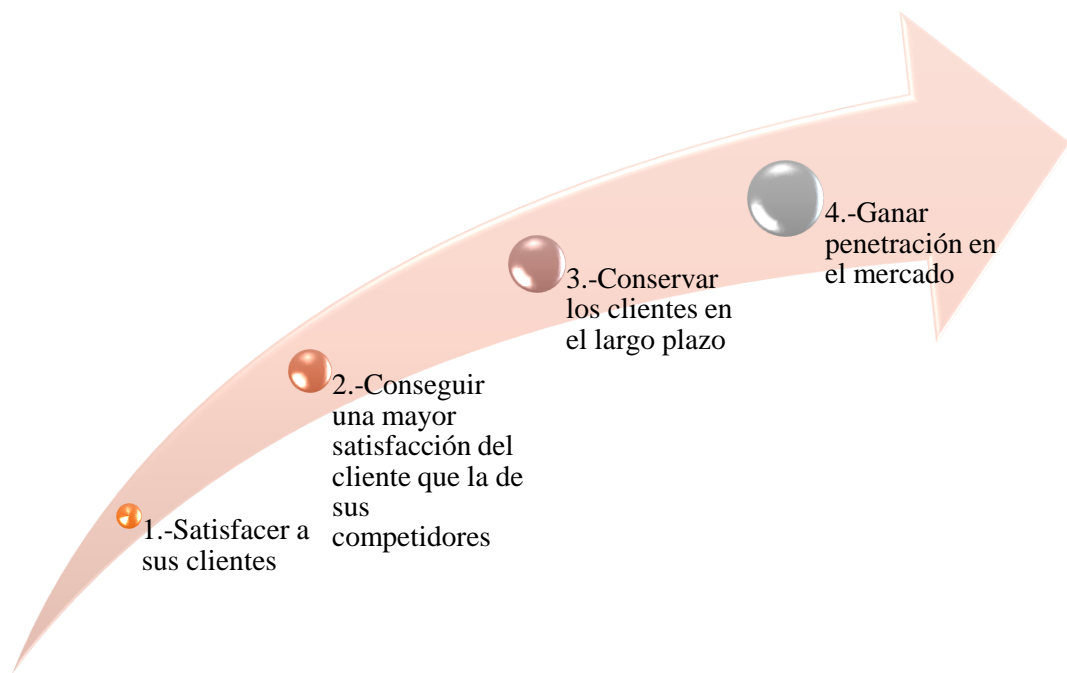
### **2.1.3 Metas a cumplir con calidad de servicio**

No obstante las nuevas facilidades introducidas requieren el mantener por lo menos la misma calidad de servicio prodigada anteriormente. Los operadores deben cumplir metas obligatorias de llamadas concretadas, no interrumpidas, fallas reparadas en tiempo y forma, etc. se requiere proveer información difundida en tiempo real, para la telefonía y la televisión, donde el usuario final obtendrá eficiencia con una infraestructura de red que implemente productos y soluciones que manejen transferencia de la información de manera confiable, eficiente y con capacidad en banda ancha suficiente suficientemente garantizada. Todas metas de servicio no siempre cumplidas.

La capacidad de la red móvil y con acceso a internet, dependen de la disponibilidad necesaria en la red fija, por lo que esta se desarrolla acompañando su crecimiento, cumpliendo al mismo tiempo parámetros, normas y las especificaciones dictadas internacionalmente por la ITU.

Implementar servicios de tercera generación, como las computadoras, Tablet, celulares inteligentes (Smartphone) y la wifi global, ampliara el acceso móvil para los servicios de multimedios. El paradigma del negocio móvil se observa en nuestra sociedad a cada momento y en cualquier lugar. Su uso hace a una más óptima economía productiva de los pueblos, con la agilidad en el tratamiento de la información, y fundamentalmente a un mejor bienestar público.

El servicio de atención al cliente tanto a nivel mundial como a nivel nacional ha tomado gran importancia en los últimos años, debido a esto se crearon 4 metas que son de gran incidencia en la vida de un negocio a continuación se muestran las 4 metas claves a seguir para lograr satisfacer a un cliente:



*Figura 2. Metas claves para satisfacer al cliente*

Para que una empresa pueda alcanzar las metas anteriormente descritas debe brindar a los clientes un valor agregado el cual debe mejorar continuamente, partiendo del hecho de que el valor está relacionado con el precio, ya que los clientes ya no contratan servicios fijándose en el precio sino en la calidad, esto debido a que los clientes comparan el servicio con el de la competencia y posteriormente revisan el precio para verificar que el servicio que se ofrece este acorde al precio.

Para alcanzar la segunda meta es necesaria contar con una amplia ventaja competitiva la cual debe ser impulsada por las expectativas y necesidades de los clientes; la satisfacción a través de la excelencia en el servicio es una manera importante de tener una ventaja competitiva.

La tercera meta que es la conservación de los clientes o dicho de otra forma la fidelización de los clientes es factor importante del éxito competitivo y está estrechamente ligado con la calidad y la satisfacción del consumidor. En la fidelización del cliente las características del producto o el paquete de beneficios que tiene el servicio tienen mucha influencia en la primera venta que se hace; debido a que, los clientes no

tienen conocimientos de los problemas de calidad que estos puedan presentar. Sin embargo, la calidad del producto y del servicio rendido durante la vida del producto determina la cantidad de eventos subsecuentes.

Lo mostrado hace referencia solo a la calidad y servicio al cliente, pero cuando se habla de calidad en el servicio de atención al cliente toma la siguiente definición:

Son los requerimientos que satisfacen las necesidades y deseos del cliente en la contratación y uso para cumplir con sus expectativas. Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, del servicio. (Carrasco, 2010)

Es decir que es el grado de satisfacción que genera el servicio a los clientes con respecto a sus necesidades, lo cual se consigue cuando el servicio genera un beneficio intangible al cliente por el valor pagado y brindar una amplia fiabilidad para así lograr fidelizar a los clientes.

Para poder mejorar el servicio de atención al cliente en la empresa MERWE S.A. se pretende implementar un programa informático que permita realizar encuestas periódicas que permitan dar un seguimiento a la satisfacción del cliente y así mejorar la relación entre el cliente y la empresa, tomar acciones tanto preventivas como correctivas y por último conservar a largo plazo a los clientes.

El sistema de encuestas periódicas se realizará a través de un programa informático elaborado el cual será remitido al cliente a través de un link, con el objetivo de que estos realicen la evaluación del servicio prestado ya sea desde una PC o un Smartphone.

XAMPP es considerado el entorno más popular de desarrollo, una con PHP. XAMPP se convierte en una distribución de Apache que se caracteriza por ser completamente gratuita y fácil de instalar, dentro del paquete de instalación se encuentran desarrolladores Web como

MARIADB, PHP, PERL. El paquete de instalación de XAMPP fue diseñado para ser increíblemente fácil de instalar y usar. (Aubry, 2016)

En el presente proyecto investigativo emplearemos PHP (Personal Home Page Tolls), el objetivo de desarrollar una web dinámica, que permita una mejore interacción con los clientes. “La versión original de este programa se creó en 1994 interpretaba un número limitado de comandos, lo creo Rasmus Lerdorf, tuvo gran acogida puesto a que muchos usuarios lo solicitaban para procesar formularios” (Eslava, 2013).



Figura 3. Secuencia de PHP  
Nota. Tomado de “El nuevo PHP paso a paso”

Para brindar la estética necesaria a la plataforma en la cual se presentará la encuesta de satisfacción se empleara HTML5, este lenguaje es empleado en un sin número de aplicación y no solo permite dar estética sino también modernizar la web. Debido a que su alto nivel de compatibilidad con muchos dispositivos no es necesario que se instalen plugin para poder manipularlo.

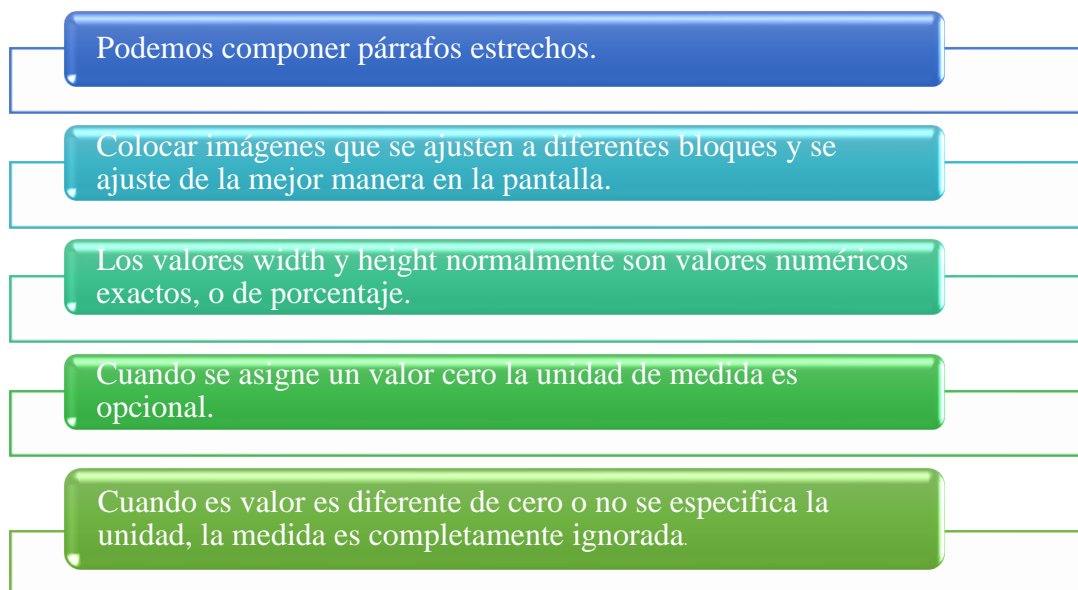
HTML5 es considerado por muchos el futuro único lenguaje de programación que permitirá producir webs rápidas y ligeras, lo que beneficiaría al funcionamiento de los Smartphone, esto se debe en buena

parte a la innovación de sus etiquetas, existen muchas aplicaciones y aspectos que deberán ser tomados en cuenta para obtener un buen desarrollo del sitio web. (Torres, 2014)

Teniendo en que HTML5 no trabajo solo cuando lo que se busca es realizar un trabajo con alto nivel de profesionalismo, se recurre a la implementación de tecnologías de apoyo como por JAVA Script, JQuery, CSS3, estos en combinación con HTML5 consiguen un desarrollo web más eficiente y eficaz. Para el caso del presente proyecto investigativo se utilizará HTML5 en combinación con CSS3.

EL CSS3 nos permitirá normalizar los estilos puesto que como se mencionó anteriormente HTML5 solo funciona en conjunto con este tipo de tecnologías, lo cual permitirá aplicar estilo a las etiquetas, en el caso de que algunas de las etiquetas del HTML5 coincida con las del CSS3 este aplicara el estilo definido. En pocas palabras CSS3 permite que los desarrolladores WBS controlen los estilos de múltiples páginas Web, el más mínimo cambio causará afectaciones con respecto a estilo a todas las páginas que se encuentren vinculadas.

Para entender la función que cumplirá el CSS3 es necesario explicar que es lo que modificara, cada etiqueta del HTML% posee un ancho y alto específico el cual suele estar en el contenido del documento Web, la función del CSS3 es modificar los valores y cualidades de estas etiquetas entre las acciones que puede realizar el CSS3 tenemos:



*Figura 4.* Acciones que pueden efectuarse con CSS3

Nota. Tomado de “Diseño con HTML5 y CSS3”

El CSS3 basa su funcionamiento a declaraciones sobre el estilo de uno o más elementos, cada hoja de estilo se compone de reglas aplicadas en un documento de HTML, una regla se compone de dos partes, una parte es el selector que es el elemento o etiqueta HTML que será modificada y la otra es la declaración la cual está compuesta por la propiedad que es un atributo que será modificado y el valor que es la asignación de recursos que se le dará a una propiedad, la sintaxis de una declaración es “Selector [propiedad: valor:]”. (Ramos & Ramos, 2011)

En nuestro país tenemos las siguientes clases de compañías, las cuales son personas jurídicas: en nombre colectivo, en comandita simple y dividida por acciones, de responsabilidad limitada, anónima y de economía mixta. Ahora bien la regulación de compañías en el Ecuador no señala una norma para clasificarlas como pequeñas o grandes, ni por números de trabajadores, ni valores de aportación.

La legislación ecuatoriana señala como máximo organismo de control y regulación a la Superintendencia de Compañías, las empresas objeto de supervisión de este organismo, tienen que cumplir con los siguientes requisitos como realizar la inscripción de la Constitución de la Compañía,



actualización de la información, elaboración y presentación de balances cada año, pago de la contribución anual.

En cuanto a impuestos (tributario – impositivo), el ente regulador es el Servicio de Rentas Internas (SRI), el cual clasifica a las PYMES dentro de dos grupos o tipos de contribuyentes: personas naturales o sociedades. A su vez, las personas naturales están clasificadas entre aquellas obligadas a llevar contabilidad y las no obligadas a llevar contabilidad. En este segundo grupo tenemos a todos los ecuatorianos y forasteros que lleven a cabo actividades de carácter económico y que presenten ganancias que superen el \$ 100.000 USD o que comiencen sus actividades con un capital que pase de los \$ 60.000 USD o que hayan tenido gastos mayores a 80.000 USD.

Estas empresas deberán llevar contabilidad obligatoriamente, firmada por un contador que se haga responsable y que cumpla con la ley para ejercer su actividad, esta contabilidad tiene que ser en idioma español y se la debe hacer en dólares americanos, según lo manda el Reglamento Para Aplicación de Ley de Régimen Tributario Interno, en su artículo. 37.

En cuanto a las sociedades, estas están obligadas a inscribirse en el RUC, producir y dar los documento que soportan la venta y que hayan sido permitidos por el Servicio de Rentas Internas, también tienen que hacer sus declaraciones de impuestos según la actividad económica que la empresa haya registrado.

Con respecto a la calidad de los servicios que se ofertan en el mercado ecuatoriano no existe una normativa exigible por parte del estado pero por lo general las empresas se guían al seguimiento de normas INEN o las más recientes que son las Normas ISO 9001 las cuales para la implementación y posterior certificación de la empresa solicitante exige procedimiento e identidad para documentos, de administración de datos, seguimientos de la satisfacción del cliente, aplicación de acciones preventivas y correctivas, operaciones relacionadas al abastecimiento de la empresa y contratación de empleados.

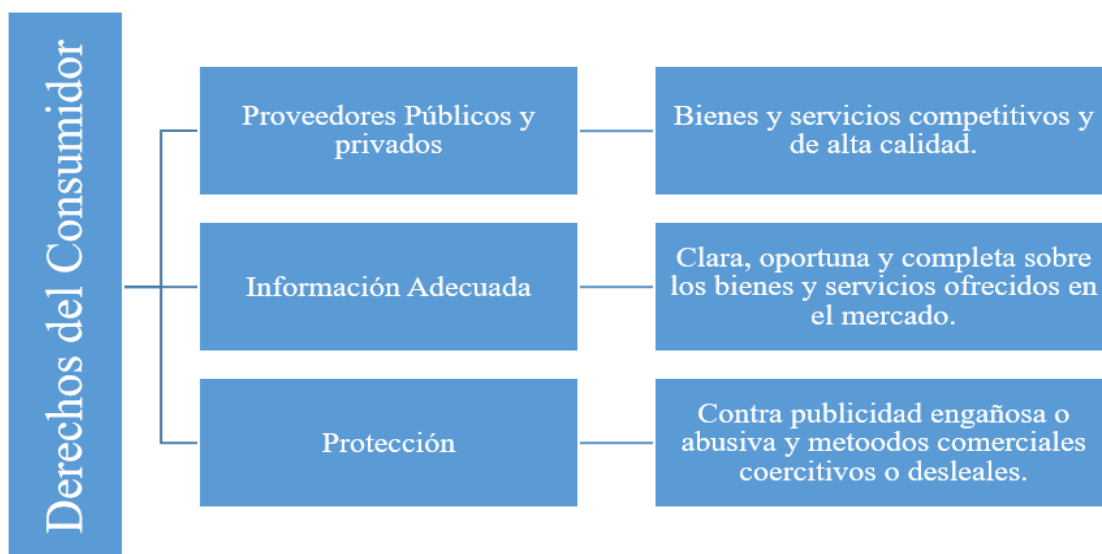
Además de debido a que la empresa Merwe, es una empresa de servicios informáticos o de telecomunicaciones este sector se encuentra regulado por el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y como ente auxiliar esta la Superintendencia de Control del Poder de Mercado para velar por los derechos de los usuarios haciendo que las empresas se comprometan a satisfacer al cliente a través del cumplimiento de la promesa de servicio o producto ofrecido.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Para el presente proyecto de investigación se citaran las leyes más sobresaliente con respecto a la calidad de servicio al cliente, para empezar se cita el artículo 58 de la constitución del Ecuador, en el cual se explica que cualquier institución que brinde servicios deberá realizar una medición de la satisfacción del cliente para posteriormente implementará un sistema de atención y reparación por el daño o perjuicio causado.

### **2.2.1 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

En el país existe un ley específica para regular los servicios que brindan las empresas las cual es la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor expedida en el año 2006, la misma expresa en el artículo 89 que las personas que se relaciones directamente con los consumidores deberán recibir capacitaciones constantes, para así planificar y satisfacer las necesidades de los clientes. A continuación se muestra las definiciones de personas usuarias y consumidoras:



*Figura 5. Ámbitos de Aplicación de los derechos del consumidor*

*Nota.* Tomado de “la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Las telecomunicaciones no solo en el Ecuador sino en todo el mundo experimentaron durante las últimas décadas una evolución progresiva. La constante evolución de los problemas, la respectiva resolución y las competencias de las altas directivas, quedaron detalladas en informes y en base a esos informales se dio origen a legislaciones para evitar o frenar la evolución de los problemas que se enfrentan cotidianamente.

A través del desarrollo de nuevas tecnologías cambiaron los motivos de queja: cada avance o incluso nuevo servicio se refleja en las demandas. Debido a esto existen problemas persistentes los cuales en su mayoría no son resueltos en su totalidad y otros que solo aparecen en una determinada etapa y que por lo general, no está comprendido en la cobertura de los usuarios. En la actualidad se pasó de la prestación de un servicio a un régimen de monopolio un mercado personalizado con muchos operarios en libre competencia.

El Ecuador no ha sido la excepción incluso existieron delitos informáticos y empresas que violaron los derechos de los ciudadanos por lo cual se originaron legislaciones. A continuación se presentan las principales legislaciones:

## 2.2.2 Código Orgánico Integral Penal – COIP

Como medida para salvaguardar información que las empresas de telecomunicaciones obtienen de parte de los usuarios así como también la privacidad los usuarios de incorporo dentro del COIP en la sección tercera los delitos contra la seguridad de los activos de los sistemas de información y comunicación, en el artículo 229 se establece la sanción que tendrá la persona que realiza el revelado de información que este contenida en la base de datos de una empresa, dicho artículo expresa lo siguiente:

La persona en beneficio del mismo o tercera persona, muestre información registrada en archivos, base de datos, mediante un sistema informático o de telecomunicaciones, exponga voluntaria e intencionalmente la intimidad y privacidad de la empresa será sancionada con 3 o 4 años de privación de libertad. El medio electrónico se ha convertido en la herramienta más común para cometer estos actos ilegales. (Asamblea Nacional , 2014)

A pesar de esto el delito informático no solo se trata de difundir información privada también puede ser por manipulación y mala utilización de la información de la empresa, lo cual se concentra en el artículo 230 y manifiesta lo siguiente:

La persona que en beneficio propio o de tercera persona, interceda, escuche, grabe, desvíe o modifique de cualquier forma sea por medio de un sistema informático u otro medio transmita a otras personas para obtener información privada de la empresa. Persona que copie datos, certificados de seguridad y con esto modificar algún sistema será sancionada de 3 a 5 años de privación de libertad. (Asamblea Nacional , 2014)

Otra manera de causar daño a una empresa es a través del ataque a su sistema informático, acto que no solo afecta a la empresa sino también

a intermediarios y a los clientes de manera directa, este delito es castigado por el presente código y en su artículo 232 expresa lo siguiente:

La persona que ingrese a un sistema informático para destruirlo, dañarlo o elimine algún dato causando un mal funcionamiento del mismo. En algunos de los casos vendiendo o distribuyendo información sin la autorización del autor. Será sancionado de 3 a 5 años de privación de libertad. (Asamblea Nacional , 2014)

Anteriormente se mostraron tanto las sanciones que puede tener una persona por perjuicio a una empresa de telecomunicaciones, a continuación se muestra la sanción que podría tener una empresa en caso de brindar un servicio fraudulento a los usuarios, para lo cual se revisará la sección cuarta que hace referencia a los delitos contra los derechos de los consumidores, usuarios u otros agentes de mercado, para lo cual se cita el artículo 235 que dice lo siguiente:

“Persona que por medio de información prestada de una empresa engañe al consumidor o usuario que desea obtener algún servicio mediante contratos falsos e identidad incorrecta” (Asamblea Nacional , 2014).

En este artículo se hace referencia a la empresa analizada en el presente proyecto de investigación, ya que consta con empleados ambulantes que ofertan planes a clientes potenciales en la calle. Sin embargo existen personas que obtienen información de la empresa para así distribuirse y engañar al cliente para obtener beneficios propios como: información amplia del cliente o beneficios económicos.

Por lo general la información de los clientes suele ser usada para intimidar y obtener un beneficio de parte de ellos, debido a esto en el Parágrafo segundo sección novena se hace referencia a los delitos contra el derecho a la propiedad argumentando en el artículo 185 de extrusión lo siguiente:

“Persona que en beneficio propio o de tercera persona, obligue a otra a realizar u omitir un acto con violencia e intimidación para perjudicar la empresa. Aún más si estas personas son discapacitadas o que padezca alguna enfermedad” (Asamblea Nacional , 2014).

Al pasar de los años los medios de comunicación han venido evolucionando satisfactoriamente, sin embargo se han presentado problemas respecto a los delitos informáticos entre estos los más comunes son: hacker, fraude informático, falsificación informática o sabotaje. Se los define como un acto delictivo que son utilizados mediante computadoras, redes o un sistema informático que se usan contra la integridad de la persona, intimidad o violación de datos.

Las infracciones informáticas fueron tipificadas por primera vez en el Ecuador mediante reformas al código penal efectuadas desde el artículo 57 al artículo 64, de la ley de comercio electrónico, firmas y mensajes de datos. En dicha ocasión se tipificaron los delitos contra la información protegida, la destrucción maliciosa de documentos, los daños informáticos, la apropiación ilícita, la estafa y la violación del derecho a la humanidad.

### **2.2.3 Plan Nacional del Buen Vivir**

En el Plan Nacional del Buen Vivir que se encarga de promover del desarrollo sostenible y potenciar el régimen de económico solidario y social, según la carta magna una de las obligaciones del estado es planificar las acciones necesarias para conseguir el progreso nacional, así como también promover la utilización sustentable de recursos y la riqueza para así poder acceder al buen vivir. A continuación se muestran los objetivos del buen vivir que se relación con el presente proyecto investigativo:

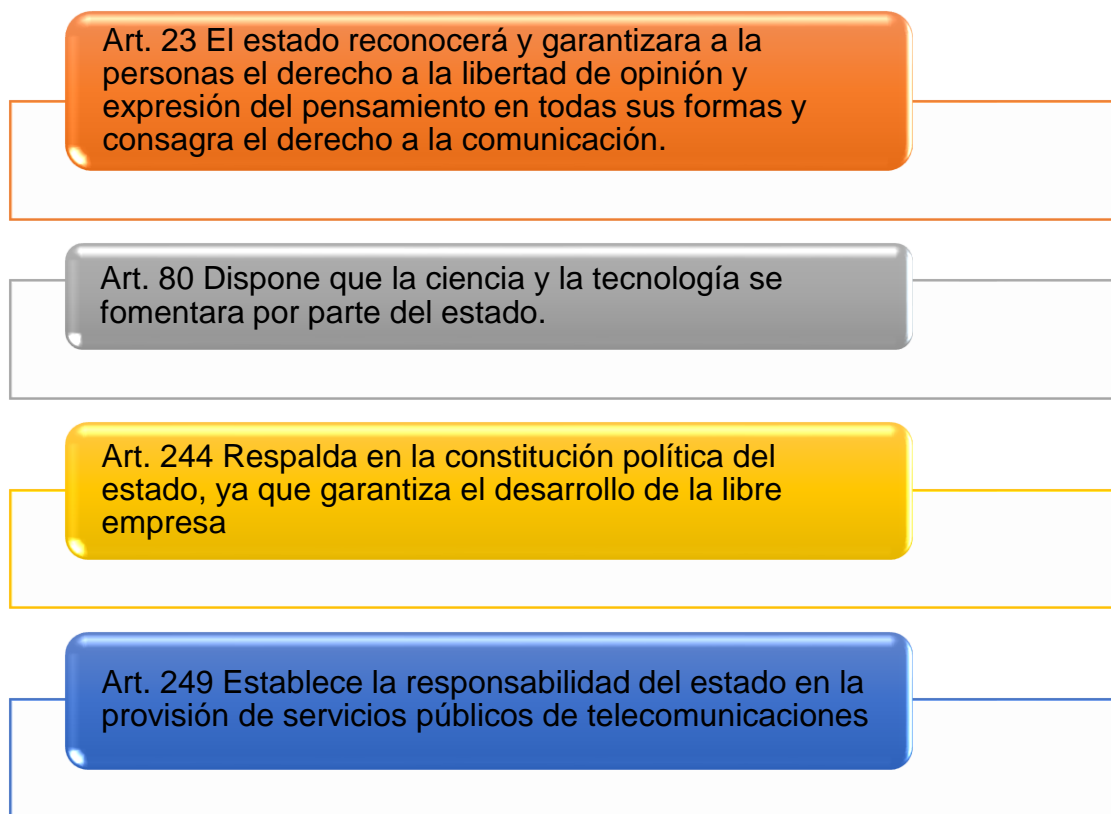
Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir	Objetivo 1	Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular, trata de fortalecer la regulación social que se requiere para la transformación de régimen en los ámbitos legales.
	Objetivo 2	Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad. Implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política.
	Objetivo 3	Mejorar la calidad de vida de la población, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del sistema nacional de inclusión y equidad social.

*Figura 6.* Relación de los objetivos del Plan del Buen Vivir con el servicio al cliente

*Nota.* Tomado del Plan Nacional del Buen Vivir

#### 2.2.4 Agenda Nacional De Conectividad

En el Año 2001 se crea la Comisión Nacional de Conectividad mediante el decreto ejecutivo No. 1781, este ente tenía el objetivo de desarrollar la Agende de conectividad, la cual presentaba los vestigios del comercio electrónico e implementación de las TICs en sectores como la educación y la salud. A continuación se presentan los artículos relacionados al tema propuesto:



*Figura 7. Agenda Nacional de Conectividad*

*Nota.* Tomado de “Agenda Nacional de Conectividad” adaptado por el autor

Mediante resolución No. 380-17- CONATEL del 5 de septiembre del 2000, se resuelve declarar como política del estado el acceso universal y el servicio universal dentro de los servicios de las telecomunicaciones, e impulsar la promoción del uso de la red de internet, como herramienta para el desarrollo cultural, social, político y económico del estado ecuatoriano.

### 2.3 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

**Variable Independiente:** Atención que recibe el cliente.

**Variable Dependiente:** Estándares de calidad.

### 2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES

**Calidad de servicio.-** se deriva de la definición de calidad y es la satisfacción de las expectativas y necesidades del cliente con respecto a un producto o servicio adquirido.



**Modelo de deficiencias.-** Es un concepto que define la calidad de servicio como una función de las discrepancias entre las expectativas que el cliente tiene sobre el servicio que recibirá y la percepción que tuvo sobre el servicio una vez que este se hizo efectivo.

**GAPS.-** Son las diferencias o brechas que existen entre situaciones, elementos o pensamientos relacionados entre sí.

**Discrepancias.-** Son las diferencias en cuanto al criterio que se tiene sobre un bien o servicio

**Percepción.-** es la primera impresión que se tiene frente a un estímulo en este caso es la impresión que genera la prestación de un servicio ya sea bueno o malo.

**Expectativas del cliente.-** Son los deseos o lo que esperar recibir un cliente tras la contratación de un servicio.

**Especificaciones de calidad.-** Son instrucciones claramente definidas para que todos los involucrado en la elaboración de un producto o prestación de un servicios sigan al momento de ejecutar las acciones pertinentes.

**Servicio real.-** Es la forma cómo se presenta el producto a la audiencia y qué características lo diferencian de la competencia. Esto permitirá que los clientes prefieran determinada marca en lugar de otra.

**Percepción de la empresa.-** Es la impresión que tiene la empresa con respecto al sistema de quejas y los hallazgos obtenido tras la medición de la satisfacción del cliente.

**Satisfacción del cliente.-** es la satisfacción que siente un cliente posterior a la contratación de un bien o servicio

**Ofimática.-** Son un grupo de técnicas o tecnologías que se implementan en las actividades de oficina.

**Codificar.-** acción de realizar un programa. Sinónimo de programar.

**Código.-** sistema artificial de caracteres y reglas que permiten el paso de una forma de información a otra. Por extensión, el código también es la representación de la información mediante el sistema.

**Código fuente.-** código escrito en lenguaje inteligible por el programador. Este lenguaje puede ser de alto o bajo nivel.

**Comando.-** cada una de las órdenes a las que responde un programa o que están incluidas en un lenguaje de programación.

**Depuración.-** proceso de eliminación de los errores de un programa.

**Aplicación web.-** en la ingeniería de software se denomina aplicación web a aquellas aplicaciones que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web a través de internet o de una intranet mediante un navegador.

**HTML.-** es un estándar que sirve de referencias del software que conecta con la elaboración de páginas web en sus diferentes versiones, define una estructura básica y un código (denominado código HTML) para la definición de contenido de una página web, como texto, imágenes, videos, juegos, entre otros.

**Usuarios.-** es aquella persona que usa algo, o que hace uso de algo ordinariamente, generalmente el usuario es un conjunto de permisos y de recursos (o dispositivos) donde puede tener acceso, el usuario puede no ser únicamente una persona, las máquinas pueden ser usuario o programas informáticos.

**Etiqueta.-** una instrucción HTML que indica a un navegador web como visualizar un documento. Las etiquetas se encierran entre corchetes tales como < HTML>.

**HTTP.-** protocolo de transferencia de hipertextos. Es un protocolo que permite transferir información en archivos de texto, gráficos, de video, de audio y otros recursos multimedia.

## **CAPITULO III**

### **3 METODOLOGIA**

La empresa Merwe S.A se dedica a instalar servicios de internet, tv pagada y telefonía fija, diariamente se baja actividades de la base de datos para distribuir a las cuadrillas a diferentes zonas de la ciudad. Mensualmente Conecel nos asigna un número máximo de actividades que se deben cumplir dándole así al cliente un servicio eficaz y eficiente.

#### **3.1.1 Misión**

La misión de una empresa no es más que el cumplimiento de todas las acciones establecidas en el plan de acción previamente elaborado, A continuación se presenta la misión de Merwe S.A.

“Cumplir con el número de actividades que nos asigna la empresa CONECEL ofreciéndole al cliente productos y servicios de calidad de manera eficaz y eficiente” (Merwe S.A., 2017).

#### **3.1.2 Visión**

La visión de una empresa es la fijación de una meta a largo plazo, lo cual en términos generales incluye el plan a través del cual esta alcanzara el desarrollo sostenible. A continuación se presenta la visión de Merwe S.A.:

“Ser la contratista que realice la mayor cantidad de actividades al día y que el cliente quede conforme con lo solicitado, ya que CONECEL cuenta con otras contratistas que prestan los mismos servicios” (Merwe S.A., 2017).

### 3.1.3 Valores

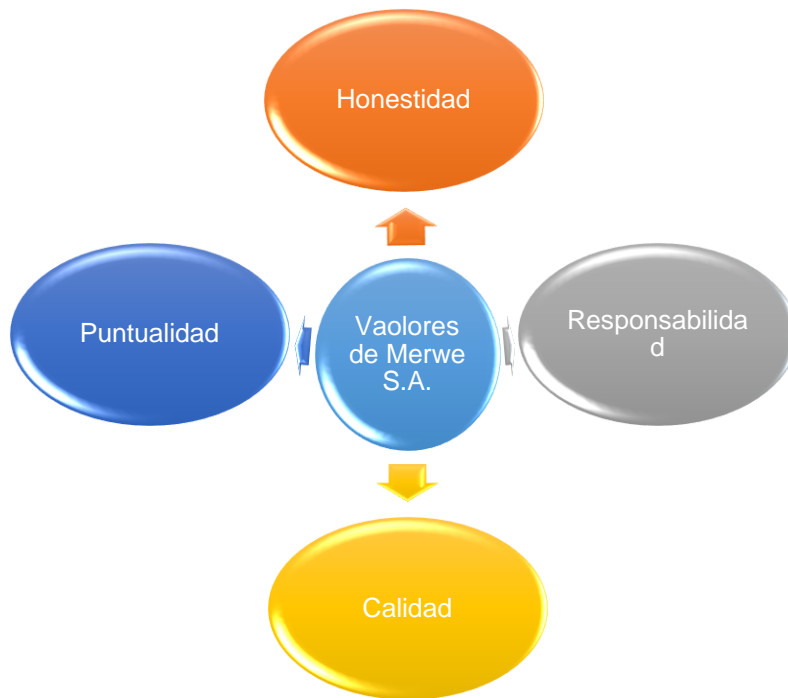


Figura 8. Valores de Merwe S.A.

### 3.1.4 Objetivos



Figura 9. Objetivos de Merwe S.A.

### 3.1.5 Ubicación geográfica

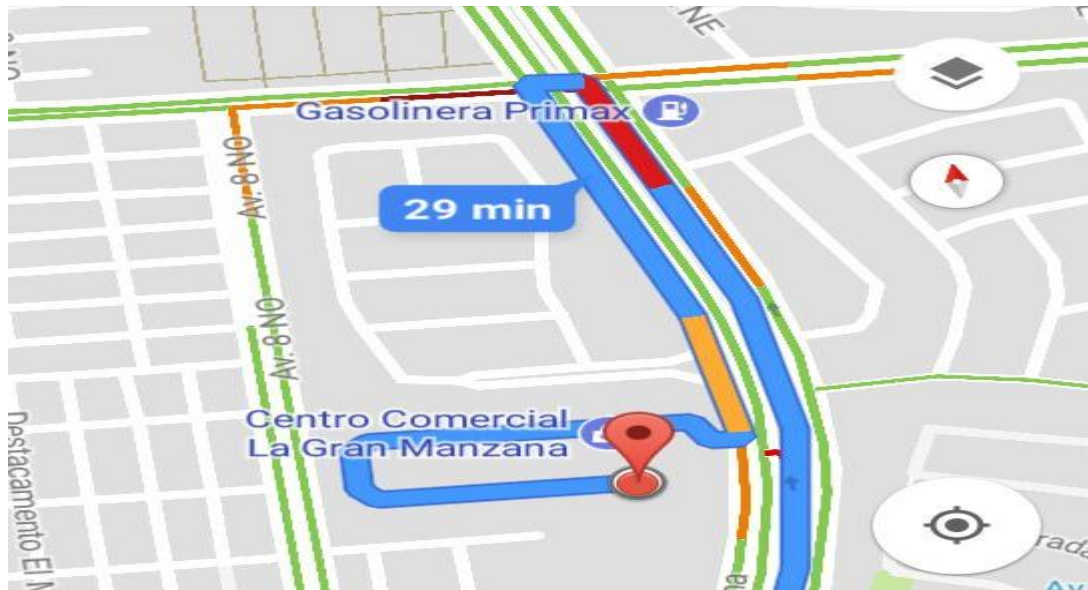


Figura 10. Ubicación geográfica de Merwe S.A.

Nota. Tomado de Google Maps

## 3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.2.1 Método Deductivo - Inductivo

Se recurre a este método de investigación por motivo de la modalidad de que esta investigación se realiza en el lugar donde ocurren los hechos en este caso en las inmediaciones de la empresa Merwe S.A. ya que se desea implementar un sistema electrónico que permita medir el nivel de satisfacción del cliente.

### 3.2.2 Método analítico

Se recurre a este método debido a que se analizarán los datos obtenidos en la encuesta con la finalidad de entender cuáles son las causas que originaron el problema objeto de estudio para posteriormente proponer posibles soluciones.

### **3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1 Investigación Exploratoria**

Este tipo de investigación es empleado debido a que se efectuará una investigación de tipo bibliográfica, la cual permitirá encontrar proyectos similares o afines al tema planteado, otro motivo por el que se la realiza es por la ejecución de encuestas a clientes y empleados de Merwe S.A.

#### **3.3.2 Investigación Descriptiva**

Emplear este tipo de investigación permitirá describir las características esenciales del problema objeto de estudio además de que a través de una observación realizada durante la exploración en la empresa se podrá describir a detalle la propuesta de solución.

#### **3.3.3 Investigación Explicativa**

Posterior a la realización de la descripción y exploración de las causales del problema, se presentará una explicación sobre el impacto que generaría la propuesta planteada, teniendo en cuenta que esta propuesta está enfocada a la realidad que enfrenta la empresa.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para el presente proyecto de investigación se empleara la fórmula de la población infinita, en donde para el presente estudio es el tamaño de las personas que adquieren o reciben servicio técnicos de la empresa Merwe S.A. para proceder al cálculo e del tamaño de la muestras se debe tener en cuenta ciertas propiedades y el margen de error en los resultados. En el cálculo del tamaño de la muestra se empleara la siguiente formula:

$$n = \frac{\sigma^2 Z^2}{E^2}$$

Para este cálculo se puede realizar una prueba piloto a un número de personas que puede ser de entre 20 y 30 personas, siguiendo las teorías del límite esta nos dice que la distribución de las propiedades siempre

tendera a ser normal, lo que nos indica que la información conseguida con la prueba piloto no está sesgada.

$$n = \frac{\sigma^2 Z^2}{E^2} = \frac{0.50^2 * 1.96^2}{0.05^2} = 384$$

### **3.5 Significado social y pertinencia de lo que se investiga**

El plan se estableció en la necesidad de saber cuál es la perspectiva que tiene lo usuarios de la empresa Merwe S.A. para lo cual se realizara en cuotas de satisfacción las cuales se realizaran para el presente estudio preliminar pero se espera se implemente a través de una plataforma que permita receptor la evaluación de los servicios brindados así como también recibir sugerencias.

Este estudio beneficiara a la empresa en el sentido que se plantea el diseño de una plataforma en la cual constara una encuesta de satisfacción que será remitida al consumidor luego de haber recibido el servicio, esta encuesta está diseñada en HTML por lo cual podrá ser completada tanto en una pc como en un Smartphone.

### **3.6 Diagnostico Actual de la problemática que se investiga**

Con el objetivo de saber cuál es el nivel de satisfacción y el nivel de aceptación de los usuarios de la empresa Merwe, se realizó una encuesta de aceptación del proyecto, la cual va dirigida al personal que labora dentro de la empresa entre los cuales constan 15 empleados, y para determinar las falencias de la empresa con respecto a la calidad de servicio que ofrece y así conocer las diversas necesidades y percepción que tienen los usuarios de la misma se implementó una encuesta de satisfacción con prueba piloto en la cual se encuestaran a 384 usuarios, teniendo en cuenta que esta encuesta de satisfacción en un futura constara dentro del sistema de evaluación que se desea implementar en dicha empresa.

### **3.7 Técnicas de investigación**

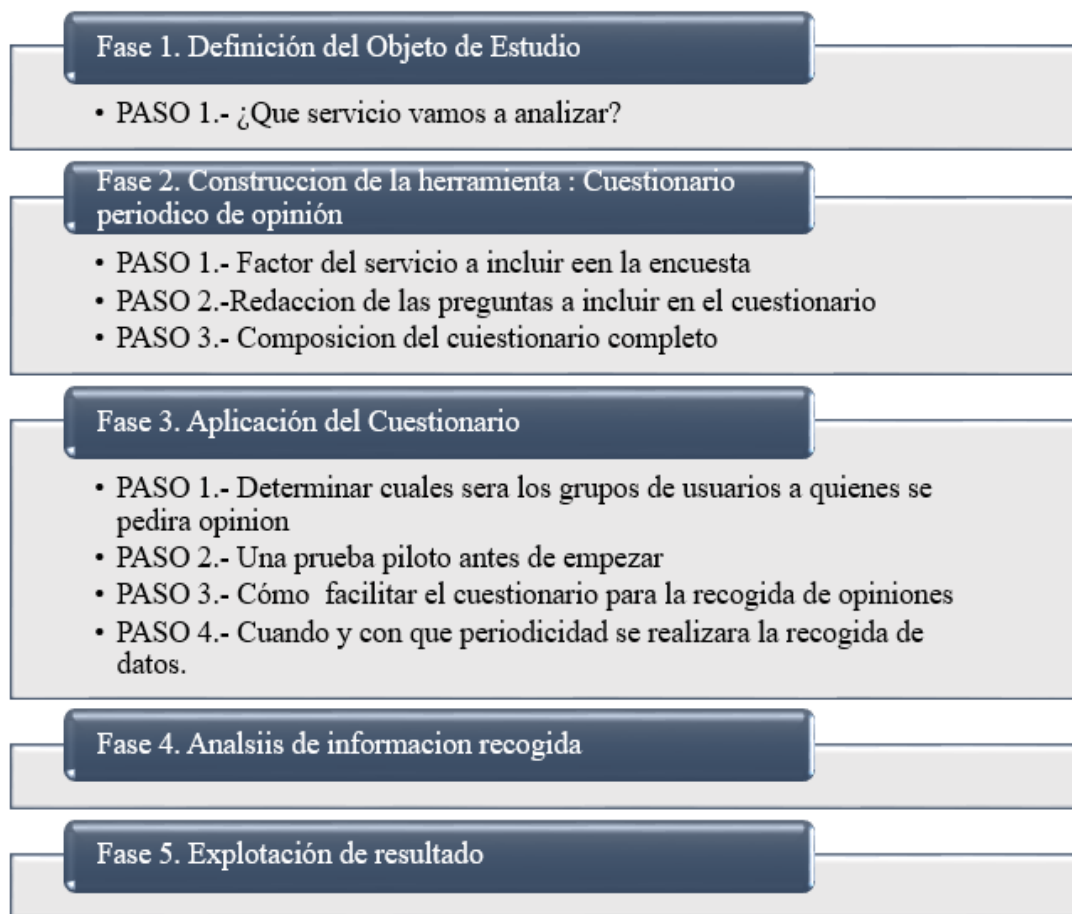
En este caso se recurre a la encuesta, la misma que se desarrollara será dirigida a los clientes que reciben o recibieron servicios por parte de la empresa Merwe S.A. ya sea por servicio técnico o contratación de paquetes multimedia en un determinado periodo de tiempo según el calcula la formula arroja que el tamaño de la muestra es de 384 usuarios de dicha empresa independientemente del sector donde habiente.

### **3.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Para poder efectuar la medición de la aceptación que tendrá el proyecto por parte del personal de la empresa Merwe S.A. y adicionalmente la percepción y satisfacción del cliente de la misma, se requiere de un diseño elaborado de intervención. Para el caso de los empleados de la empresa se recurre a un test de opinión que será realizado antes de la ejecución del proyecto para así tener una idea de cuales seria las principales complicaciones que presentaría la implementación del proyecto.

Para el caso de los clientes se realizara una evaluación periódica la cual se ejecutara posterior a la prestación del servicio, con lo cual se podrá saber ¿Quién opina? es decir quien está satisfecho con el servicio y quien no, si se logra una implementación exitosa se podrá obtener información por parte de una gran cantidad de usuarios sin necesidad de implementar grandes esfuerzos. A continuación se presenta la planificación para elaborar las encuestas:





*Figura 11.* Fases para la elaboración de las encuestas de aceptación y satisfacción

### **3.8.1 FASE I. Definición del objetivo**

Para desarrollar este punto en el caso de la encuesta de aceptación se deberá elegir el la institución y el o los departamentos a en los cuales se tomara información referente al proyecto. En el caso de la encuesta de satisfacción de debe elegir el servicio que será objeto de evaluación, en este caso será un análisis general del servicio prestado, para lo cual se realizaran preguntas relacionadas al servicio permitiendo conocer las causas de los puntos fuertes y débiles.

Concretamente se analizar el servicio al cliente que brinda la empresa Merwe S.A. es con respecto a la encuesta de satisfacción con respecto a la encuesta de aceptación los departamentos de los cuales se tomara opinión son el Departamento técnico y el de servicio al cliente.

### 3.8.2 FASE II. Construcción de la herramienta: Cuestionario de aceptación – satisfacción

Para el diseño de estas encuestas es necesario determinar las dimensiones que se pueden tratar en los respectivos cuestionarios, a continuación se presentan las 10 dimensiones universales:



*Figura 12.* Diez dimensiones universales

Nota. Tomado de “Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados” (Gobierno de Navarra, 2009)

Como primer paso para esta fase tenemos se diseñaran las preguntas en base a las dimensiones que sean necesarias para el caso de las encuestas de satisfacción estas serán diseñadas en base a las dimensiones de fiabilidad que hace referencia a una correcta ejecución de servicio al cliente, al tiempo que se refiere a la agilidad con la que se prestó el servicio y comunicación que hace referencia a la capacidad de guiar de la mejor manera al usuario a través de la información que se proporciona.

Para el caso de las encuesta de aceptación la encuesta ira relaciona a aspectos físicos tangibles que hace referencia a los equipos y el personal que se relaciona de manera directa con los usuarios. La otra dimensión es la competencia técnica a través de la cual sabremos cuanto conocimiento y disposición tienen los empleados con respecto a la implementación de tecnologías ofimáticas.

El segundo paso es la redacción de las preguntas que conformaran el formulario las cuales serán de opción múltiple. Por último en el tercer paso se toman las preguntas y se conforman los cuestionarios los cuales serán complementados con una pequeña introducción las respectivas opciones de respuestas y un agradecimiento. A continuación se presentan los dos cuestionarios.

## **Cuestionario de Aceptación**

Estimado personal de la empresa Merwe S.A., el siguiente cuestionario va dirigido para los departamentos técnicos y de venta, tiene como objetivo determinar el nivel de aceptación del proyecto “Medición de encuestas de satisfacción a través de herramientas ofimáticas” con el fin cuales serían las principales complicación que se enfrentaría en el manejo de herramientas ofimáticas por parte del personal que se relación de manera directa con los usuarios

**¿Considera que es importante desarrollar un sistema de medición del nivel de satisfacción del cliente?**

SI

No

Justifique su respuesta: -

---

**Desarrollar el proyecto de evaluación de nivel de satisfacción en los clientes de la empresa Merwe es:**

Necesario

Innecesario

Justifique su respuesta:

---

**¿Usted cree que es importante la implementación de herramientas ofimáticas para evaluar el desarrollo de las actividades?**

Muy Importante

Poco Importante

No es Importante

**¿Utilizaría esta herramienta?**

Si

No

**¿Tiene usted conocimiento sobre algún proyecto de la misma índole que se haya aplicado anteriormente en Merwe S.A.?**

Si

No

¿Cual? \_\_\_\_\_

Se agradece a usted por invertir un poco de su tiempo en completar la presente encuesta, la información proporcionada es confidencial y será empleada para mejorar la calidad de servicio de la empresa Merwe S.A.

## Cuestionario de opinión

### ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE

#### OBJETIVO:

El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tiene el usuario de la empresa MERWE S.A (contratista autorizada de Conecel) con respecto al servicio que recibió por parte de los departamentos que a continuación se detallan.

**1) ¿Cuáles de los siguientes factores le parecen preponderantes al momento de adquirir un servicio?**

A. Precio       B. Calidad       C. Prestigio

**2) ¿Indíquenos en qué departamento recibió el servicio?**

A. Call center – vía telefónica       B. Centro de atención a clientes

**3) ¿Usted realizó filas para recibir el servicio?**

A. Si       B. No

**4) ¿Si la atención brindada fue por medio de vía telefónica indique cuánto tiempo tuvo que esperar en el call center para ser atendido?**

A. 0 - 10 min

B. 11 – 20 min

C. 21 – 30 min

D. 31 – 40 min

E. 41 - 50 min

F. 51 – 60 min

Más de una hora

**5) ¿El paquete contratado estuvo acorde a lo que usted solicitó?**

A. Si       B. No

**6) ¿El ejecutivo de ventas le dio a conocer todos los beneficios que Claro tiene para usted?**

A. Si       B. No

**7) ¿La manera en que la funcionaria lo guio a usted como usuario en el servicio que se le brindo fue?**

A. Clara                       B. Normal                       C. Poco clara

**8) ¿Una vez finalizado el trámite que percepción tiene usted del servicio?**

A. Excelente   
B. Muy bueno   
C. Bueno   
D. Malo

**9) ¿Después de haber gozado de los servicios con claro. Que tan probable es que recomiende nuestros servicios?**

A. Lo recomendaría   
B. No lo recomendaría   
C. Poco probable

**10) ¿La atención que le ofreció el técnico en el momento de instalarle el servicio fue?**

A. Excelente   
B. Muy buena   
C. Buena   
D. Malo

Se agradece a usted como usuario, por brindarnos la información referente a nuestro servicio, su ayuda será de gran colaboración para mejorar e implementar nuevas teorías y nuevos conocimientos de calidad para el servicio de atención al cliente.

### **3.8.3 FASE III. Aplicación de los cuestionarios**

Como primer paso se determinan los grupos que serán encuestados como se mencionó anteriormente para la encuesta de satisfacción serán los usuarios de la ciudad de Guayaquil mientras que para la encuesta será el personal de los departamentos técnicos y de venta.

El segundo paso es realizar una prueba piloto con un número reducido de encuestados lo cual nos permitirá saber que tan fáciles de comprender son las encuestas que ser redactaron. El tercer paso es buscar la manera sociabilizar el cuestionario con los encuestados. Por último el cuarto paso es determinar en qué momento se realizar la ejecución de las encuestas y con qué periodicidad se realizaran las encuestas de satisfacción.

### **3.8.4 FASE IV. Análisis de la información recogida**

En esta fase de normalizan los datos obtenidos en la encuesta y se procede a realizar una valoración clara, precisa y objetiva con la intención de que estos en el caso de la encuesta de aceptación permitan saber que tan aceptada será esta nueva herramienta y en el caso de la encuesta de satisfacción cuál es la situación real con respecto al servicio de atención al cliente quien se brinda y percepción que estos tienen de la empresa. El análisis de los resultados obtenidos en las encuestas se presenta en apartados posteriores.

### **3.8.5 FASE V. Explotación de los datos**

En esta etapa ya se conocen los puntos fuertes y débiles, así como las causas que los ocasionan, posteriormente se realiza un análisis para determinar acciones preventivas y correctivos que permitan mejorar el servicio. El análisis de los resultados se presentara más adelante en el apartado de ANALISIS DE RESULTADOS.



## CAPITULO IV

### 4 Propuesta

El desarrollo del presente capitulo contempla el análisis de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a clientes y empleados de la empresa MERWE S.A., para posteriormente proceder a describir la propuesta. A continuación se presentan los resultados de la encuesta:

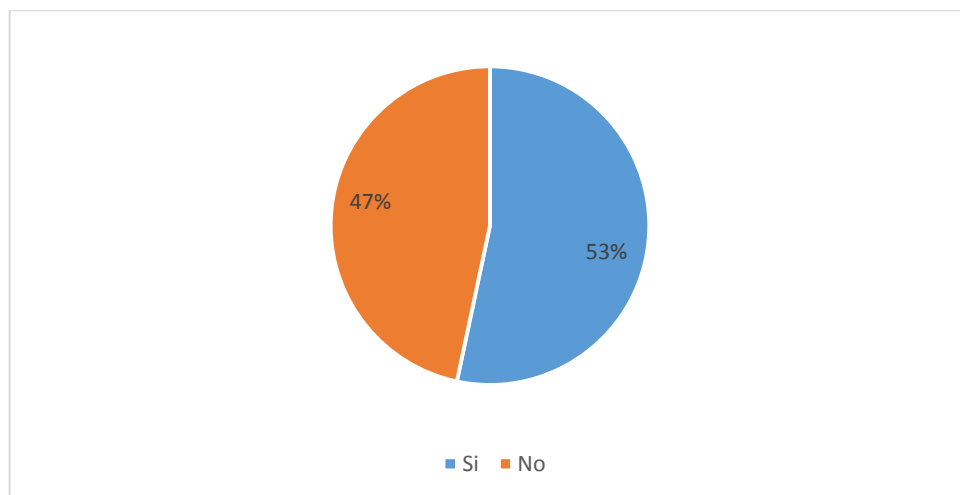
#### 4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

##### 4.1.1 Encuesta a empleados

1.- ¿Considera que es importante desarrollar un sistema de medición del nivel de satisfacción del cliente?

**Tabla 3.**  
*Importancia de la medición de satisfacción del cliente*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	205	53%
No	179	47%
Total	384	100%



*Figura 13.* Importancia de la medición de satisfacción del cliente

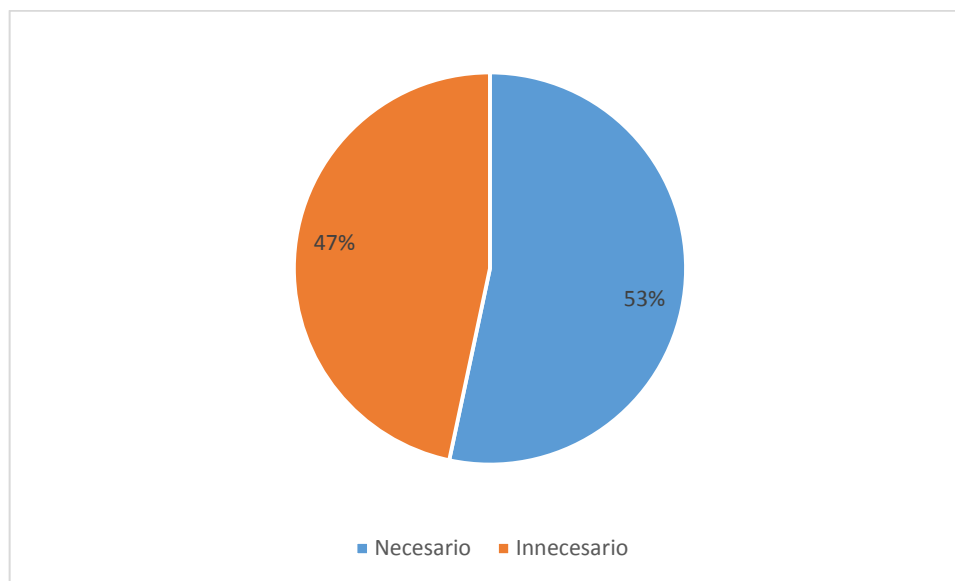
Con respecto a cuán importante les parece a los empleados la medición de la satisfacción del cliente 57% de los empleados piensan que es importante lo que se traduce a 205 empleados mientras que el restante un 43% cree que no es necesario que son 179 empleados.

**2.- Desarrollar el proyecto de evaluación de nivel de satisfacción en los clientes de la empresa Merwe es:**

**Tabla 4.**

*La Necesidad de evaluar la satisfacción en los clientes de Merwe S.A.*

Opciones	Resultados	frecuencia
Necesario	205	53%
Innecesario	179	47%
Total	384	100%



*Figura 14.* La Necesidad de evaluar la satisfacción en los clientes de Merwe S.A.

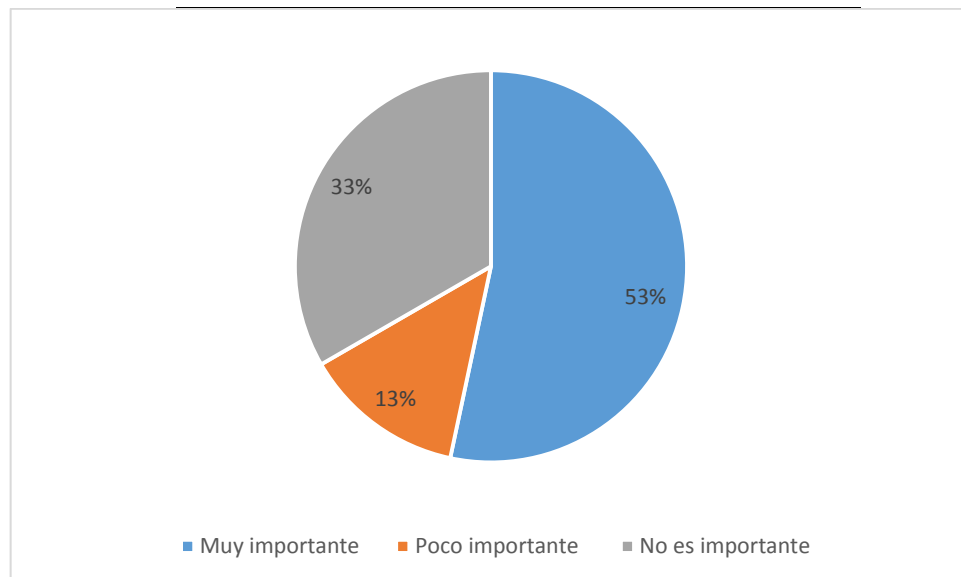
El desarrollo del proyecto de satisfacción del cliente en Merwe S.A. es necesario para 205 empleados que son representados por el 57% de la nómina mientras 179 creen que no es necesario y representan el 43%,

con lo cual se puede evidenciar que no hay una tendencia marcada en cuanto a la aceptación.

**3.- ¿Usted cree que es importante la implementación de herramientas ofimáticas para evaluar el desarrollo de las actividades?**

**Tabla 5.**  
*Implementación de Herramientas Ofimáticas*

Opciones	Resultados	frecuencia
Muy importante	205	53%
Poco importante	51	13%
No es importante	128	33%
Total	384	100%



*Figura 15.* Implementación de Herramientas Ofimáticas

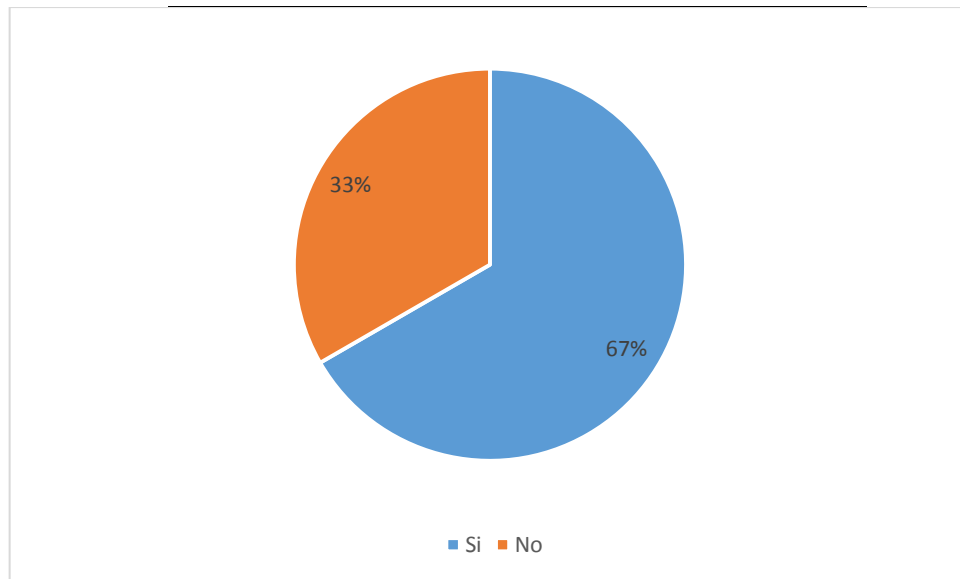
Con respecto a la implementación de herramientas ofimáticas en evaluación de la ejecución de las actividades 205 empleados piensan que es importante y representan un 53% de la muestra, 51 empleados consideran que es poco importante y representan un 13% y por último aquellos que consideran que no es importante son 128 empleados y representan un 33% de la muestra.

#### 4.- ¿Utilizaría esta herramienta?

**Tabla 6.**

*Aceptación de las herramientas ofimáticas*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	256	67%
No	128	33%
Total	384	100%



*Figura 16. Aceptación de las herramientas ofimáticas*

Se consultó a los empleados si estarían dispuestos a utilizar este tipo de herramientas y 256 empleados respondieron que sí lo que representa un 67% de la muestra mientras que 128 empleados dijeron que no y representan un 33% de la muestra.

5.- ¿Tiene usted conocimiento sobre algún proyecto de la misma índole que se haya aplicado anteriormente en Merwe S.A.?

**Tabla 7.**  
*Antecedentes de implementación de proyectos en Merwe S.A.*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	0	0%
No	384	100%
Total	384	100%



*Figura 17.* Antecedentes de implementación de proyectos en Merwe S.A.

Se consultó a los empleados de Merwe S.A. si tenían conocimiento acerca de proyectos orientados a mejorar la calidad de atención al cliente, y en unanimidad la respuesta fue no.

#### **4.1.2 Análisis de Resultados de la encuesta de Aceptación**

El objetivo de la encuesta fue determinar el nivel que tendría el proyecto de medición de la calidad de atención al cliente en la empresa Merwe S.A. para lo cual se encuestó a 384 empleados, de los cuales en un inicio 205 aceptaban dicha implementación lo que se traduciría en un 57% de la nómina mientras que 179 empleados no lo aceptaban lo que significaba un 43% de la nómina en contra.

Al consultar cuán importante les parece la implementación de dicho proyecto 205 empleados opinaron que era importante y 51 empleados que no era muy importante, mientras que el restante opinó que no lo era con esto se marcó una tendencia de aceptación puesto que 66% de la nómina tenía criterios con respecto a la importancia de este proyecto mientras que 34% restante creía que no lo es.

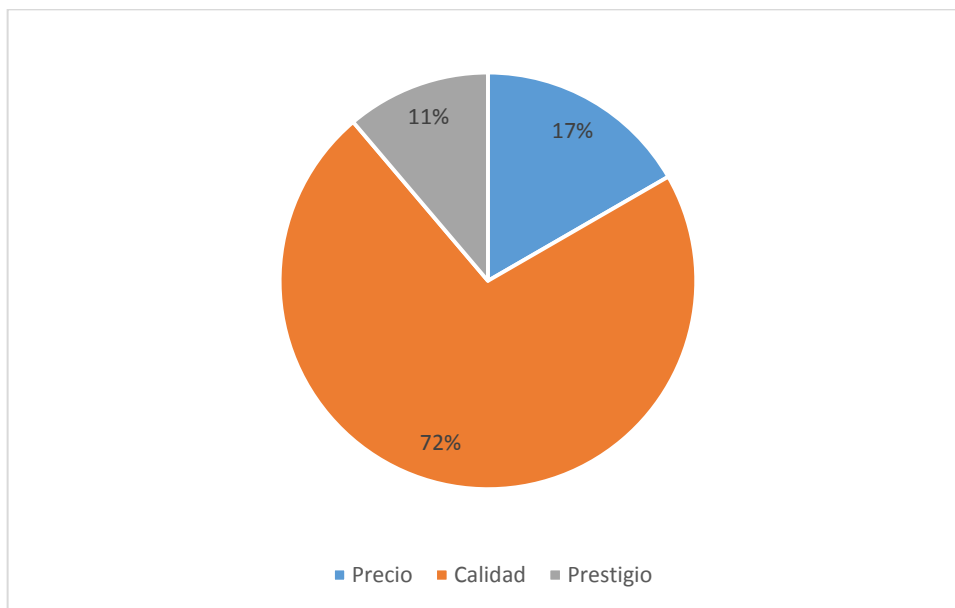
Por último se explicó que esta es una herramienta ofimática es decir que mezcla el talento con la tecnología, y la aceptación se elevó llegando a ser de 67% entre los empleados, un dato curioso de todo esto es que ningún empleado encuestado tenía conocimiento sobre la implementación de algún proyecto de esta naturaleza.

### 4.1.3 Encuesta a Usuarios

1.- ¿Cuáles de los siguientes factores le parecen preponderantes al momento de adquirir un servicio?

**Tabla 8.**  
*Factores preponderantes al adquirir un servicio*

Opciones	Resultado	frecuencia
Precio	64	17%
Calidad	277	72%
Prestigio	43	11%
Total	384	100%



*Figura 18.* Factores preponderantes al adquirir un servicio

Para 277 usuarios el factor preponderante en la contratación de un servicio lo que representa un 72% de la muestra, para 64 usuarios es el dinero estos representan el 17% de la muestreas, y para 11% de la muestra que equivale a 43 usuarios seguían al prestigio de la empresa que brinda el servicio.

En el momento de adquirir un servicio varían diferentes factores en las cuales el cliente se puede fijar como por ejemplo, si el precio es accesible a su situación económica, o en la mayoría de los casos contratan un servicio el cuál sea confiable y muy eficaz.

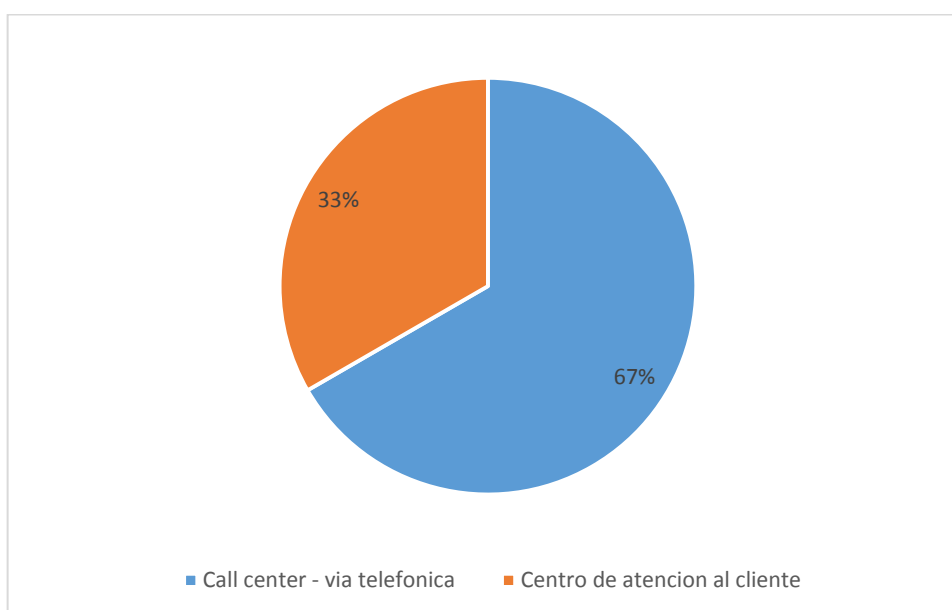
**Posible solución:**

En caso de tener un alto porcentaje en la opción calidad se tendrá en cuenta los precios que se están ofreciendo e incluir un plan accesible para así mantener a nuestros clientes a largo plazo.

**2.- ¿Indíquenos en qué departamento recibió el servicio?**

**Tabla 9.**  
*Departamento que brinda el servicio*

Opciones	Resultados	frecuencia
Call center - vía telefónica	256	67%
Centro de atención al cliente	128	33%
Total	384	100%



*Figura 19.* Departamento que brinda el servicio

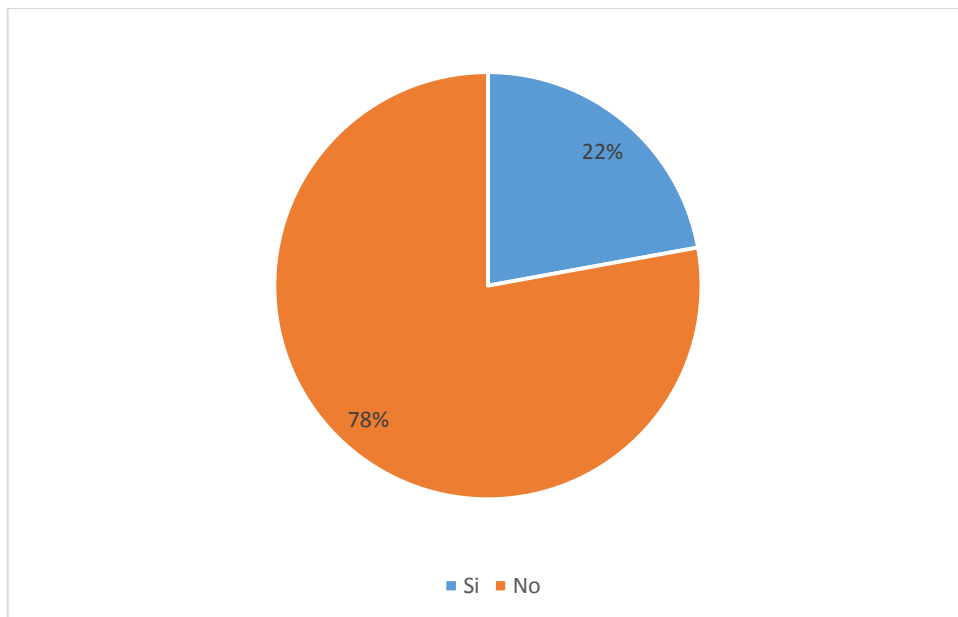


La atención brindada por la empresa se realizó para 256 usuarios a través del call center- vía telefónica lo que se traduce a un 67% de la muestra mientras que el restante 128 usuarios fueron atendidos en los centros de atención al cliente, estos representan un 33%.

### 3.- ¿Usted realizó filas para recibir el servicio?

**Tabla 10.**  
*Incidencia de filas de espera*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	85	22%
No	299	78%
Total	384	100%



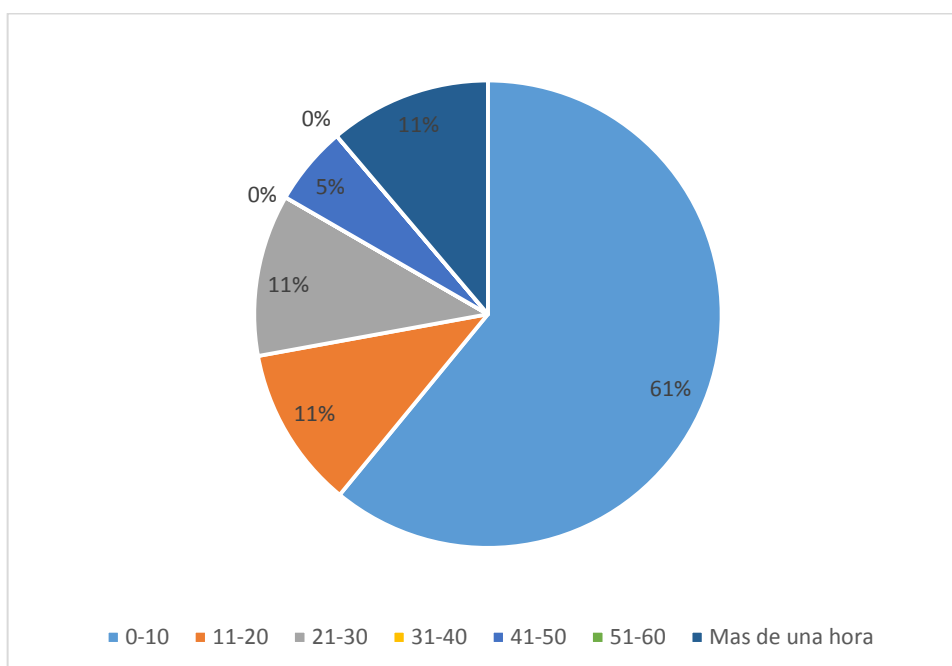
*Figura 20.* Incidencia de filas de espera

El objetivo de esta pregunta era determinar la incidencia de largas filas de espera sin embargo este no fue el caso puesto que de los 384 usuarios 299 dijeron que no realizaron filas, estos representan un 78% mientras que el 22% que se traduce a 85 usuarios respondieron que sí.

4.- ¿Si la atención brindada fue por medio de vía telefónica indique cuánto tiempo tuvo que esperar en el call center para ser atendido?

**Tabla 11.**  
*Tiempo de espera*

Opciones	Resultados	frecuencia
0-10	234	61%
11-20	43	11%
21-30	43	11%
31-40	0	0%
41-50	21	5%
51-60	0	0%
Más de una hora	43	11%
Total	384	100%



*Figura 21.* Tiempo de espera

Con respecto al tiempo de espera para que los usuarios accedan al servicio de atención al cliente tanto para el call center como para los centros de atención al cliente el 61% de los usuarios debieron esperar

entre 0 y 10 minutos, el 22% debió esperar entre 11 y 30 minutos, 5% espero entre 41 y 50 minutos y un 11% espero más de una hora.

En el departamento de call center (área de ventas) diariamente los ejecutivos de venta realizan llamadas a un grupo de personas para ofrecer nuestro servicio en la cual se necesita identificar cuánto tiempo estuvo el cliente en la línea.

**Posible solución:**

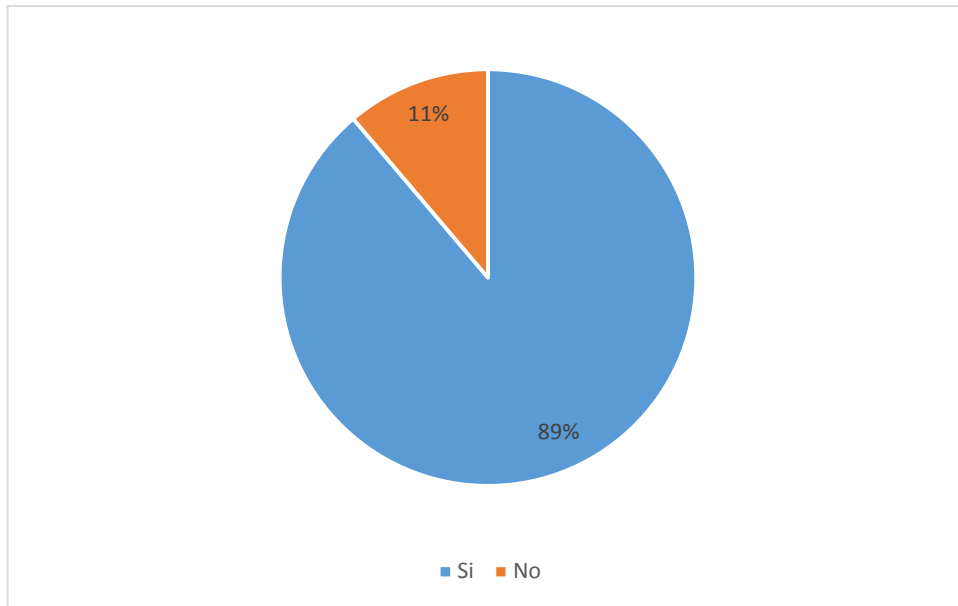
Mejorar el tiempo de respuesta de los operadores, estudiar la posibilidad de contratar más operadores para que la respuesta sea más rápida.

Darles seguimiento a los operadores ya que en su mayoría se dedica a otras actividades y por lo tanto no dan respuesta al cliente.

**5.- ¿El paquete contratado estuvo acorde a lo que usted solicitó?**

**Tabla 12.**  
*Recepción de un servicio eficiente*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	341	89%
No	43	11%
Total	384	100%



*Figura 22.* Recepción de un servicio eficiente

Con respecto a los servicios contratados 341 clientes coinciden en que el servicio estuvo acorde al contrato mientras que 43 de los clientes encuestados aducen que no estuvieron acordes, teniendo así satisfecho al 89% de los clientes encuestados e insatisfechos a un 11%.

A menudo se reciben incidencias en el cual notifica el usuario que el paquete contratado por el mismo no estuvo acorde a lo que había solicitado, esto ocurre en el momento que el técnico se acerca a su domicilio a instalarle los servicios.

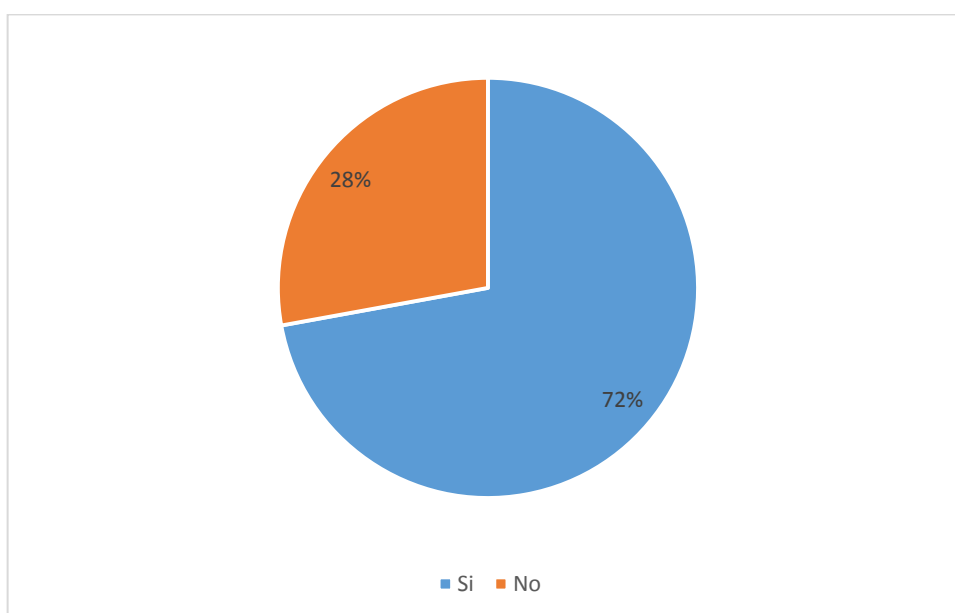
**Possible solución:**

En caso de haber un alto porcentaje de satisfacción se solicitará un reporte diario al técnico, sobre las visitas realizadas a clientes que se mostraron insatisfechos con el servicio adquirido. La finalidad de esta acción es brindar satisfacción, por lo cual previo a la visita del técnico un asesor de ventas contactará al usuario para ofrecerle incentivos y promociones relacionadas al servicio contratado.

**6.- ¿El ejecutivo de ventas le dio a conocer todos los beneficios que Claro tiene para usted?**

**Tabla 13.**  
*Claridad en la atención recibida*

Opciones	Resultados	frecuencia
Si	277	72%
No	107	28%
Total	384	100%



*Figura 23.* Claridad en la atención recibida

Con respecto a las explicación de los beneficios que obtienen los clientes con la contratación de los servicios 72% de los encuestados es decir 277 personas confirman que el asesor en ventas si les explico los beneficios mientras que el restante 28% que se traduce a 107 usuarios dicen no recibieron tal información.

Dar un buen servicio a nuestros usuarios es ofrecerles toda la información sobre nuestros productos, por eso es importante saber si el área de ventas está cumpliendo con lo establecido.

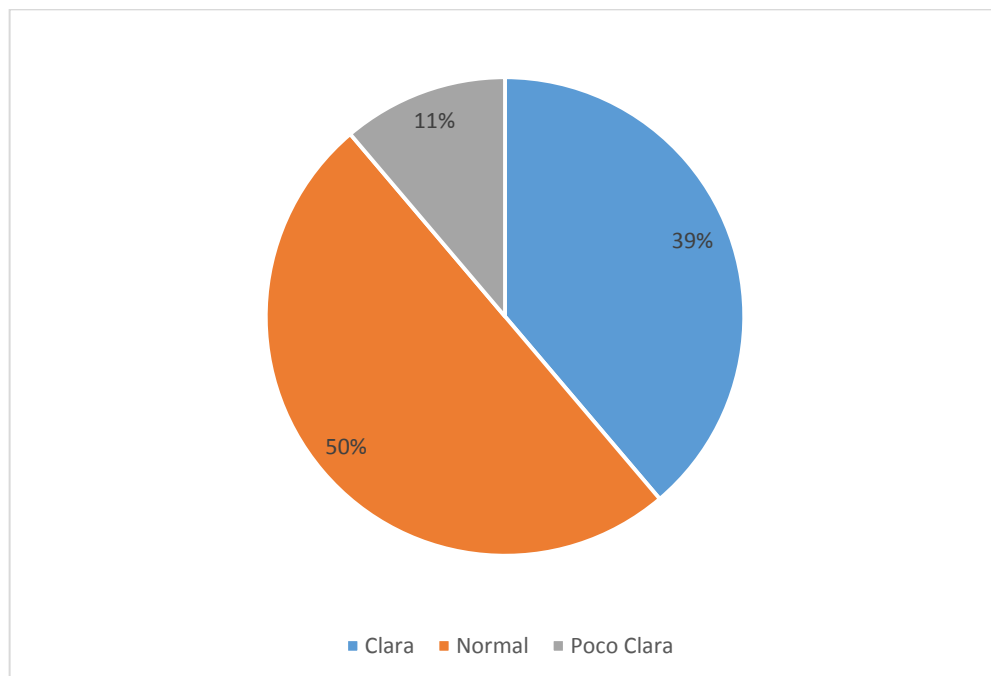
**Posible solución:**

En caso de que la explicación brindada por el ejecutivo no fuera claro o fuera incompleta, se procederá a una revisión del registro de llamada para conocer cuál fue la explicación y posteriormente contactar al usuario para brindarle una charla efectiva sobre sus beneficios.

**7.- ¿La manera en que la funcionaria lo guio a usted como usuario en el servicio que se le brindo fue?**

**Tabla 14.**  
*Claridad en las indicaciones recibidas*

Opciones	Resultados	frecuencia
Clara	149	39%
Normal	192	50%
Poco Clara	43	11%
Total	384	100%



*Figura 24.* Claridad en las indicaciones recibidas

Con respecto a la claridad con la que la operadora guio al usuario la mitad de los usuarios piensan que fue normal, el 39% considera que fue clara y el 11% que esta fue poco clara.

Una vez terminado el proceso de contratación del servicio, el departamento de coordinación se contacta con el cliente dentro de 24 horas máximo (48 horas) para establecer día y hora en el cual el técnico se acercará al domicilio a instalarle lo adquirido.

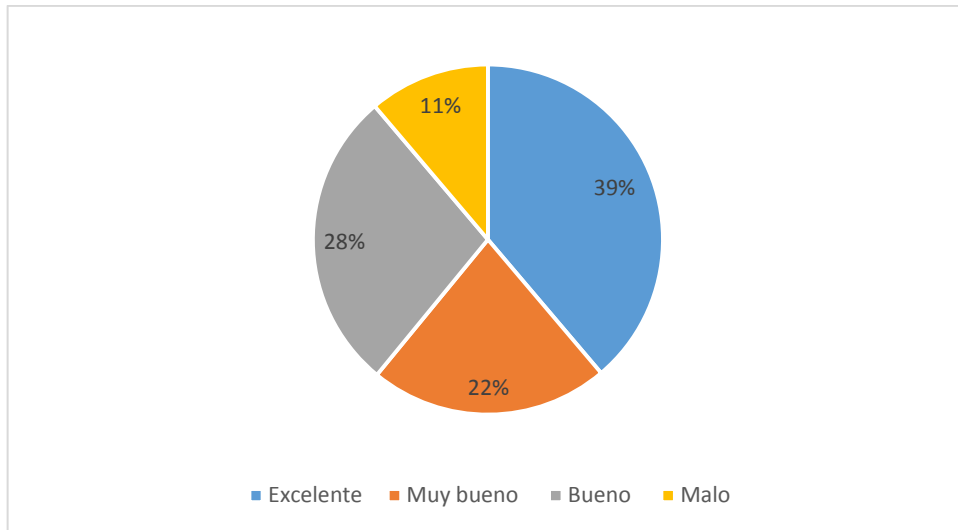
**Posible solución:**

En caso de que la guía brindada por la funcionaria no fuera clara, se procederá a contactar al cliente para guiar de manera efectiva al usuario en el servicio de coordinación, con respecto a la anomalía se procederá a diseñar un taller para aquellos funcionarios que estén generando molestia, con la finalidad de que estos puedan mejorar el servicio que brindan.

**8.- ¿Una vez finalizado el trámite que percepción tiene usted del servicio?**

**Tabla 15.**  
*Percepción del servicio*

Opciones	Resultados frecuencia	
Excelente	149	39%
Muy bueno	85	22%
Bueno	107	28%
Malo	43	11%
Total	384	100%



*Figura 25. Percepción del servicio*

Con respecto a la percepción que tiene los clientes del servicio 39% cree que el servicio es excelente, 22% considera que este es muy bueno, 28% piensa que es bueno y un 11% cree que este es malo, como se puede apreciar poco más de la mitad tiene una buena percepción del servicio y ese encuentra representada por un 61%

A diario los centros de atención al cliente reciben una cantidad considerable de usuarios donde es necesario identificar si el servicio que ofrecen las ventanillas es totalmente satisfactorio.

**Posible solución:**

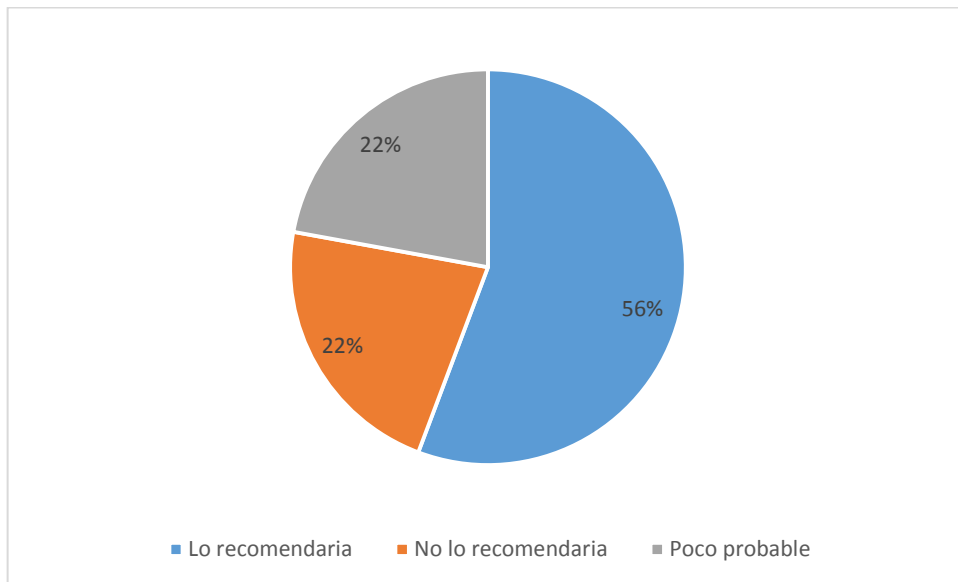
Si la percepción de varios clientes , luego de haber recibido uno de los servicios prestados por la empresa es malo, se determinarán las variables que incidieron dentro de esta problemática, esto a través de la encuesta de satisfacción con lo cual se podrá dar soluciones como el incrementar el número de ventanillas o compensaciones de ser necesario.



**9.- ¿Después de haber gozado de los servicios con claro. Que tan probable es que recomiende nuestros servicios?**

**Tabla 16.**  
*Recomendaciones del servicio*

Opciones	Resultados	frecuencia
Lo recomendaría	214	56%
No lo recomendaría	85	22%
Poco probable	85	22%
Total	384	100%



**Figura 26.** Recomendaciones del servicio

Con respecto al servicio brindado 214 usuarios que equivalen a un 56% de la muestra consideran que si lo recomendarían, mientras que el restante 44% consideran que no lo harían y equivale a 170 usuarios.

Los servicios que ofrece nuestra empresa es de gran necesidad para los usuarios, por ende lo más importante es que el cliente goce de nuestro servicio sin ningún inconveniente.

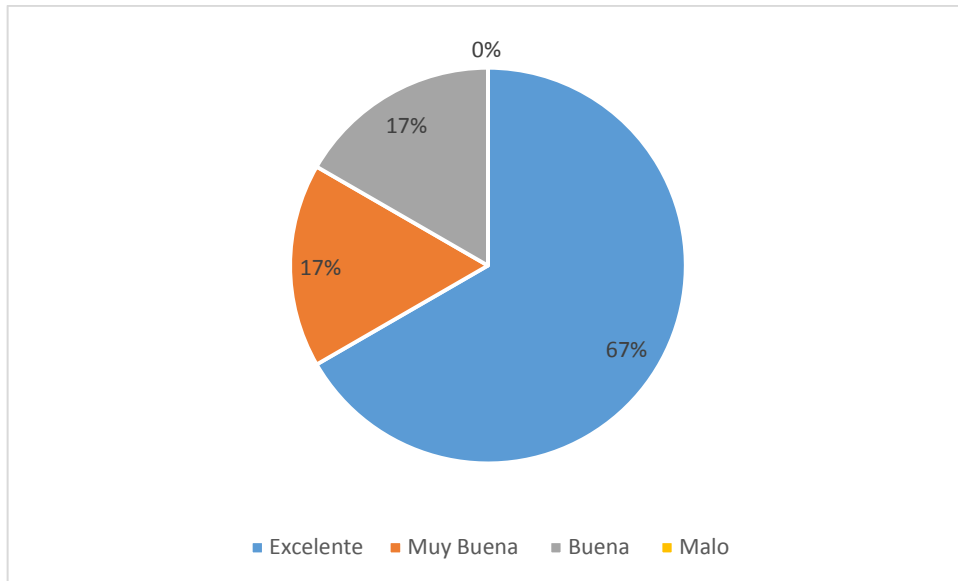
**Posible solución:**

En caso de que los servicios de internet, telefonía y cable de la empresa no cumplieran con las expectativas de los clientes, hasta el punto de no recomendarlos, se procederá a identificar el malestar que tienen los usuarios con dichos servicios, debido a que el cliente cuenta con 3 meses de garantía incluyendo un mantenimiento para verificar que todo quede en perfecto estado.

**10.- ¿La atención que le ofreció el técnico en el momento de instalarle el servicio fue?**

**Tabla 17.**  
*Calidad de atención de los técnicos*

Opciones	Resultados	frecuencia
Excelente	256	67%
Muy Buena	64	17%
Buena	64	17%
Malo	0	0%
Total	384	100%



*Figura 27. Calidad de atención de los técnicos*

Entre los usuarios el 67% considera que el servicio que brindan los técnicos es excelente, el restante 33% considera que este servicio es bueno o muy bueno, y ninguno considera que el servicio sea malo.

Diariamente diferentes cuadrillas de nuestra empresa se desplazan a diferentes sectores de la ciudad para instalar nuestros servicios a los usuarios, y es necesario medir si la atención del técnico fue la indicada.

**Posible solución:**

En el caso de que el servicio brindado por el técnico fuera malo, se enviará a un supervisor de campo para determinar las causas de la problemática y de ser el caso tomar acciones correctivas con respecto al técnico y también para brindar una solución inmediata para el cliente.

## **4.2 Análisis de Resultados – Encuesta a los clientes**

En el presente proyecto investigativo se decidió realizar una encuesta de opinión a los usuarios de la empresa Merwe S.A., la encuesta se realizó a 384 personas, a través de esta encuesta se pudo determinar que para los usuarios el factor más preponderante al momento de realizar la contratación de un servicios es la calidad por encima del precio o el prestigio de la empresa que presta el servicio.

La mayoría de los usuarios han recibido servicio a través de call center vía telefónica y una minoría en centros de atención al cliente, los cuales en su mayoría no tuvieron que realizar filas de espera lo que evidencia que el servicio es ágil, por otro lado quienes recibieron la atención por llamada telefónica debieron en su mayoría entre 0 y 10 minutos al teléfono.

Con respecto a la contratación del paquete la mayoría de los usuarios concuerdan en que la empresa su cumplió con el servicio requerido, lo cual se puede explicar porque el ejecutivo de ventas en la mayoría de los casos proporciono la información necesaria sobre los beneficios que obtendría el cliente, además de que los lineamientos o información que se brindó al cliente fue la necesaria.

En base a estos hechos más de las mitad de los usuarios consideran que el servicio es excelente y estarían dispuestos a recomendarlo a sus cercanos, el servicio objeto de estudio es el que brindan los técnicos a domicilio en donde más de la mitad de los usuarios coinciden en que el servicio que se les brindo es excelente.

### **4.3 Plan de mejora: Diseño de una página web para la mejora del servicio al cliente de la empresa Merwe s.a.**

El presente trabajo consiste en presentar una página web, en la cual el usuario pueda ingresar, para completar una encuesta de satisfacción, la cual se complementa con una observación adicional, con respecto a su experiencia desde el momento en que solicito el servicio a la empresa, esto ayudará a identificar los errores que se están cometiendo, para así poder cubrir todas las necesidades del usuario.

#### **4.3.1 Objetivos de la propuesta**

##### **4.3.1.1 Objetivo General**

Proponer el diseño de un programa informático para la mejora del servicio al cliente de la empresa Merwe s.a.

##### **4.3.1.2 Objetivo Especifico**

- ❖ Fundamentar los aspectos teóricos mediante módulos que se ingresa en el sistema de información web.
- ❖ Identificar la situación actual de actividades que se realizan dentro de la empresa Merwe S.A.
- ❖ Proponer un plan de mejora para comunicar futuras notificaciones dando estándares de calidad en una versión actualizada.

#### **4.3.2 Estudio de Factibilidad**

##### **4.3.2.1 Administrativo**

Resulta importante para la empresa Merwe S.A., puesto que como complemento para la solución sugerida, se automatizarán e implementarán nuevos procedimientos a seguir con respecto a la calidad de servicio al cliente, con la finalidad de que esta propuesta pueda contribuir de forma significativa al momento de tomar decisiones.

#### 4.3.2.2 Financiera

El financiamiento del diseño de la página web, es competencia del gestor del proyecto, el cual decide destinar una pequeña inversión para el mismo, debido a que sus beneficios a corto plazo son considerablemente altos. A continuación se describe la inversión realizada:

**Tabla 18.**

*Inversión de la propuesta*

<b>Financiamiento</b>	
<b>Ingresos</b>	
Gestor del Proyecto	\$ -
Total	\$ -
<b>Egresos</b>	
Internet	\$ 38,00
Energía eléctrica	\$ 25 ,00
Resma de papel	\$ 50,50
Cartucho de tinta para impresora	\$ 25,00
Empastado del trabajo final	\$ 65,00
<b>Total</b>	<b>\$192,50</b>

#### 4.3.3 Técnico

Tomando en consideración que la evaluación de los servicios se realiza de manera manual, y está a cargo de una operadora que realiza llamadas a los clientes posterior a la prestación de servicio para ejecutar una encuesta de satisfacción, se consideró necesario automatizar dicho proceso, esto a través de la creación de una página Web, a la cual podrán acceder los usuarios a través de un código que será remitido a sus Smartphone o correos electrónico para que evalúen el servicio para incitar a que estos realicen la evolución se brindarán pequeños incentivos. Para confirmar la factibilidad técnicas de la presente propuesta se elaboró un listado de componentes el cual será presentado en apartados posteriores.

#### 4.3.4 Fundamentación

Uno de los trabajos más frecuentes en la empresa Merwe es enviar a varias cuadrillas de técnicos instaladores a diferentes sectores de la

ciudad de Guayaquil a realizar lo que el cliente ha solicitado, esto puede ser instalaciones, dar mantenimiento a un servicio existente o cancelación de la misma. El técnico al terminar de instalar un servicio receipta la firmar del cliente en un documento manual, en el cual indica que recibió un servicio en conformidad con el acuerdo previo, lo cual asegura que el cliente recibió una atención eficaz y eficiente, por ello se crea una página web donde el cliente puede exponer libremente sus quejas y observaciones, con la finalidad de brindar una mejor atención.

#### **4.3.5 Justificación**

En la actualidad la empresa Merwe presenta problemas en la atención que recibe el cliente ya sea por vía telefónica o brindando un servicio a domicilio, ya que constantemente la empresa recibe reclamos por las diferentes áreas de trabajo. Lo que conlleva a que el cliente pida cancelación del producto o servicio solicitado.

El motivo de la presente propuesta es poder detectar los puntos críticos en el servicio que ofrece la empresa, y así poder tomar las medidas necesarias para corregir estas ineficiencias, y reducir la incidencia de la deserción de clientes por recibir un mal servicio.

#### **4.3.6 Generalidades**

##### ***4.3.6.1 Lenguaje de programación***

El desarrollo de esta página web tiene como objetivo final recopilar la información que el cliente expone, mediante un medio virtual. Para la creación de esta aplicación se diseñó con HTML y CSS para darle un estilo adecuado.

##### ***4.3.6.2 Desarrollador y Base de datos a utilizar***

En la presente propuesta se procederá a diseñar una página web, para lo cual se empleará la aplicación Dreamweaver, la misma que ofrece un manejo más complejo y sencillo que contiene varios estilos y efectos que son adaptados por la herramienta CSS. La página web que se pretende

crear estará vinculada a una base de datos en la cual se almacenará la información vertida por el usuario.

#### **4.3.6.3 Nombre de la base de datos**

Para la presente propuesta se recurre a la utilización de una base de datos llamada “resultados”

#### **4.3.6.4 Requerimientos de la página web (Tabla)**

**Tabla 19.**  
*Requerimientos específicos de la página Web*

<b>Requerimientos específicos</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Software</b>	<b>Características</b>
1	MySQL	Herramienta para la creación de base de datos que integra desarrollo de software
1	DREAMWEAVER	Herramienta para diseñar y editar páginas web
1	HTML	Lenguaje para el desarrollo de páginas de internet
1	CSS	Lenguaje para dotar de presentación y estilos páginas web

#### **4.3.6.5 Método de ejecución (Tabla)**

**Tabla 20.**  
*Método de ejecución*

<b>#</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>
1	Levantamiento de información	Encuestas a los usuarios	Páginas web
2	Elaboración DFI	Diagrama de flujo de información	Word 2013
3	Elaboración DFD	Diagrama de flujo de datos	Word 2013



4	Diseño de base de datos	Crear la base datos y sus tablas	SQL
5	Formularios de la aplicación	Formularios de registro, sesión, comentarios, sugerencias	HTML
6	Diagrama de proceso (IPO)	Procesar las acciones mediante gráficos	Word 2013
7	Diagrama general de la pagina	Mostrar gráficamente el uso de la aplicación	Word 2014

---

### 4.3.7 Diagrama De Gantt

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Pred
<b>PROYECTO DE SUSTENTACION</b>	<b>414 días</b>	<b>vie 15/07/16</b>	<b>mar 27/02/18</b>	
<b>FASE1.- SEMINARIO</b>	<b>40 días</b>	<b>vie 15/07/16</b>	<b>jue 8/09/16</b>	
Definición del tema	10 días	vie 15/07/16	vie 29/07/16	
Objetivo general y específicos	2 días	lun 1/08/16	mié 3/08/16	
Variables	2 días	vie 5/08/16	mar 9/08/16	
Importancia	2 días	mié 10/08/16	vie 12/08/16	
Justificación del tem	5 días	lun 15/08/16	lun 22/08/16	
Caratula	5 días	mar 23/08/16	mar 30/08/16	
Paginas preliminares	6 días	mié 31/08/16	jue 8/09/16	
<b>FASE2.- CAPITULO 1</b>	<b>40 días</b>	<b>mié 7/09/16</b>	<b>vie 4/11/16</b>	
Planteamiento del problema	10 días	mié 7/09/16	mié 21/09/16	
Evaluación de proble	8 días	jue 22/09/16	mar 4/10/16	
Desarrollo de objeth	9 días	mié 5/10/16	mar 18/10/16	
Importancia	10 días	mié 19/10/16	vie 4/11/16	
<b>FASE3.- CAPITULO 2</b>	<b>40 días</b>	<b>lun 7/11/16</b>	<b>mié 4/01/17</b>	
Desarrollo de marco teorico	8 días	lun 7/11/16	jue 17/11/16	
Antecedentes histor	8 días	vie 18/11/16	mié 30/11/16	
Antecedentes referenciales	8 días	jue 1/12/16	mar 13/12/16	
Marco legal	6 días	mié 14/12/16	jue 22/12/16	
Antecedentes histor	8 días	vie 18/11/16	mié 30/11/16	
Antecedentes referenciales	8 días	jue 1/12/16	mar 13/12/16	
Marco legal	6 días	mié 14/12/16	jue 22/12/16	
Definiciones conceptuales	6 días	vie 23/12/16	mié 4/01/17	
<b>FASE4.- CAPITULO3</b>	<b>179 días</b>	<b>jue 15/06/17</b>	<b>mar 27/02/18</b>	
Datos de la empresa	8 días	jue 15/06/17	mar 27/06/17	
Metodología cualitativa y	9 días	mié 28/06/17	mar 11/07/17	
población y muestra	10 días	mié 12/07/17	mié 26/07/17	
Desarrollo de encue:	10 días	jue 27/07/17	jue 10/08/17	
<b>FASE5.- CAPITULO4</b>	<b>179 días</b>	<b>jue 15/06/17</b>	<b>mar 27/02/18</b>	
Análisis y interpretación de	10 días	jue 15/06/17	jue 29/06/17	
Propuesta	5 días	lun 18/12/17	lun 25/12/17	
Objetivo y justificación de la	7 días	mar 26/12/17	lun 8/01/18	
Diagramas Y Mer	7 días	mar 9/01/18	jue 18/01/18	
Conclusión y recomendaciones	8 días	vie 19/01/18	mié 31/01/18	
Corrección final y mejora	8 días	jue 1/02/18	mar 13/02/18	
Entrega de proyec	9 días	mié 14/02/18	mar 27/02/18	

Figura 28. Cronograma de actividades

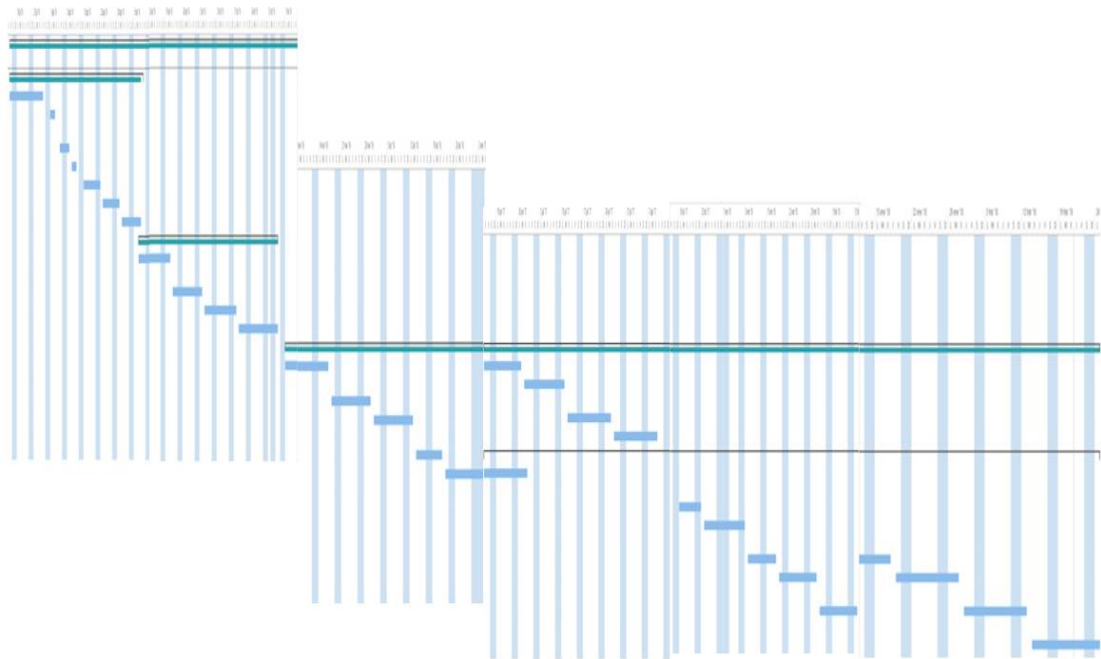


Figura 29. Diagrama de GANTT

#### 4.3.8 Diagrama Hipo

**Tabla 21.**  
*Diagrama HIPO*

Entrada	Proceso	Salida
Usuario	En la página web que hemos creado cada usuario podrá ingresar libremente para calificar anónimamente la atención que tuvo desde que solicito el producto o servicio.	Mejor atención al usuario
Producto o servicio	Esta página ayudara a tener mayor información por parte de los usuarios y saber sus inquietudes o reclamos	calidad de servicio
Registro de encuestas		




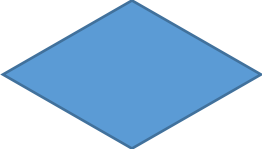

### 4.3.9 Diagrama general de la propuesta

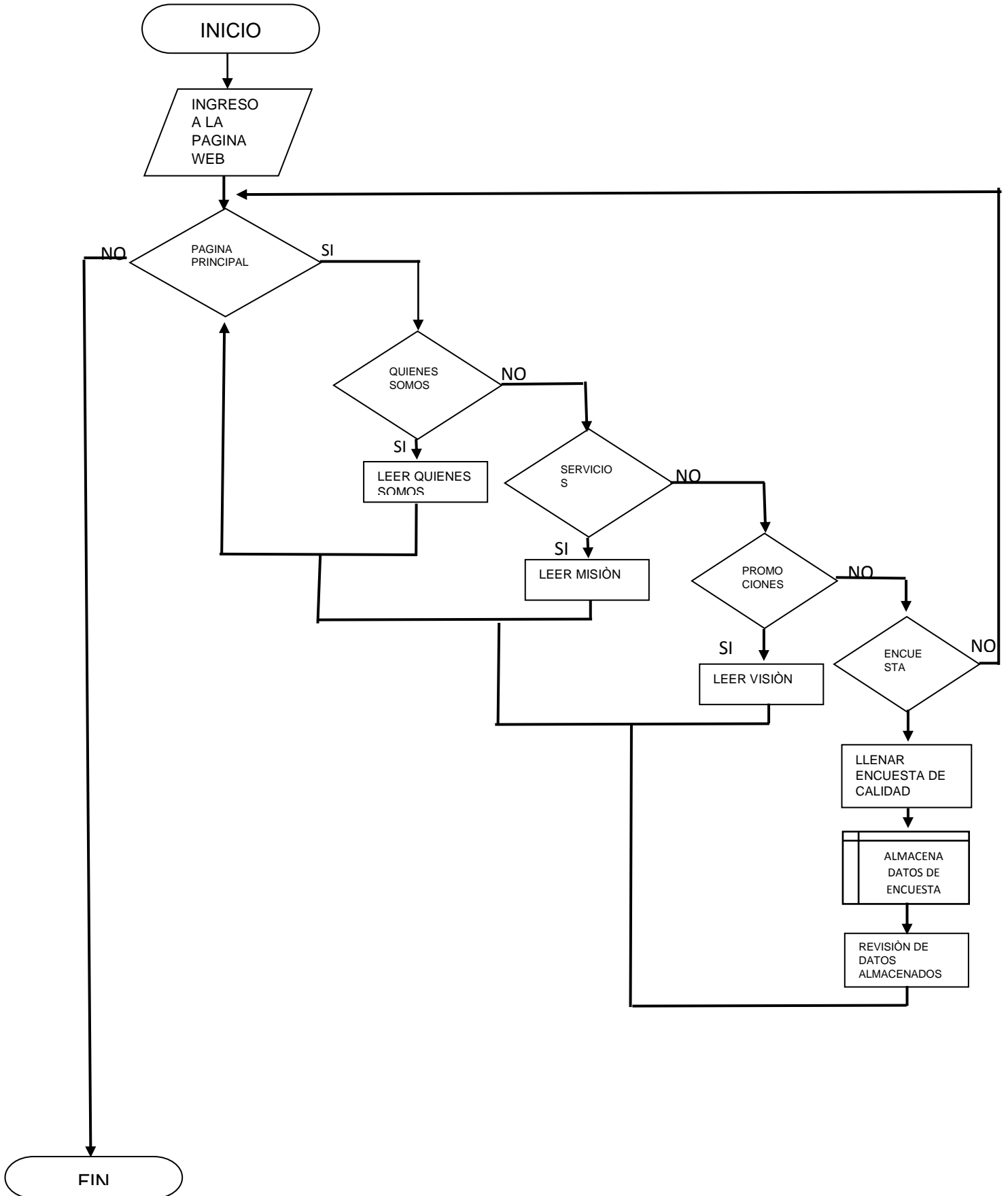


Figura 30. Diagrama de la propuesta

#### 4.3.10 Simbología de figuras de diagrama de flujo

**Tabla 22.**  
*Simbología de figuras de diagrama de flujo*

	<b>Inicio/Final</b> Se utiliza para indicar el inicio y el final de un programa; de inicio solo puede salir una línea de flujo y al final solo debe llegar una línea.
	<b>Entrada/Salida</b> Entrada o salida de datos por cualquier dispositivo (scanner, lector de código de barras, micrófonos)
	<b>Proceso</b> Indica una acción o instrucción general que debe realizarse.
	<b>Decisión</b> Indica la comparación de dos datos y dependiendo del resultado lógico (falso o verdadero) se toma la decisión de seguir un camino del diagrama u otro.
	<b>Pantalla</b> Instrucción de presentación de mensajes o resultados en pantalla.



#### **4.3.11 Descripción de la página web**

En nuestra página web tenemos una pantalla principal la cual contiene 4 áreas, a continuación se detallan:

##### **Inicio**

La cual se enlaza con la página que habla de la empresa.

##### **Servicios**

La cual presenta en varias páginas cada uno de los servicios que ofrece Claro, con sus respectivos planes y precios.

##### **Promociones**

Muestra las promociones y beneficios que recibe el usuario al adquirir cualquiera de nuestros servicios.

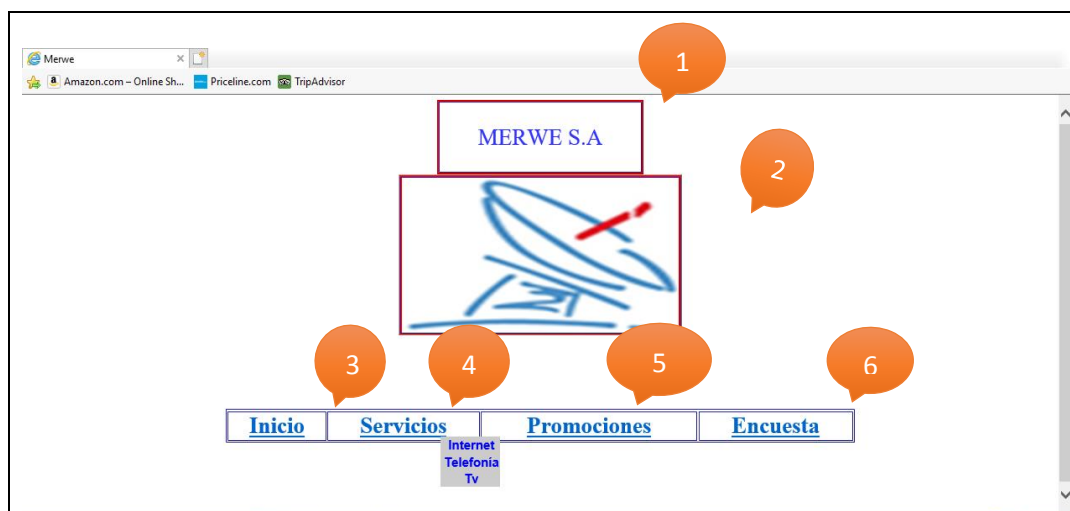
##### **Encuesta**

Muestra el formulario de la encuesta que el usuario debe llenar el día que sea instalado el servicio, luego podrá guardar la información, posterior a eso se mostrara un mensaje de agradecimiento y confirmando que la información se haya enviado con éxito.

## 4.4 Diseño de pantallas

### 4.4.1 Pantalla principal

**Tabla 23.**  
Componentes de la pantalla Principal

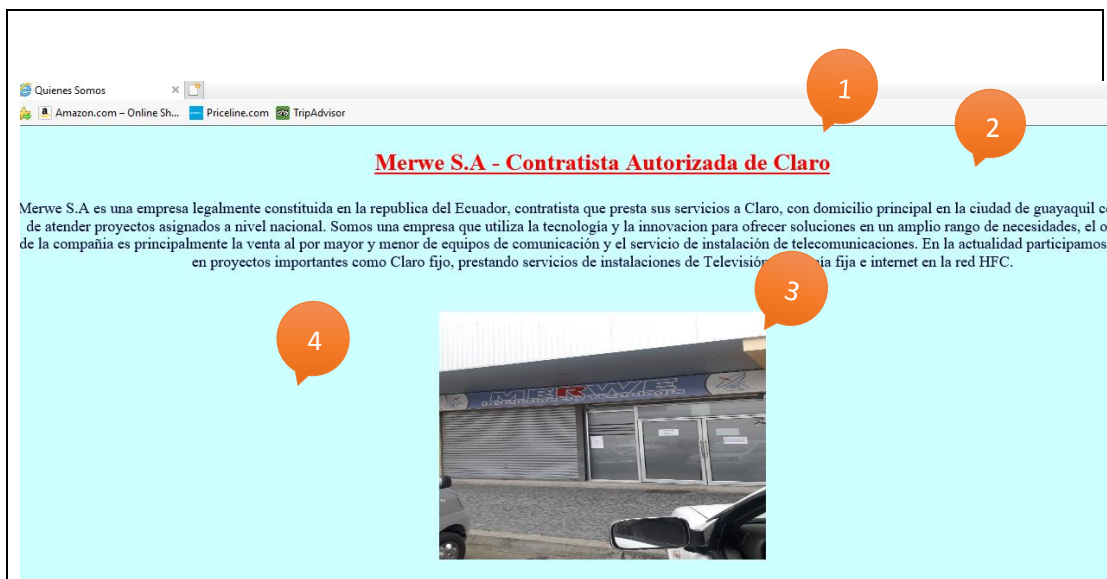


No	Nombre	Componente	Descripción
1	Merwe S.A	<table> <head>	Cabecera de la pagina
2	Logo de la empresa	<table> <img>	Imagen que representa la empresa
3	Inicio	<a href>	Enlace que direcciona a un URL seleccionado
4	Servicios	<a href>	Este enlace desplegara 3 paginas a escoger
5	Promociones	<a href>	Al dar clic se desplegará 3 opciones
6	Encuesta	<a href>	Enlace que conducirá a la encuesta



#### 4.4.2 Pantalla Quienes somos

**Tabla 24.**  
Quienes Somos



N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Titulo- Merwe S.A	<head>	Cabecera
2	Definición de la empresa	<form>	Se creó un campo de texto para añadir la definición.
3	Imagen de la empresa	<form> <img>	Se creó un formulario para adjuntar foto de empresa.
4	Fondo de pantalla	<body> <background:url >	

#### 4.4.3 Pantalla de servicio de internet

**Tabla 25.**  
Servicio de Internet



Servicio internet

Amazon.com - On | celine.com | TripAdvisor

**Internet**

Navega con seguridad y con excelente capacidad de cobertura.

Plan 10 Megas	Plan 20 Megas	Plan 20 Megas Plus	Plan 50 Megas Plus
Velocidad de descarga hasta 10 Mbps	Velocidad de descarga hasta 20 Mbps	Velocidad de descarga hasta 20 Mbps	Velocidad de descarga hasta 50 Mbps
Velocidad de carga hasta 3 Mbps	Velocidad de carga hasta 4 Mbps	Velocidad de carga hasta 10 Mbps	Velocidad de carga hasta 10 Mbps
Incluye video gratis por 6 meses	Incluye video gratis por 6 meses	Incluye claro video	Incluye claro video
<b>\$ 22,39</b>	<b>\$ 27,99</b>	<b>\$ 33,59</b>	<b>\$ 39,19</b>

N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Internet	<head>	Cabecera/ nombre de la pagina
2	Fondo de pantalla	<body> <background: url>	Fondo de pantalla con color
3	Imagen	<img>	Foto del servicio de internet
4	Planes	<table>	Indica los 4 planes que ofrece la empresa.

#### 4.4.4 Pantalla de servicio de telefonía

**Tabla 26.**  
Servicio de Telefonía

**itb** Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología  
Código de Registro SENESCYT N.- 2397

**TELEFONÍA FIJA**

Mantente en contacto con quienes mas quieres.

**PLANES Y PRECIOS**

Plan Hogar Ilimitado	Plan Hogar Ilimitado Plus	Plan Especial 100
No incluye minutos ilimitados a claro móvil	Minutos ilimitados a 10 números claro móvil	Minutos locales a otros operadores fijos 100
Minutos ilimitados a claro fijo	Minutos ilimitados a claro fijo	
Minutos a otros operadores fijos 250	Minutos a otros operadores fijos 250	
\$ 6,94	\$ 10,07	\$ 1,12

**PAQUETES DE LLAMADAS INTERNACIONALES**

N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Fondo de pantalla	<body> <background: url>	Fondo de pantalla con color
2	Internet/planes y precios/ paquetes llamadas internacionales	<head>	Cabecera de la página y títulos de las tablas
3	Imagen del servicio	<img>	Imagen del servicio de telefonía
4	Tablas de planes y servicios	<table>	Tablas donde se ofrecen los precios de cada paquete que ofrece Merwe en el servicio de telefonía
5	Tablas de paquetes de llamadas internacionales	<table>	Tablas donde se ofrece información sobre los paquetes de llamadas al exterior

#### 4.4.5 Pantalla de servicio de tv

**Tabla 27.**  
Servicio de TV



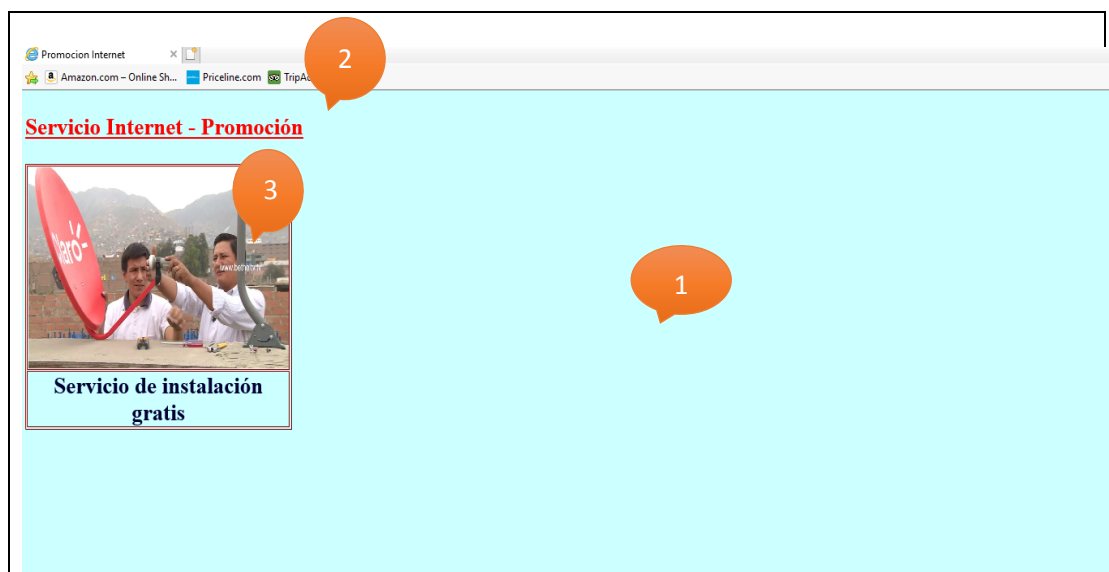
**Planes**

<u>Avanzado Hd</u>	<u>Activo Hd</u>	<u>Activo Plus Hd</u>	<u>Evo... Hd</u>
Canales HD 56	Canales HD 4	Canales Hd 30	Canales Hd 41
Canales estándar 65	Canales estándar 53	Canales Estándar 87	Canales estándar 65
Canales de audio 10	Canales de audio 10	Canales de audio 50	Canales de audio 10

N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Fondo de pantalla	<body> <background: url>	Fondo de pantalla con color
2	Tv/ planes/ paquetes	<head>	Cabecera y títulos de tablas
3	Imagen de servicio	<img>	Imagen que representa el servicio
4	Tabla de planes	<table>	Tabla que ofrece toda la información sobre planes
5	Tabla de paquetes	<table>	Tabla donde muestra todos los paquetes con su respectivo precio

#### 4.4.6 Pantalla de promoción de servicio de internet

**Tabla 28.**  
Promoción de servicio de internet



N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Fondo de pantalla	<body> <background: url>	Fondo de pantalla con color
2	Servicio internet promoción	<head>	Cabecera de pagina
3	imagen	<img>	Imagen del servicio

#### 4.4.7 Pantalla de promoción de servicio de telefonía

**Tabla 29.**  
Promoción de servicios de telefonía



N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Fondo de pantalla	<body> <background:url>	Fondo de pantalla con color
2	Servicio telefonía fija-promoción	<head>	Cabecera
3	Tabla de promoción	<table>	Tabla que muestra las promociones al adquirir el servicio

#### 4.4.8 Pantalla de promoción de servicio de TV

**Tabla 30.**  
Promoción de servicios de TV



N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Fondo pantalla	de <body> <background: url>	Fondo de pantalla con color
2	Imágenes promoción	de <img>	Muestra imágenes de cada promoción
3	Tabla	<table>	Tabla donde muestra los 3 beneficios que obtiene el usuario al adquirir el servicio
4	Servicio tv promoción	- <head>	cabecera

#### 4.4.9 Pantalla de encuesta

**Tabla 31.**  
*Encuestas de satisfacción*

**itb Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología**  
Código de Registro SENESCYT N.- 2397

**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE**

**OBJETIVO:**  
El objetivo de la presente encuesta es conocer la percepción que tiene el usuario de la empresa MERWE S.A.(Contratista autorizada de Claro), con respecto al servicio que recibió por parte de los departamentos que a continuación se detallan.

1) ¿Cuales de los siguientes factores le parecen preponderantes al momento de adquirir un servicio?	<input type="radio"/> Precio <input type="radio"/> Calidad <input type="radio"/> Prestigio
2) Si la atención brindada fue por vía telefónica indique cuánto tiempo tuvo que esperar en el call center para ser atendido?	<input type="radio"/> 0 a 10 minutos <input type="radio"/> 11 a 20 minutos <input type="radio"/> 21 a 30 minutos <input type="radio"/> 31 a 40 minutos <input type="radio"/> 41 a 50 minutos <input type="radio"/> 51 a 60 minutos <input type="radio"/> Mas de una hora
3) ¿El paquete contratado estuvo acorde a lo que usted solicitó?	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
4) ¿El ejecutivo de ventas le dio a conocer todos los beneficios que Claro tiene para usted?	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
5) ¿La manera en que la funcionaria lo guio a usted como usuario en el servicio de coordinación fue?	<input type="radio"/> Clara <input type="radio"/> Normal <input type="radio"/> Poco clara
6) ¿Una vez finalizado el trámite que percepción tiene usted del servicio que ofrece los centros de atención al cliente?	<input type="radio"/> Excelente <input type="radio"/> Muy bueno <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Malo
7) ¿Después de haber gozado de los servicios de internet, telefonía o tv cable con Claro. Que tan probable es que recomiende nuestros servicios?	<input type="radio"/> Lo recomendaría <input type="radio"/> No lo recomendaría <input type="radio"/> Poco probable

Guardar

N°	Nombre	Componente	Descripción
1	Encuesta satisfacción cliente	de al	<head> Cabecera
2	Fondo de pantalla	<body> <background:url>	Logo de empresa
3	Formulario encuesta	de <form>	Formulario que permite insertar campos de texto de botones.
4	Preguntas encuesta	de <table>	Herramienta para presentar los datos de la página.
5	Guardar	<button>	Botón que guarda toda la información y es enviada a la base de datos.



#### 4.4.10 Pantalla de agradecimiento

**Tabla 32.**  
*Agradecimiento*



N°	Nombre	Componente	Descripción
1	agradecimiento	<form>	Formulario con texto
2	visto	<form> <img>	Información enviada con éxito
3	Fondo de pantalla	<body> <background: url>	Fondo de pantalla con color

#### 4.4.11 Diagrama de base de datos

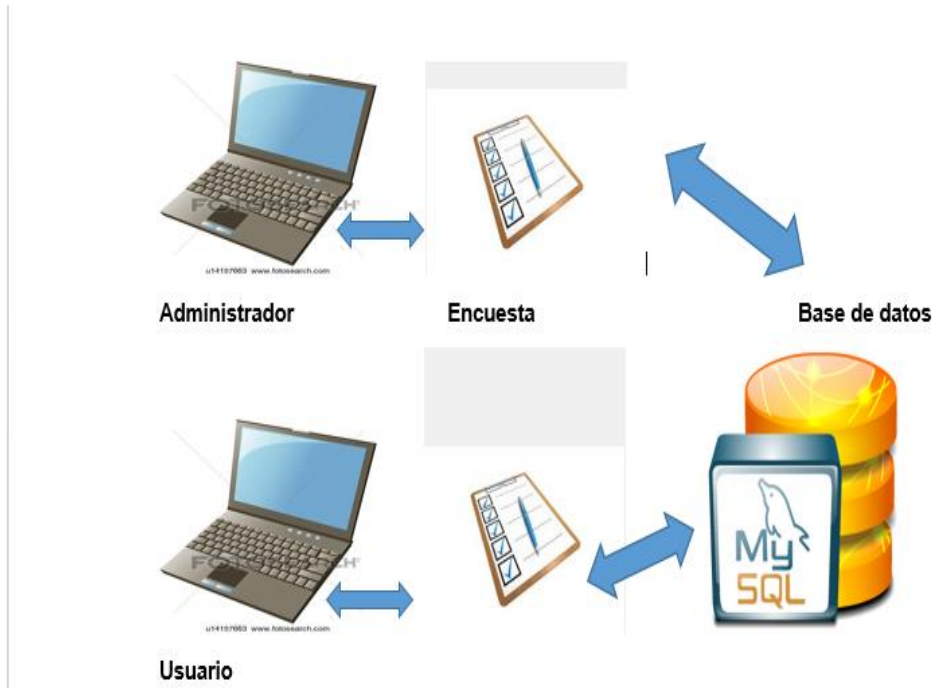


Figura 31. Diagrama de base de datos

## **4.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.5.3 Conclusiones**

- ✓ Dado por terminado este diseño, se considera que las falencias que más afectan a la empresa es la inconformidad del usuario con respecto a la atención prestada.
- ✓ La empresa Merwe S.A. requería de una aplicación la cual permita obtener información directa del usuario e identificar las molestias que percibe, ya que a menudo se reciben quejas las cuales no podemos identificar con profundidad y analizar para darle respectiva solución.
- ✓ Además de esto, se hará un estudio anualmente sobre la información que recibiremos en nuestra base de datos respecto a las encuestas realizadas por los usuarios. Esto con la finalidad de mostrarles nuestro interés en cada una de las áreas que respecta la conformidad del mismo y así brindarles un servicio confiable y seguro.

#### **4.5.4 Recomendaciones**

- ✓ Se recomienda que una vez finalizado el Sitio Web se proceda a adquirir el servicio del proveedor para el dominio y hosting.
- ✓ Se recomienda realizar mantenimientos necesarios para el Sitio Web, ya que se va a seguir implementando cambios en la misma.
- ✓ Se recomienda crear un manual para los usuarios respecto al manejo correcto del Sitio Web una vez finalizada.
- ✓ Se recomienda añadir a la página web responsive web design (Diseño web adaptable), la cual permitirá abrir nuestra página en cualquier dispositivo electrónico.

## Bibliografía

- Asamblea Nacional . (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Quito : Editora Nacional .
- Aubry, C. (2016). *Wordpress 4.5 y 4.6*.
- Botia, O., & Rivera, D. (2008). *Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del Grupo UNIPHARM Bogotá*. Bogotá.
- Carrasco, N. (2010). *Evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería "Karen Estefania" en la ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo* . Riobamba.
- EANOR. (2010). *La calidad en el servicio al cliente*. Málaga: VÉRTICE.
- Eslava, V. (2013). *El nuevo PHP paso a paso*.
- Espol. (20 de enero de 2012). *Blog Espol*. Obtenido de Visual Studio 2010: <http://blog.espol.edu.ec>
- Garza, E., & Abreu, J. (2008). *Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa*.
- Gobierno de Navarra. (2009). *Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados*. Navarra.
- Merwe S.A. (29 de septiembre de 2017). *Acerca de Merwe S.A*. Obtenido de Merwe S.A. website.
- Putier, S. (2015). *C# 6 y visual studio 2015 los fundamentos del lenguaje*. Barcelona : Ediciones ENI.
- Ramírez, J. (2007). *Aprenda practicando Visual Basic 2005 usando Visual Studio 2005*. Nuevo Leon : Pearson Educación.
- Ramos, A., & Ramos, J. (2011). *Aplicaciones WEB (Novedad 2011)*. Madrid: Quality SGE.
- Reichheld, F. (2011). *La pregunta decisiva 2.0* . *Harvard Business Review Press*.
- Serna, H. (2003). *Servicio al cliente: Método de auditoria y medición*. Bogota.
- Szymanczyk, O. (2013). *Historia de las telecomunicaciones mundiales*. Buenos Aires: DUNKEN.
- Torres, M. (2014). *Diseño Web con HTML5 y CSS3*. Lima : Macro URL.

## Anexos

Anexo 1. Empresa Merwe S.A.



*Anexo 2. Área de operadores – instalaciones- mantenimiento –ventas*



*Anexo 3. Área de cancelado*

