



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÌA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIAS**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
Tecnólogo en Administración de Empresas**

TEMA:

**Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la
empresa ESIAPRE S.A.**

Autor: Patricia Escobar Mora

Tutora: Ph.D Roxana Chiquito

Guayaquil, Ecuador

2018

DEDICATORIA

En primer lugar le dedico este trabajo a mi Padre Celestial por haberme permitido llegar hasta este objetivo, además de su infinita bondad y amor que me brinda diariamente.

A mi querida familia. A mi esposo y a mis hijos por su sacrificio, esfuerzo y comprensión que tuvieron estos cuatros años.

A mis compañeros, amigos presentes quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y lograron que este sueño se haga realidad.

Lorena Patricia Escobar Mora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día, en especial a mis tutores quienes me guiaron para poder desarrollar esta tesis y poder cumplir con mi objetivo

A mi familia quienes han estado ahí apoyándome, no ha sido sencillo el camino hasta ahora pero gracias a sus aportes, su amor y apoyo se ha mitigado las complicaciones que pude haber tenido para llegar a esta meta.

Les quedo infinitamente agradecido a ustedes mi familia.

Lorena Patricia Escobar Mora



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.”** y problema de investigación: **¿De qué manera incide el diseño el procedimiento actual de instalación y capacitación de los productos entregados por la empresa en la satisfacción de los clientes de la compañía ESIAPRE S.A. durante el año 2018?**, presentado por Patricia Escobar Mora como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Patricia Escobar Mora

Tutora:

Ph.D. Roxana Chiquito

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, PATRICIA ESCOBAR MORA en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.**, de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

PATRICIA ESCOBAR MORA

Nombres y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 1204973281

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

**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 CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la
empresa ESIAPRE S.A.**

Autor: Patricia Escobar Mora
Tutora: Ph.D Roxana Chiquito

Resumen

Los procedimientos en el área operativa de una empresa son de alta importancia para el cumplimiento de las metas y objetivos corporativos que la entidad pueda tener. Por lo que este proyecto con tema Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A. identifica las necesidades que están en los procesos de instalación, soporte y capacitación que se ofrece en la entidad, con el fin de determinar los puntos de inflexión, recolectar información y ofrecer propuesta de solución al problema identificado. Para lo cual fue necesario la implementación de técnicas metodológicas como la encuesta y la observación que sirvió para recopilar la información que posteriormente fue analizada para obtener conclusiones y recomendaciones. Terminando el proyecto en el diseño de un manual para la mejora del área de soporte de Esiapre S.A.

Manual	Procesos	Soporte	Programa
--------	----------	---------	----------



**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 CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la
empresa ESIAPRE S.A.**

Autor: Patricia Escobar Mora
Tutora: Ph.D Roxana Chiquito

Abstract

The procedures in the operational area of a company are of high importance for the fulfillment of the corporate goals and objectives that the entity may have. So this project with theme Design a procedure manual for the support area of the company ESIAPRE S.A. identifies the needs that are in the processes of installation, support and training offered in the entity, in order to determine the inflection points, collect information and offer a solution proposal to the identified problem. For which it was necessary to implement methodological techniques such as the survey and the observation that served to collect the information that was later analyzed to obtain conclusions and recommendations. Finishing the project in the design of a manual for the improvement of the support area of Esiapre S.A.

Manual	Process	Support	Software
--------	---------	---------	----------

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada	i
Agradecimiento	iii
Certificación de aceptación del tutor	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación	v
Certificación de aceptación del CEGESCIT	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice general	ix
Índice de figuras	xii
Índice de cuadro	xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	3
Formulación del problema.....	3
Delimitación del problema.....	3
Variables de la investigación.....	4
Variable independiente	4
Variable dependiente	4
Evaluación del problema.....	4
Objetivos de la investigación.....	5
Objetivo general.....	5

Objetivos específicos	5
Justificación de la investigación	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos	8
Antecedentes referenciales.....	8
Fundamentación legal.....	21
Variables de la investigación.....	21
Variable independiente	21
Variable dependiente	22
Definiciones conceptuales	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Diseño de la investigación	31
Tipo de Investigación	31
Población y muestra	32
Población.....	32
Muestra.....	33
Técnicas e Instrumentos de Investigación	34
Resultados de la encuesta.....	35
Guía de observación.....	39

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Análisis de la encuesta	41
Análisis de las guías de observación	41
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
Anexo	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de ESIAPRE	27
Figura 2: Nivel de satisfacción del cliente	35
Figura 3: Vendedor y producto.....	35
Figura 4. Valoración de los atributos de la empresa	36
Figura 5: Evaluación área de coordinación	36
Figura 6: Evaluación del área de soporte.....	37
Figura 7. Evaluación área de soporte y atención al cliente	37
Figura 8: Satisfacción general del cliente.....	38
Figura 9: Evaluación del consultor	38

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1: Plantilla de trabajadores	28
Cuadro 2: Principales servicios de Esiapre S.A.	29
Cuadro 3: Principales clientes de Esiapre S.A.	30
Cuadro 4: Proveedores de Esiapre S.A.	31
Cuadro 5: Población de estudio	33
Cuadro 6: Muestra del estudio	33
Cuadro 7: Guía de observación. Área administrativa	39
Cuadro 8: Guía de observación. Área de administración	39
Cuadro 9: Guía de observación. Área técnica.....	40

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

En el entorno empresarial de cualquier organización se establece que existen cambios oportunos de manera rápida, como es el uso de la tecnología, mayor competencia en el mercado y beneficios potenciales en el servicio post venta, los cuales han transformado la perspectiva en que las empresas ven los servicios post venta. Es decir que ya no se trata como un centro de costos, sino que se ha convertido en una importante fuente de beneficios con una rentabilidad que llega a altos porcentajes de los ingresos corporativos en muchos entornos empresariales.

Por lo que se puede afirmar que un eficiente servicio al cliente está compuesto de un conjunto de procedimientos que ayudan al empleado a realizar sus funciones de manera óptima, con el fin de minimizar los errores y olvidos y sistematizar las funciones a realizar al momento de brindar la atención al usuario. Un buen servicio significa éxito continuo, mayores ganancias, mayor satisfacción en el trabajo, mejor moral de la compañía u organización, mejor trabajo en equipo y expansión del mercado de servicios / productos.

Adicionalmente, si las motivaciones para la adición de valor a través del servicio son impulsadas por la ganancia, la competencia o la contracción del mercado; investigadores académicos y profesionales acuerdan las prácticas comerciales en el servicio postventa para facilitar el valor agregado en el servicio. Conocer las necesidades del cliente, segmentar las ofertas de servicios en consecuencia y prestar el servicio de acuerdo con las necesidades del cliente se consideran los factores de éxito más importantes en el servicio postventa impulsado por el beneficio.

Otros factores de éxito importantes son el uso eficiente de la tecnología, la medición del rendimiento del servicio y los esquemas de fijación de precios

adecuados. Por otro lado, la ejecución de un trabajo de servicio posventa es una tarea compleja que requiere una estrecha interacción y coordinación entre las diferentes funciones de la organización o las operaciones del servicio posventa. Estas operaciones incluyen la gestión del servicio de mantenimiento, la capacitación, la gestión de herramientas de servicio y la gestión de logística inversa.

Es por eso que en el mundo comercial en el que se están desarrollando las actividades empresariales, definir y sistematizar los procedimientos que siguen los empleados de la empresa al momento de ofrecer un bien o servicio es de vital importancia para las empresas que desean obtener mayores ganancias al ser recomendadas a otras personas por sus propios clientes (Barquero, 2013).

Por lo que, con el objetivo de agilizar los procesos e instituir procedimientos formales, las empresas desarrollan manuales de procedimientos que se ajusten a sus necesidades, aquellos manuales tienen un propósito mucho más amplio que simplemente establecer las expectativas de la compañía; proporcionan una fuente de referencia definitiva para gerentes y empleados.

En el Ecuador, como en todos los países, la calidad del servicio que se le presta al cliente juega un papel primordial en el mantenimiento de la cantidad de consumidores de los bienes o servicios que las empresas ofrecen. Es por eso que se observa frecuentemente a los empleados siguiendo procedimientos establecidos que contribuyen a dar una atención de calidad al momento de prestar los servicios de la empresa (Quimiz & Valdez, 2012).

Por lo tanto, la falta de procedimientos formales y establecidos en una empresa ocasiona que las actividades que se realizan dentro y fuera de ella presenten errores ocasionando problemas a la empresa por la insatisfacción de los clientes en la recepción de los servicios que la entidad ofrece.

Situación conflicto

Las actividades comerciales de la empresa ESIAPRE S.A., la cual se encarga de proporcionar productos y servicios que consisten en la venta de herramientas tecnológicas para el campo empresarial, es evidente que la empresa está experimentando un crecimiento en las venta de sus productos y servicios lo que está aumentando el nivel de contacto entre sus clientes y el personal administrativo y operativo de la empresa, ocurriendo los primeros problemas.

La falta procedimientos en la empresa ocasiona que se eleven quejas al área de soporte, entre las más comunes se encuentran los errores de configuración que se originan en la instalación del producto. Otro error común son las consultas técnicas que se originan por temas no enseñados al momento de realizar la capacitación al usuario. Los problemas que se han presentado en la empresa a causa de la falta de un manual de procedimientos se definen a continuación:

- No existe procedimientos a seguir para la instalación de los productos de la empresa.
- Falta de pasos a seguir en la capacitación del cliente en el uso del programa adquirido.
- Deficiencia en el registro de los problemas presentados por los clientes.

Formulación del problema

¿De qué manera incide el diseño el procedimiento actual de instalación y capacitación de los productos entregados por la empresa en la satisfacción de los clientes de la compañía ESIAPRE S.A. durante el año 2018?

Delimitación del problema

Aspecto: Manual de procedimientos

Campo: Administración de empresas

Área: Coordinación de entrega de productos

Tiempo: 2018

Variables de la investigación

Variable independiente

Manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.

Variable dependiente

Satisfacción del cliente

Evaluación del problema

Delimitado.- El desarrollo de procedimientos es importante para el área de soporte de la empresa Esiapre S.A. por lo que este estudio se delimita a ser realizado dentro de las instalaciones de la entidad.

Original. - Esta investigación tendrá un enfoque positivo en el ámbito de operaciones, es decir, en la instalación, soporte y capacitación de un software.

Factible. – El proyecto investigado será viable porque permitirá llevar a cabo procedimientos efectivos dentro de la empresa.

Variables. – para dar una continuación eficiente al desarrollo del proyecto se procede a identificar las variables que tiene la investigación la cuales servirán para realizar el correspondiente análisis de la información y metodología de la investigación.

Claro.- El problema de investigación bosquejado está descrito de forma exacta y precisa, de fácil comprensión e identificación de las variables independientes y dependiente de la investigación. De tal manera que no da lugar a ambigüedades y a interpretaciones erróneas.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Proponer un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.

Objetivos específicos

- Fundamentar las bases teóricas sobre la atención al cliente y los manuales de procedimientos.
- Evaluar los procedimientos de la empresa al entregar un producto y la satisfacción al ofrecer un servicio.
- Diseñar un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Los manuales de políticas y procedimientos son la clave de una gestión eficaz en cualquier organización, ya sea a gran o mediana escala. En las organizaciones pequeñas, tampoco se puede ignorar una perspectiva macroeconómica de la importancia de estos. Los manuales difieren de una empresa a otra, de una organización a otra y de una administración a otra, etc. Sin embargo, la ética básica y el propósito detrás de estos es la misma, es decir, políticas efectivas e inequívocas para el buen funcionamiento de la organización.

Estos manuales establecen pautas para el funcionamiento de una organización. Un manual redactado adecuadamente puede dar resultados asombrosamente positivos en el funcionamiento de una organización en el área a la que pertenece. Actúan como reglas para una organización. En el escenario actual, los manuales más eficientes son aquellos que se basan en actividades y tienen la intención de tapar huecos en el sistema así como asegurar controles en diferentes niveles.

Desde el punto de vista corporativo, el nivel de confianza por parte del cliente hacia la empresa es de alta importancia, puesto que según estudios

realizados, un cliente satisfecho con los productos o servicios prestados por una empresa podría hablar en promedio con 10 a 12 personas sobre lo recibido, lo que representa una mayor cantidad de personas interesadas en gastar su dinero en la entidad (Arroyo, 2012).

Cuando todos los miembros de una entidad siguen políticas y procedimientos, la organización puede funcionar sin problemas. Las estructuras de gestión y los equipos operan como deberían. Y los errores y los contratiempos en los procesos se pueden identificar y abordar rápidamente. Cuando el personal sigue políticas y procedimientos, la organización usará tiempo y recursos de manera más eficiente. Se podrán alcanzar las metas institucionales.

La consistencia en las prácticas también es adecuada para los empleados individualmente. Saben de qué son responsables, qué se espera de ellos y qué pueden esperar de sus supervisores y compañeros de trabajo. Esto los libera para hacer su trabajo con confianza y excelencia.

Por lo tanto, para la empresa ESIAPRE S.A. el detectar, evaluar y corregir los errores que se están cometiendo en el tratamiento de la entrega de sus productos representaría contar con una mayor confianza por parte de sus clientes y, por ende, una cantidad mayor de personas que pueden convertirse en usuarios de los productos y servicios de la entidad.

Los procedimientos que deben seguirse dentro de la empresa ESIAPRE S.A., son de gran relevancia ya que servirán para optimizar los servicios que brinda la organización, de la misma manera proporcionara conocimientos nuevos a los colaboradores como estándares de rendimiento, pautas que se deben seguir para la toma de decisiones importantes que favorecerán la labor de la misma.

Dicho manual ayudará a proporcionar una respuesta consistente y clara en toda la empresa para enfrentar situaciones que se presenten contribuyendo al mejoramiento de la atención al cliente en los servicios post venta y

minimizando los errores que se presenten al momento de la instalación de los programas, en la capacitación respectiva y en su posterior seguimiento.

De igual manera, la relevancia social se hace evidente al considerar las personas que se benefician de los resultados de la investigación. Por una parte los clientes sienten un mayor grado de satisfacción al recibir el bien o servicio. Por otro lado, al mantener una cartera de clientes felices la empresa asegura la venta de sus productos lo que resulta en estabilidad laboral para sus colaboradores y un aumento en la cantidad de plazas laborales. Finalmente, después de lo expuesto en los párrafos precedentes, es evidente que los resultados que se obtengan de la presente investigación proporcionarán varios beneficios a las personas implicadas y a la empresa.

Por otro lado, el presente estudio tiene una importancia científica para las personas que se desenvuelven en el área de la administración de empresas, puesto que sienta las bases teóricas y metodológicas para que investigaciones similares se realicen con el fin de ser implementadas en instituciones que presentan problemas equivalentes y de esta manera se puedan diseñar nuevas propuestas de solución.

Adicionalmente, el proyecto de investigación presenta relevancia metodológica al sistematizar los procedimientos de levantamiento de información y procesamiento de datos. Este modelo metodológico sentará las bases para futuras investigaciones, de tal manera que puedan usar las herramientas que se hayan empleado en el presente estudio, obteniendo así la información necesaria que permita encaminar los pasos del investigador.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

Para Terry (2014) la utilización de los manuales administrativos se han basados en registros que datan desde la segunda guerra mundial, este documento era manejado para instruir al personal en actividades que debían desarrollar en el área de combate. (pág. 12)

De tal manera, que los primeros intentos de manuales administrativos se establecieron de modo o tipo circulares, memorándums, instrucciones internas, a través de los cuales se instauraban la manera de operar de un organismo; estos intentos carecían de un perfil técnico, ya que no contaba con un formato preestablecido, solo se limitaban en dictaminar las estrategias a ejecutar en un combate.

Pese a los esfuerzos, estos primeros modelos contenían cantidad de defectos técnicos, sin embargo fueron de gran utilidad para la formación del personal de nuevo ingreso. Tiempo después estos se fueron adaptando a los requerimientos de cada una de las organizaciones y se establecieron de manera más concisa, práctica y con argumentos óptimos, que orientaron de forma adecuada a los colaboradores.

Antecedentes referenciales

Para empezar el respectivo análisis de la información que antecede al presente estudio, se procede a examinar investigaciones pasadas que tratan sobre temas relacionados con el presente. Con esto se pretende tener un contexto que permita al investigador obtener una idea general de la información que se va a estudiar en el presente capítulo y que será empleada en el desarrollo de soluciones de mejora.

Según el estudio realizado por Morales y Maya (2015) que tiene como título “Manual de procedimientos administrativos – financieros para la empresa textil ‘Katty’ ubicada en la ciudad de Atuntaqui” se presenta la problemática a la que se enfrentaba la empresa, que consistía en la falta de designación de puestos de trabajo que dificultaban el desarrollo de los procesos dentro de la entidad.

Eso tenía como consecuencia que los procesos de la entrega de sus productos consumían más tiempo de lo necesario y estaban llenos de errores, es decir, no se contaba con la adecuada supervisión de actividades que se realizaban en los puestos de trabajo, por lo que las medidas correctivas no eran tomadas a tiempo y los errores aumentaban.

Por otro lado, en el estudio de González (2015) que trataba la temática del diseño de un “Manual de Organización y de Procedimientos para la empresa Multiservicios Empresariales de Colima” se detectó que la falta de procedimientos influye en que los empleados no tengan clara las funciones que deben desempeñar al momento de ofrecer los servicios a sus clientes, ocasionando problemas de insatisfacción y molestias por parte de los usuarios de los servicios de la empresa.

Es por eso que como objetivo se propuso proporcionar a los empleados la información así como la manera de realizar sus funciones en la empresa y, de esta manera, aprovechar el tiempo dentro de la entidad. Por lo que uno de los objetivos fue realizar un manual de procedimientos con el cual facilite a los empleados de la empresa realizar sus actividades.

Entre las principales conclusiones obtenidas se encuentra que los manuales de procedimientos son documentos en los cuales el empleado puede basarse para obtener un guía en la realización de sus funciones y en cada uno de los puestos de la empresa. Por otro lado, dentro de la investigación se sugiere que los manuales diseñados deben ser sujetos a actualizaciones constantes para que se sigan ajustando a las necesidades de la empresa.

Las investigaciones aquí citadas sirven para el desarrollo de la presente. Se tiene que, para un correcto desarrollo del manual para la empresa se deberá realizar un análisis de los problemas que tiene la entidad, para identificar sus debilidades y amenazas que deben ser corregidas y las fortalezas y oportunidades que deben ser aprovechadas dentro de la entidad. Adicionalmente, se tiene que los manuales deben ser actualizados constantemente para que sigan ajustándose a las necesidades de la institución para la cual fueron diseñados.

Marco Teórico

Satisfacción del cliente

Una definición integral de la satisfacción del cliente en términos de cumplimiento placentero es dada por Robbins & Coulter (2014) quienes la satisfacción es la respuesta del consumidor que ha recibido lo requerido. Es juicio que a la característica de un producto o servicio, o el producto o servicio en sí, proporciona un nivel agradable de cumplimiento relacionado con el consumo, incluidos los niveles de bajo o exceso de cumplimiento.

En el mundo empresarial actual, la atención al cliente se ha convertido en una de las principales funciones de cada empresa ya sea de fabricación o servicio. El reciente mercado competitivo obliga a que cada compañía sienta la necesidad, ya sea como proveedor de servicios o como fabricante empresa basada, de ofrecer soporte al cliente en algún niveles prácticos.

El servicio al cliente puede ser simplemente un asunto general o puede ser visto como específico de la empresa.

Según Stanton, Etzel, & Walker (2014), la atención al cliente se puede definir simplemente como un conjunto de actividades que garantiza la disponibilidad del producto para un uso sin problemas para los consumidores durante su vida útil. Por otro lado, la revista Líderes (2011) explicaron que el servicio de atención al cliente puede ser en general visto como soporte del producto como valor agregado, servicio posventa o simplemente servicio. Para cada atención al cliente del proveedor de

servicios es imprescindible lograr la satisfacción de los clientes esta proporciona una ventaja competitiva sobre otros productos y servicios homogéneos.

Importancia de la satisfacción del cliente

Las organizaciones comerciales impulsadas por el mercado ponen especial énfasis en la satisfacción del cliente. Parra & Madero (2005) define estas organizaciones como sigue: Una empresa impulsada por el cliente y el mercado es una que se compromete a proporcionar excelente calidad, productos y servicios competitivos para satisfacer las necesidades y deseos del cliente en un segmento de mercado bien definido. Tal empresa analiza sus capacidades de mercado y proporciona productos y servicios para satisfacer las necesidades del mercado. Considera a sus clientes como los jueces finales que determinan la calidad del producto y nivel de satisfacción del servicio, entrega, precio y rendimiento.

Clasificación de clientes

Por lo general, las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen poseer una amplia variedad de clientes.

Thompson señala que una empresa u organización tiene en su clasificación general dos tipos de clientes:

Clientes Actuales: Son aquellos personas u organizaciones que le efectúan periódicamente compras a la empresa. Estos clientes son los que le generan volumen a las ventas actuales, es decir, son la base de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le consiente asumir una establecida participación en el mercado.

Clientes Potenciales: Son aquellas personas u organizaciones que no le han efectuado compras a la empresa en la actualidad pero que son concebidos como posibles clientes en el futuro porque poseen la habilidad necesaria, el poder de compra y la autoridad para adquirir. Este tipo de clientes es el que brindaría un determinado volumen de ventas en un futuro,

de esta manera se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros. (Thompson, 2013)

Asimismo, el autor señala que estos dos tipos de clientes (actuales y potenciales) se dividen y ordenan de acuerdo a la siguiente clasificación:

Clasificación de los Clientes Actuales: Estos se dividen en cuatro tipos de clientes.

1. Clientes Activos: Los clientes activos son los que en la actualidad están efectuando compras o que lo realizaron dentro de un periodo corto de tiempo.
 - 1.1 Clientes Inactivos: Son aquellos que ejecutaron su última compra hace un largo periodo, en donde se puede teorizar que en la actualidad realizan compras con la competencia, o que están insatisfechos con el producto o servicio, o que ya no solicitan el mismo.
2. Clientes de compra frecuente, promedio y ocasional: Según la frecuencia de compra de los clientes activos, se los puede clasificar en:
 - 2.1 Clientes de Compra Frecuente: Estos efectúan compras de manera repetida y con frecuencia a menudo en donde su intervalo de tiempo entre una compra y otra es más. En estos clientes se visualiza la complacencia en cuanto a lo que adquirió en la empresa, ya sean productos o servicios. De tal manera que es significativo cuidar las relaciones con ellos y darles continuamente un servicio personificado, para que se les pueda indicar que tan importantes y valiosos son para la empresa.
 - 2.2 Clientes de Compra Habitual: Estos efectúan compras con cierta regularidad porque se encuentran satisfechos con la prestación de servicios de la empresa. Por tanto, es aconsejable ofrecerles una atención esmerada para aumentar su nivel de satisfacción, y de esa modo extender su frecuencia de compra.

- 2.3 Clientes de Compra Ocasional: Estos clientes efectúan compras de no tan a menudo o solo una vez. Para establecer el porqué de este escenario es recomendable que cada vez que un nuevo cliente ejecute su primera compra se le pida algunos datos que admitan contactarlo en el futuro para poder ofrecerles nuevos productos o servicios.
3. Clientes de alto, promedio y bajo volumen de compras: Este tipo de clientes es activos y se establece por su frecuencia de compra:
- 3.1 Clientes con Alto Volumen de Compras: Estos clientes por lo general efectúan compras en mayor cantidad, es decir que su participación en las ventas totales puede conseguir entre el 50 y el 80%.
- 3.2 Clientes con Promedio Volumen de Compras: Estos clientes efectúan compras en un volumen que está dentro del promedio general. Se estima que estos clientes Por lo general se encuentran satisfechos con la empresa, el producto y el servicio; por ello, perpetran compras habituales.
- 3.3 Clientes con Bajo Volumen de Compras: Estos clientes predomina el volumen de compras se encuentra por debajo del promedio, por lo general, a este tipo de clientes corresponden los de compra ocasional.
4. Clientes Complacidos, Satisfechos e Insatisfechos: Estos se los clasifica de acuerdo a su nivel de satisfacción, y se los clasifica en:
- 4.1 Clientes Complacidos: Estos clientes han percibido de manera eficaz el desempeño de la empresa, el producto y el servicio, es decir que se les ha cumplido con las expectativas de los mismos.
- 4.2 Clientes Satisfechos: Estos clientes son los que percibieron el desempeño de la compañía, en donde el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas.
- 4.3 Clientes Insatisfechos: Estos clientes poseen una perspectiva de desempeño de la empresa, en cuanto al servicio por debajo de sus expectativas; es decir, no desean repetir la experiencia que fue desagradable, por lo que optan por otro proveedor.

5. Clientes Influyentes: En este apartado se establece en el volumen y frecuencia de compras, y su grado de su influencia en la sociedad o en su entorno social.

5.1 Clientes Altamente Influyentes: Este tipo de clientes se caracteriza por producir una percepción positiva o negativa en un grupo grande de personas hacia un producto o servicio.

5.2 Clientes de Regular Influencia: Estos clientes ejercen una determinada influencia en grupos más reducidos.

5.3 Clientes de Influencia a Nivel Familiar: Estos clientes influyen en su entorno de familiar y amigos.

Indicadores para medición de la satisfacción

Se entienden por indicadores de satisfacción del cliente como aquellos datos que consienten evaluar el estado del cliente en relación al servicio o producto ofrecido por la empresa. Es decir que el concepto indicador es el resultado de la relación entre dos o más datos que permiten medir de manera cuantitativa o cualitativa los acontecimientos para poder tomar acciones que satisfagan al comprador después de haber acogido el servicio o producto.

Kotler señala que la medición no es un proceso de fácil realización, sin embargo es viable efectuar una distinción entre las empresas fabricantes de bienes y aquellas que ofertan servicios. Siendo las empresas que elaboran productos su medición calificada como dura, ya que son medidas por números de reparaciones, devoluciones, y desperfectos. De manera diferente en las empresas que prestan algún tipo de servicio se la mide de manera subjetiva es decir con expectativas y percepciones. (Kotler , s.f)

Honorato (2016) señala los indicadores más importantes se pueden señalar:

1. Indicador de satisfacción del cliente: tiempo medio de espera
Este se refiere al tiempo que espera el cliente para ser atendido, en donde se puede dar de manera física o por vía telefónica u online.

Este varía dependiendo del producto o servicio que se brinda, de tal modo que tendrá sus propios tiempos, para ello es significativo precisar cuál es el tiempo de espera óptimo. De este modo, se plantearán acciones que accedan tener al cliente satisfecho.

2. Indicador de satisfacción del cliente: grado de fidelización

Mide, la fidelidad de los clientes respecto a la marca, producto o servicio. Se puede conseguir con datos referidos a la frecuencia de la utilización del servicio o la repetición de compra.

3. Indicador de satisfacción del cliente: reclamaciones

Este apartado hace ímpetu a todas las reclamaciones ejecutadas por los clientes con relación a los productos y servicios ofertados por la empresa. Es por ello que se requiere habilitar todos los medios necesarios para la recolección de estos datos que logran ser obtenidos por vía online, presencial o por teléfono. El área que está encomendada a esta labor debe ser accesible y tratar este dato para optimizar los procesos internos de la empresa con miras a mejorar la atención de los clientes.

4. Indicador de satisfacción del cliente: defectos

Este posee cierta similitud al indicador de reclamaciones, pero se encuentra más orientado a la calidad del producto y representa al número de errores en los productos. Es decir es uno de los indicadores de satisfacción del cliente que valora el estado de la producción de los bienes que, van a trascender en la satisfacción del consumidor.

5. Indicador de satisfacción del cliente: cumplimiento del plazo de entrega

Este indicador se fundamenta en el tiempo de entrega, este factor puede o no depender de la empresa ya que al contratar a otra que presta servicios la entrega no penderá de ella, pero para ello debe llevar un control de tiempos, ya que la demora genera malestar en los clientes. Es por ello que se debe ofrecer plazos de entrega en tiempos reales. (Honorato , 2016)

Ventajas

Conocer el grado de satisfacción de los clientes de cada organización es esencial para poder mejorar áreas de la empresa, así también el servicio. Entre las principales ventajas de la medición de la satisfacción del cliente se tiene:

1. Mayor satisfacción de las expectativas de los clientes.
2. Se difunde una imagen positiva de la empresa al escuchar o conocer la opinión de los clientes.
3. Mejora la gestión, oferta comercial, proposición de valor y también contribuye a la reducción de costes.
4. Ayuda a fidelizar a los clientes actuales.
5. Contribuye a crear una cultura de empresa encaminada a la satisfacción del cliente. (Galvis, 2012)

Desventajas

Las desventajas por señalar no son muchas ya que con la medición se encuentran más beneficios para la empresa que obstáculos para la misma. Entre ellas se pueden indicar:

1. Los diferentes tipos de clientes obligan a analizar muy bien la información que se precisa de cada uno ellos, para de esta forma poder con precisión enunciar conclusiones generalmente aceptables.
2. No siempre se obtendrá la información correcta o apropiada porque esta dependerá de lo que respondan los clientes en los cuestionarios. (Galvis, 2012)

Servicios post ventas

El servicio posventa implica una interacción continua entre el proveedor del servicio y el cliente durante todo el ciclo de vida del producto posterior a la compra. En el momento en que el producto se vende al cliente, esta interacción se formaliza mediante una garantía mutua o contrato de servicio. Los términos exactos de la garantía o contrato de servicio, las

características de la base de clientes y la naturaleza del producto vendido influyen en la estrategia de servicio posventa del proveedor del servicio (Arenal, 2016).

La relación que vincula a un comprador y un vendedor rara vez finaliza después de una transacción de compra; el contorno de la relación afecta la decisión del comprador en la próxima ronda de compras. Normalmente, esto puede estar relacionado con la dinámica de los servicios y productos tratados en una transacción entre el comprador y el vendedor (Dominguez, 2014).

Es por eso que con mayor seguridad, el comprador decide no solo comprar un artículo, sino que tiene la intención de comprar un producto aumentado donde el producto representa una paquete de valores que satisface al comprador, y el comprador tiene la intención de entrar en una relación de fidelización comprador-empresa. El éxito de los clientes que regresan depende inevitablemente de la creación de relaciones; por lo tanto, la empresa vendedora necesita comprender y planificar una estrategia (Rodriguez C. , 2016).

Métodos de prestación de servicios

En la práctica, el servicio de mantenimiento se proporciona al cliente en tres diferentes modos.

1. Unidades de reemplazo de campo.
2. Provisión del servicio en una instalación de servicio designada.
3. Provisión del servicio en la ubicación del cliente

El término unidades de reemplazo de campo se usa para instancias en las que la parte fallida puede ser reemplazada fácilmente por el cliente y los servicios de un técnico de servicio no son necesarios. La mayoría de las instancias de falla no son tan simples de reparar. Por lo tanto, el servicio de mantenimiento se proporciona en un centro de servicio designado o en la ubicación del cliente (Arenal, 2016).

Por otro lado, se denominará provisión de mantenimiento en la ubicación del cliente como servicio de mantenimiento de campo. Se observa que algunos bienes se atienden en la ubicación de un cliente mientras que los bienes de consumo se atienden en una instalación de servicio específica (Arenal, 2016). Estos bienes se usan típicamente como parte de la infraestructura comercial de un cliente, por lo tanto, los plazos de servicio acordados son más estrictos que los de los productos comerciales.

Servicio de atención al cliente

En el mundo empresarial actual, la atención al cliente se ha convertido en una de las principales funciones de cada empresa ya sea de fabricación o servicio. El reciente mercado competitivo obliga a que cada compañía sienta la necesidad, ya sea como proveedor de servicios o como fabricante empresa basada, de ofrecer soporte al cliente en algún nivel práctico.

El servicio al cliente puede ser simplemente un asunto general o puede ser visto como específico de la empresa.

Según Stanton, Etzel, & Walker (2014), la atención al cliente se puede definir simplemente como un conjunto de actividades que garantiza la disponibilidad del producto para un uso sin problemas para los consumidores durante su vida útil. Por otro lado, la revista Líderes (2011) explicaron que el servicio de atención al cliente puede ser en general visto como soporte del producto como valor agregado, servicio posventa o simplemente servicio. Para cada atención al cliente del proveedor de servicios es imprescindible lograr la satisfacción de los clientes esta proporciona una ventaja competitiva sobre otros productos y servicios homogéneos.

Manuales de procedimientos

Los manuales de procedimientos, son herramientas creadas por las comunidades para ayudar al personal, los miembros de la comisión, los propietarios y el público en general para entender los procedimientos

utilizados e implementados en ciertas actividades que desempeña una entidad (Barquero, 2013).

Por otro lado, según Gómez (2012) los manuales de procedimientos son herramientas útiles para una variedad de entornos laborales. Ya sea que los empleados necesiten saber cómo operar un dispositivo o cómo completar la capacitación requerida de salud y seguridad, un manual de procedimientos puede ofrecer una descripción general de los pasos.

Muchos empleadores diseñan manuales combinados de "políticas y procedimientos", pero es importante reconocer la distinción: las políticas reflejan las reglas, mientras que los procedimientos reflejan los procesos y la forma de completarlos. Al armar un manual de procedimientos eficaz, es esencial centrarse en el procedimiento en sí y proporcionar la información que será más útil para los empleados para lograrlo (Robbins & Coulter, 2014).

Propósito de los manuales de procedimiento

Los manuales de procedimientos pueden ser útiles para aclarar las dudas sobre los procesos que se siguen dentro de una entidad, y para ello se usan las siguientes herramientas (Van & Wachowicz, 2002):

- Los diagramas de flujo o tablas pueden aclarar la relación de una actividad con otra.
- Ilustraciones, fotos y ejemplos pueden ser utilizados para aclarar el significado de los requisitos.
- Los diagramas de flujo o tablas pueden aclarar los marcos de tiempo y los pasos en el proceso.
- Listas de verificación y los dibujos de muestra pueden aclarar la información requerida para las aplicaciones.
- Las listas de verificación y los dibujos pueden aclarar los estándares para su aprobación.

Los manuales de procedimientos proporcionan instrucciones y direcciones para la operación diaria de una empresa. Son esenciales

para garantizar la coherencia y la calidad de los productos y servicios. Todos los intereses comerciales, desde el empresario individual hasta pequeñas empresas o grandes corporaciones, deben tener un manual de procedimientos para cada miembro del personal como parte de la descripción escrita del trabajo. Los manuales de procedimientos también proporcionan una respuesta por escrito para contingencias o soluciones para problemas comunes. Las soluciones aseguran que los problemas comunes tengan la misma respuesta cada vez.

Clasificaciones de los Manuales

1. Manual del producto

Esto también se llama el "Manual de instrucciones". Es un manual que instruye a los usuarios sobre cómo usar el producto.

2. Manual de instalación

Este es un manual sobre cómo configurar o instalar el producto.

3. Manual de soluciones

Un tipo de manual utilizado para reparar partes del producto.

4. Manuales de usuario

Un tipo de manual que se enfoca en diferentes tipos de usuarios: administradores, personal de mantenimiento, principiantes, gerentes o estudiantes.

5. Manual de procedimientos

Este es el manual para las operaciones de la empresa o empresas. Es un conjunto de estándares y procedimientos para operaciones, estándares de trabajo y políticas de la compañía.

6. Manual de auditoría

Este tipo de manual es una guía sobre cómo hacer o elaborar informes financieros en relación con asuntos contables y de auditoría.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El artículo 277 de la Constitución de la República del Ecuador establecida en el año 2008 establece que el estado garantiza el derecho de las personas y las colectividades, para ello se debe planificar, dirigir y regular el proceso de desarrollo, en donde intervienen políticas públicas y privadas. Si no se cumplieran se dará la oportuna sanción según sea el caso que corresponda.

De tal manera que las empresas que elaboren bienes, y den mantenimiento están obligadas a acoger dicho mandato. Asimismo se promoverá la ciencia, tecnología y saberes. De la misma manera dispone la regulación del funcionamiento del sistema de control, con la adaptación, expedición, aprobación y actualización de las normas de control interno. A partir de este marco regulador, cada institución del Estado dictará las normas, políticas y manuales específicos que consideren necesarios para su gestión.

Tal es así que, las normas de control interno incluyen normas generales y otras específicas relacionadas con la administración financiera gubernamental, talento humano, tecnología de la información y administración de proyectos y recogen la utilización del marco integrado de control interno emitido por el Comité de Organizaciones que patrocina la Comisión Treadway (COSO), que plantea cinco componentes interrelacionados e integrados al proceso de administración, con la finalidad de colaborar a las entidades privadas a conseguir sus objetivos como empresa.

Variables de la investigación

Variable independiente

Manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.

El manual de procedimientos es un elemento clave de las acciones de control interno y administración de una empresa. Es un conjunto de guía sobre determinadas acciones que se realizan en una empresa y sirve para

direccionar a los empleados y administradores sobre las funciones a cumplir, qué se espera de ellos y cómo se debe hacer (Blanco, 2015).

Variable dependiente

Satisfacción del cliente

Se refiere al nivel de satisfacción que obtiene un consumidor de un producto o servicios, es decir qué tan complacido se siente con lo recibido. La satisfacción al cliente es una buena medida de que las acciones de la empresa están logrando los objetivos esperados (Faga & Ramos, 2006).

Definiciones conceptuales

Soporte: Material en cuya superficie se registra información, como el papel, la cinta de vídeo o el disco compacto.

Conexión remota: La conexión remota es una tecnología que permite el acceso remoto a un ordenador u otro dispositivo similar, desde otro terminal ubicado en cualquier punto del planeta, mediante una conexión de red instaurada por fibra óptica o Wi-Fi.

Instalación: La palabra instalación hace referencia a una estructura que puede variar en tamaño y que es instaurada de manera particular para efectuar un objetivo determinado. Cuando se habla de instalación se está haciendo referencia a elementos artificiales y no naturales, implantados y por la mano del hombre.

Check list: son formatos establecidos para efectuar actividades repetitivas, controlar el cumplimiento de una lista de requisitos o recoger datos ordenadamente y de manera sistemática. Se utilizan para hacer comprobaciones sistemáticas de acciones o productos asegurándose de que el trabajador o inspector no se olvida de nada trascendental.

Team viewer: Aplicación de software con la que puedes conectarte a otro ordenador o servidor en cualquier lugar del planeta

Software: Soporte lógico de un sistema informático, que comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos que son llamados hardware. La interacción entre el software y el hardware hace operativo un ordenador (u otro dispositivo), es decir, el Software envía instrucciones que el Hardware ejecuta, haciendo posible su funcionamiento.

Incidentes: Cosa que sucede en el desarrollo de una acción o asunto, interrumpiéndolo u obstaculizándolo.

Base de datos: Se puede precisar como un conjunto de información relacionada que se encuentra agrupada o estructurada.

Satisfacción: Es un estado del cerebro emanado por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.

Servicio: Conjunto de acciones que buscan satisfacer los requerimientos de un cliente, estos pueden incluir diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas.

Procedimientos: Conjunto de acciones u operaciones que tienen que ejecutarse de la misma forma, para conseguir siempre el mismo resultado bajo las mismas situaciones.

Eficiencia: Virtud y facultad para lograr un efecto determinado. Utilización racional de los recursos productivos, adecuándolos a la tecnología existente.

Organización y métodos: Habilidades empleadas originarios de la ingeniería administrativa y empresarial, que se encargue del diseño del equipo y de la situación de trabajo, imaginando los contenidos sensoriales humanos psicomotoras, de aprendizaje, estudio de las funciones corporales y de seguridad y bienestar.

Gestión de Recurso humano: Son métodos para elaborar planes de empleados y trabajadores en las diferentes actividades productivas tratando de intercambiar trabajo y destreza, asimismo el individuo está acostumbrado a adquirir para compensar sus necesidades.

Manuales: Son documentos que contienen los procedimientos, políticas, funciones, instrucciones y pasos a seguir es esencial para el funcionamiento y desarrollo de la empresa los cuales detallan de manera explícita información relevante para la misma.

Medición del trabajo: Es la aplicación de técnicos para determinar el tiempo que invierte un trabajador calificado para llevar una labor definida efectuando según una rutina de ejecución preestablecida.

Planificación: Acción y efecto de planificar. Plan general, científicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo económico, la investigación científica, Procesos: Progreso, acción de ir delante. Transcurso del tiempo. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

Usuario: Es aquella persona que usa algo para una función en específico, es necesario que el usuario tenga la conciencia de que lo que está haciendo tiene un fin lógico y conciso, sin embargo, el termino es genérico y se limita en primera estancia a describir la acción de una persona que usa algo.

Operaciones: Ejecuciones o maniobras metódicas y sistemáticas sobre cuerpos, números, datos, etcétera, para lograr un objetivo determinado.

Calidad: Es uno de los patrones de real importancia que debe tener un producto o servicio al momento de lanzarlo al mercado, en él se conjuga, eficacia y eficiencia en los controles y satisfacción del servicio final que llega al cliente.

Procesos: Progreso, acción de ir delante. Transcurso del tiempo. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.

Instrucciones: Conjunto de las reglas o advertencias para cumplir un objetivo, como pueden ser reglamentos de los juegos y el procedimiento para hacer funcionar una máquina o una operación.

Actividades: Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

Coordinación: Es la capacidad o habilidad de moverse, manejar objetos, desplazarse solo o con un compañero, coordinarse con un equipo en un juego. Así también es la forma más amplia de coordinación, es el resultado de un buen desarrollo de las anteriores.

Capacitación: Proceso mediante el cual se enseña a los empleados ya sean nuevos o no las destrezas necesarias para sus actividades laborales para de esta manera mejorar su desarrollo.

Negociación: Asunto participativo mediante el cual, actores económicos o sociales ponen en la mesa ideas, participaciones y resultados, manteniendo independencia de atribuciones y gestiones, de tal forma que se generen beneficios.

Retroalimentación: Se designa el método de control de sistemas en el cual los resultados obtenidos de una tarea o actividad son reintroducidos nuevamente en el sistema con el fin de controlar y optimizar su comportamiento.

Servicio postventa: Es seguir brindando atención al cliente después de la compra y es tan fundamental como las demás estrategias que has implementado en tu tienda en línea. Recuerda que Ser buenos en ventas y entrega ya no lo es todo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

ESIAPRE S.A se dedica al desarrollo y comercialización de su software contable (SIAPRE) por más de 10 años, adaptándose a diferentes giros de negocios sean estas empresas comerciales y de servicios.

El propósito de la empresa es brindar soluciones integrales a sus clientes, siendo el objetivo principal proveer de una solución tecnológica óptima para el control de todos los procesos de la compañía.

Misión

Otorgar un valor real a cada inversión realizada por las empresas en el Área de IT a través de la implementación de soluciones tecnológicas acordes con las necesidades del cliente brindándoles nuevas oportunidades de éxito en los objetivos propuestos.

Visión

Conformar equipos de trabajo comprometidos con la excelencia y poseedores de destrezas profesionales a un alto nivel para resolver problemas en ambientes complejos e implementar las soluciones más adecuadas y eficaces.

A continuación se presenta información referente a la empresa, como su organigrama, principal producto que ofrece, principales clientes y su plantilla de trabajadores. Con el fin de tener claro el contexto en el que se desenvuelve el objeto de estudio.

Organigrama de la empresa

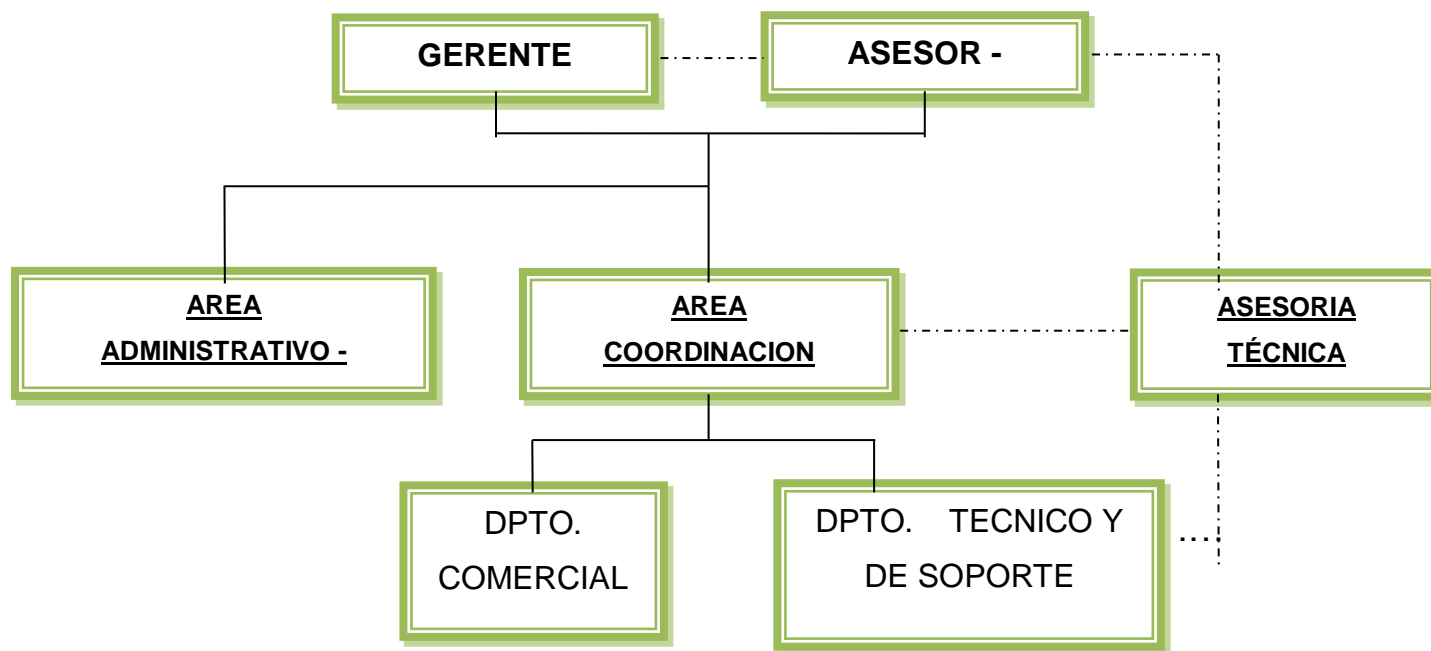


Figura 1.Organigrama de ESIAPRE

Plantilla de trabajadores

Cuadro 1 Plantilla de trabajadores

CARGO	CANTIDAD
Gerente General	1
Administradora	1
Asistente Adm Contable	1
Programador	1
Coordinadora operativa	1
Analista / asesor	1
Técnico/capacitador	2
Capacitador	4
Vendedor	2
Total	14

Principales servicios

Cuadro 2 Principales servicios de Esiapre S.A.

SERVICIOS		ESIAPRE S.A. es un equipo de profesionales experimentados en la aplicación de soluciones IT en ambientes complejos dentro de un completo ciclo de análisis, diseño y desarrollo de sistemas de información.
DESARROLLO DE SISTEMAS	:	CON ORIENTACIÓN AL SOFTWARE
	■	Estudios y análisis de Requerimientos con documentación detallada.
	■	Sistemas empresariales acorde al tamaño, complejidad y especialidad del negocio. <ul style="list-style-type: none"> a. Facturación b. Inventario c. Cuentas por Cobrar d. Contabilidad e. Proveedores
	■	Diseño de Sistemas de seguridad de datos
	■	Diseño y Desarrollo de Bases de Datos y software orientado
	■	Diseño desarrollo de aplicaciones web (B2B, B2C)
	■	Control de Calidad y Testing documentado
DESARROLLO DE SISTEMAS	:	CON ORIENTACIÓN AL NETWORKING
	■	Administración, configuración y backup de la red
	■	Soporte Help Desk
	■	Soporte técnico permanente en equipos
	■	Instalación de equipos servidores <ul style="list-style-type: none"> a. Red b. Impresoras c. Bases de datos d. Internet e. Servicios web y FTP f. Archivos
	■	Administración de centros de computo.

Principales clientes

Cuadro 3 Principales clientes de Esiapre S.A.

<u>CLIENTES</u>		PRINCIPALES PROYECTOS DESARROLLADOS
Quifatex	✓	Proyecto a nivel nacional de implementación del software en farmacias.
Importadora Jordán	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock
Misión Alianza Noruega	✓	Sistema para control financiero de almacenes
Pinturas Unidas S.A.	✓	Sistema para control financiero de almacenes
	✓	Sistema para puntos de venta
Diparsa S.A.	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock
DISELI	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock
Covitan S.A.	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock
Importadora Formosa S.A.	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock
	✓	Sistema Administrativo Financiero
	✓	Sistema para Control de Inventario y Stock

Proveedores.

Cuadro 4 Proveedores de Esiapre S.A.

Proveedor	Suministros
DIAGRAPH	Publicidad, trípticos, volantes
SERVIGRAFICA	Carpetas , visitas técnicas , tarjetas de presentación
SUMINISTROS & PAPELES	Suministros de oficina en general
ASESORIA EXTERNA	Asesoría Profesionales , técnicos

Diseño de la investigación

La investigación está encaminada a un diseño no experimental con actividades de campo que serán realizadas en las instalaciones de la empresa teniendo, adicionalmente, un enfoque descriptivo que determinará las principales características del problema a enfrentar (Bernal C. , 2006).

Tipo de Investigación

La investigación que será utilizada en el presente estudio se orienta a un enfoque cualitativo, es decir trata de comprender la problemática desde un punto de vista cualitativo, centrándose principalmente en las características que presenta el problema a estudiar (Paz, 2014).

Descriptivo

“Los estudios descriptivos miden de manera independiente los conceptos o variables a los que se refiere”. Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, de esta manera detallamos la información sobre el proceso a seguir. (Balestrini, 2011)

Esta investigación ofrece las herramientas necesarias para determinar y describir las principales características del problema que se enfrenta. Con el empleo de esta investigación, se realizará una descripción detallada de los puntos débiles que

existen en la empresa y cómo han afectado al servicios al cliente después de entregar el producto.

Explicativo

En palabras de Hernández (2010) los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o de fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Es aquella que tiene relación causal, no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.

Al hacer uso de esta investigación, realizará un estudio del contexto en el cual se desenvuelven las principales causas que han ocasionado el problema de estudio. No se quedará en explicaciones superficiales, sino que se profundizará para realizar una explicación detallada del contexto, de la información de análisis y como esta ayuda a formular propuestas de solución al problema enfrentado.

Correlacional

El tipo de investigación correlacionar describe relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas, en el caso de que dos variables estén correlacionadas, ello significa que una varía cuando la otra también varía. Si es positiva quiere decir que sujetos con altos valores en una variable tienden a mostrar altos valores en la otra variable. Si es negativa, los sujetos con altos valores en una variable tenderán a mostrar bajos valores en la otra variable (Díaz, 2012).

Con la investigación correlacional, se pretende medir el nivel de dependencia entre las variables de la investigación, es decir, como el desarrollo de una variable influye en la otra y de qué forma se relacionan con el problema a estudiar.

Población y muestra

Población

Walpole, Myers, & Ye (2012) mencionan a la población como "un conjunto de N unidades de investigación claramente definidas, algunas de cuyas características son objeto de investigación"(p.113), es decir, un conjunto mayor que corresponde a las unidades de investigación, para obtener una solución a los problemas.

Para la presente investigación la población estará formada por los empleados y clientes de ESIAPRE. Que se detallan a continuación.

Cuadro 5 Población de estudio

Detalle	CANTIDAD
Gerente General	1
Administradora	1
Asistente Adm Contable	1
Programador	1
Coordinadora operativa	1
Analista de sistema	1
Técnico/capacitador	2
Capacitador	4
Vendedor	2
Clientes	250
Total	264

Muestra

La muestra se define como la parte extraída del conjunto de datos (agregado), que se cree que refleja claramente las características básicas de la población. (Definición, 2009).

Para seleccionar la muestra se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a 100 clientes de la empresa, a los cuales se les realizará la encuesta y a 8 empleados de los cuales se realizará la guía de observación para la obtención de información que contribuya a la generación de propuestas.

Cuadro 6 Muestra del estudio

Detalle	CANTIDAD
Empleados	8
Clientes	100
Total	108

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Análisis documental

El análisis de documentos se transforma en una investigación con el objetivo de captar, evaluar, seleccionar y sintetizar el contenido de los documentos desde el punto de vista de un determinado problema. Describe el acto de revisar la documentación existente de procesos o sistemas que tratan el problema planteado, para la presente investigación se analizará la bibliografía existente referente a los procedimientos que se llevan a cabo en el área de coordinación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Encuestas

La encuesta es una herramienta estadística empleada en las investigaciones con el fin de realizar el levantamiento de datos a través de un cuestionario previamente diseñado (Baldrini, 2013). La encuesta en la presente investigación será realizada a los 100 clientes seleccionados como la muestra de la investigación.

La observación

Es el sistema a través del cual el investigador detecta y asimila la información del problema de estudio y su entorno. Es un documento que permite encaminar la acción de observar el problemas estudiado dirigiendo a la obtención de respuestas (Baray, 2006). Esta guía de observación será empleada para verificar las sí funciones que los empleados están realizando cuentan con procedimientos establecidos.

Resultados de la encuesta

En la presente sección se mostrarán los resultados que se han obtenido de la encuesta realizada a los clientes de la empresa. El formato completo de la encuesta utilizada se muestra en el *Anexo 1*.

- 1. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con la empresa en una escala de 1 a 5, donde 5 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho**

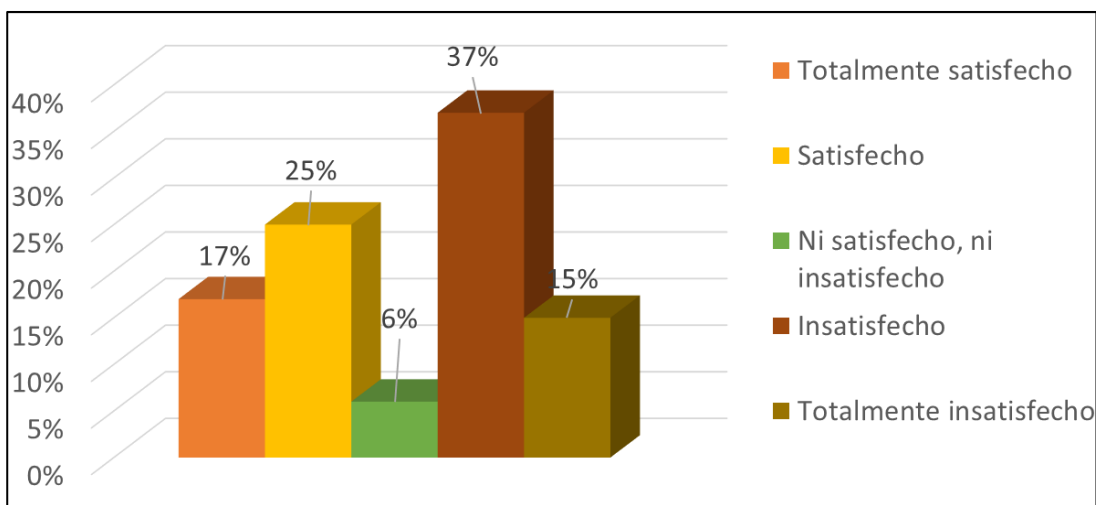


Figura 2 Nivel de satisfacción del cliente

- 2. Considera usted que el vendedor ofreció el producto que necesitaba**

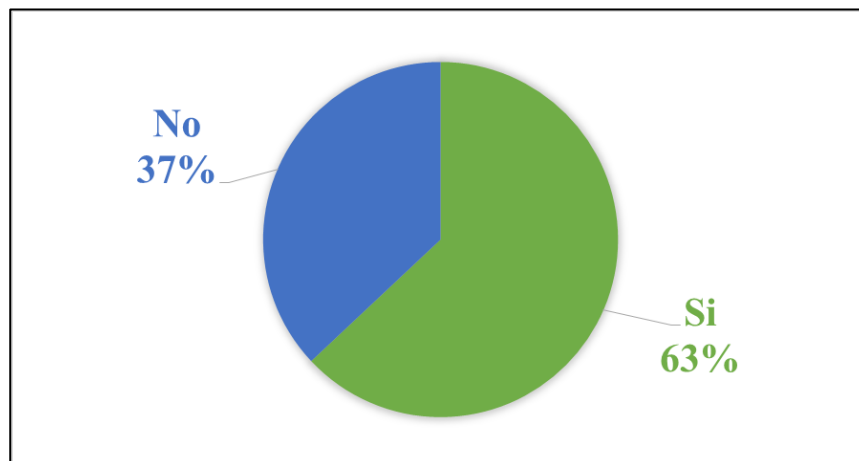


Figura 3 Vendedor y producto

3. Por favor, valore del 1 al 5 (donde 1 es pobre y 5 es excelente) los siguientes atributos de empresa

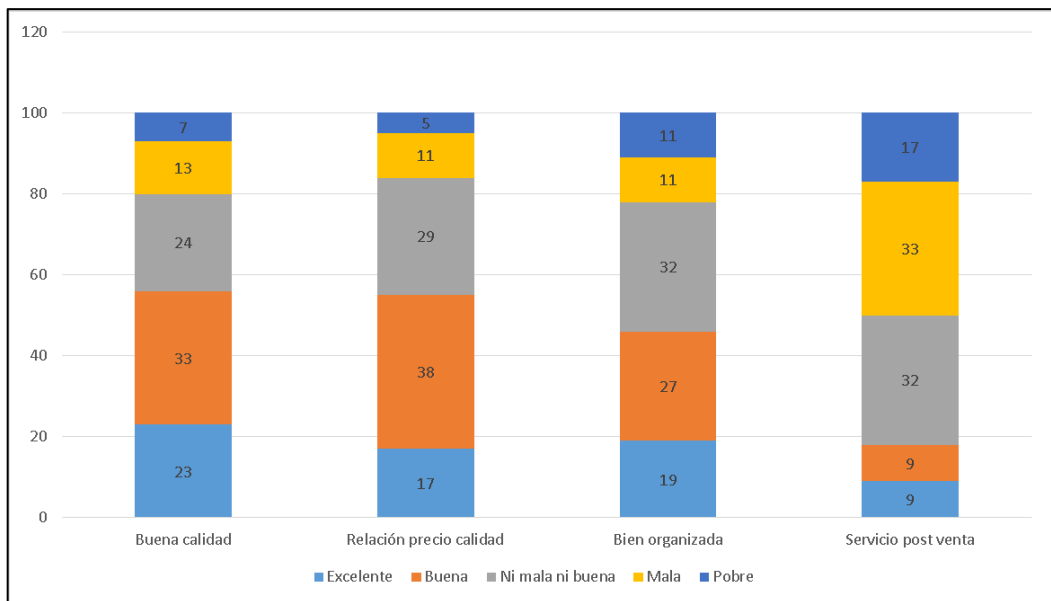


Figura 4 Valoración de los atributos de la empresa

4. Por favor, valore del 1 a 5 si el área de coordinación cumple con las siguientes funciones:

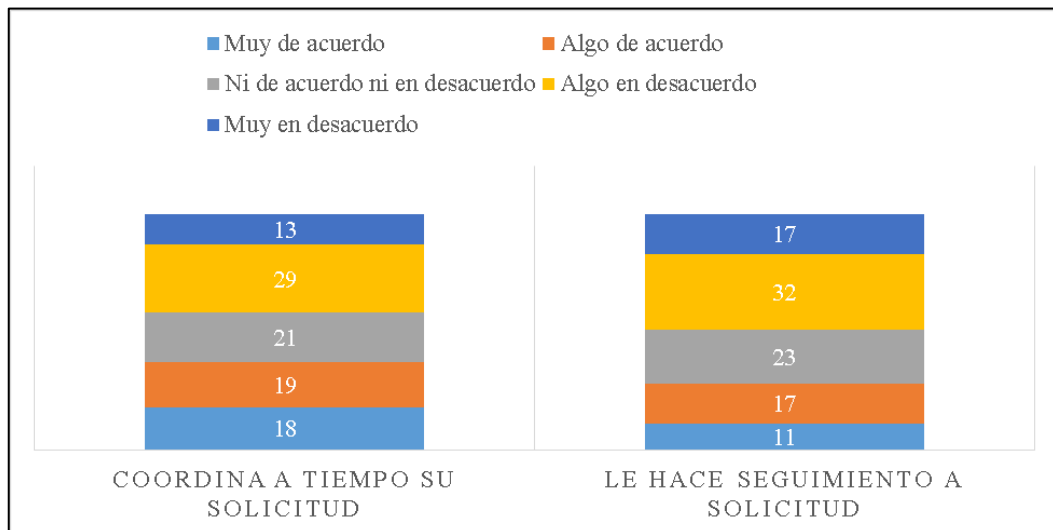


Figura 5 Evaluación área de coordinación

5. Por favor , valore del 1 a 5 si el área de soporte cumple con las siguientes funciones:

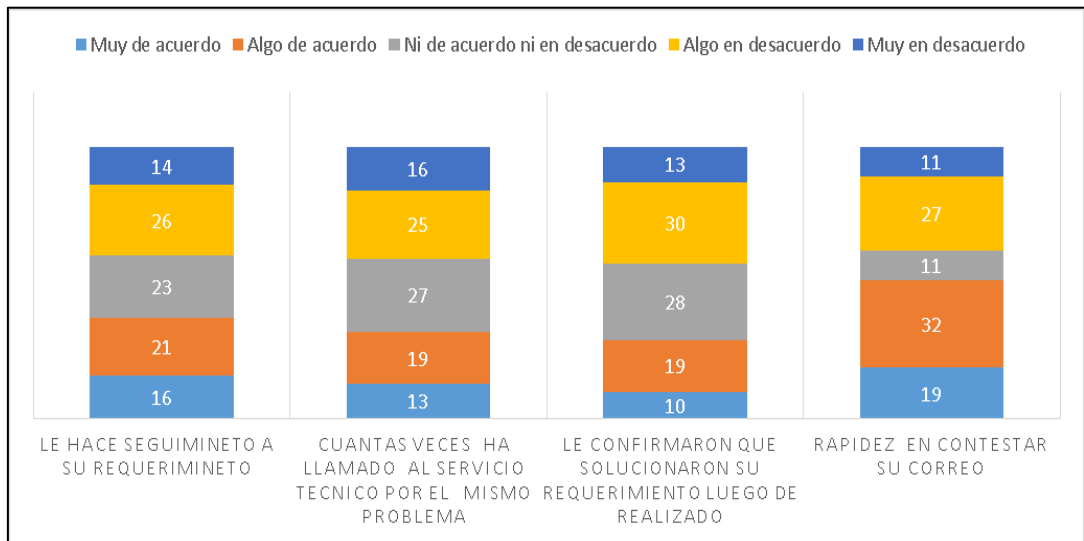


Figura 6 Evaluación del área de soporte

6. Por favor, valore del 1 a 5 si el área de soporte y atención al cliente llena sus expectativas en los siguientes puntos.

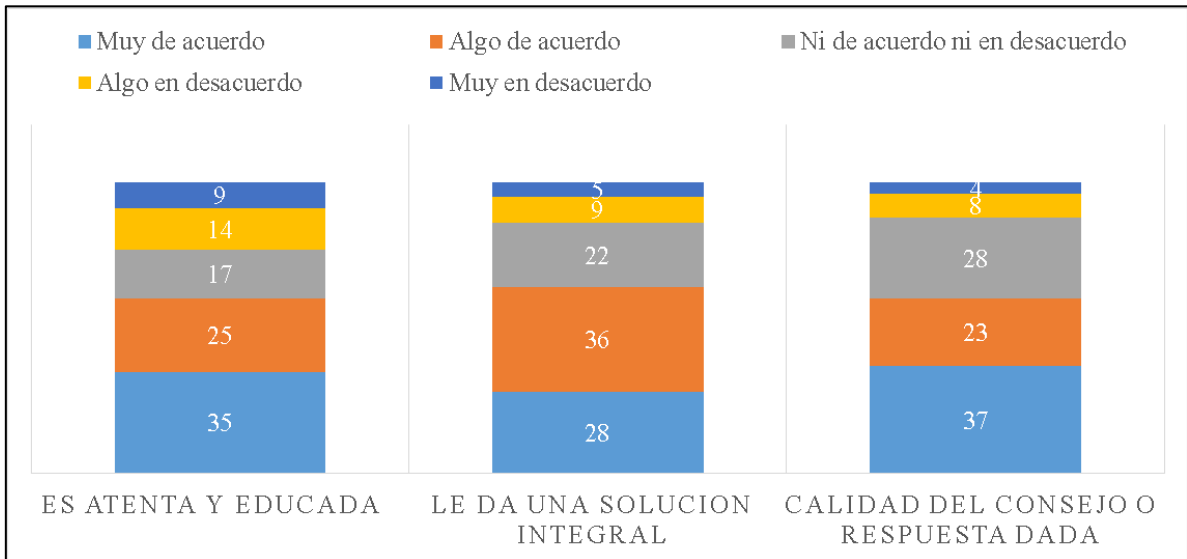


Figura 7 Evaluación área de soporte y atención al cliente

7. Por favor evalúe su satisfacción general con el servicio del soporte recibido.

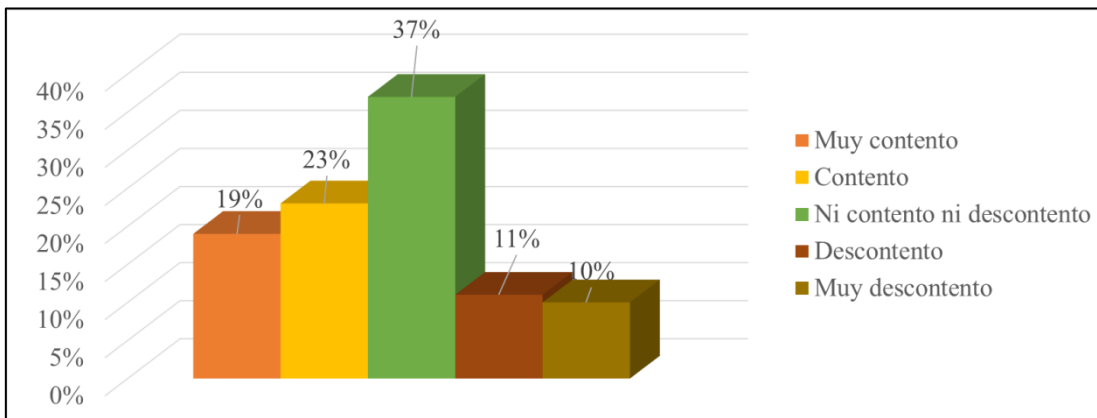


Figura 8 Satisfacción general del cliente

8. Por favor, valore del 1 a 5 si el consultor llena sus expectativas en los siguientes aspectos.

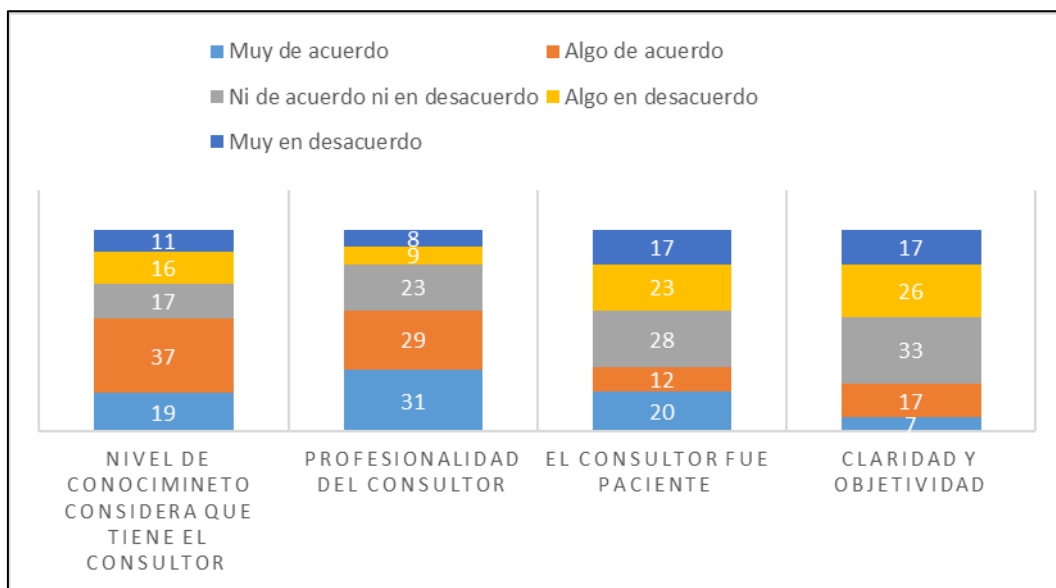


Figura 9 Evaluación del consultor

Guía de observación

La presente sección tiene como objetivo observar y evaluar el desempeño realizado por los trabajadores dentro de las diferentes áreas de la empresa. Para ello se empleará una guía de observación basada en las funciones que realizan cada empleado para determinar si se cumplen o no.

Área administrativa

Cuadro 7 Guía de observación. Área administrativa

No. ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1. Realiza reuniones motivadoras con todo el personal donde se les explica sus funciones, responsabilidades y lo que se espera de ellos	X		Las reuniones son realizadas con periodicidad semanal y de acuerdo a los requerimientos del negocio.
2. Provee a los trabajadores las herramientas para cumplir sus funciones	X		Los empleados tienen las herramientas necesarias para la realización de sus funciones.
3. Cuenta con un sistema para evaluar el desempeño del trabajador		X	No existe un sistema para evaluar el desempeño de los empleados.
4. Existen métodos de incentivo a los empleados		X	No existen metas propuestas a los empleados.
5. Cuentan con manuales de procesos en cada una de sus áreas		X	No existe un manual que proporcione guía en la realización de funciones.

Área de coordinación

Cuadro 8 Guía de observación. Área de administración

No. ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1. Sigue algún proceso para coordinar algún requerimiento del cliente	X		De acuerdo a los requerimientos diarios de los usuarios.
2. Cuenta con registros para controlar clientes a visitar y consultores asignados	X		Si se posee pero son modificados de acuerdo a la disponibilidad de consultores.
3. Tiene autoridad para tomar alguna decisión en su área	X		El jefe de área puede implementar cambios.
4. Evalúa la satisfacción del cliente	X		Se realiza a través de encuestas.
5. Cuenta con su manual de Funciones		X	No existe un manual que proporcione guía.

Área técnica y de soporte

Cuadro 9 Guía de observación. Área técnica.

No. ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1. Cuenta con algún control para saber que cliente ya fue atendido.	X		Se lleva un registro simple de los clientes ya atendidos.
2. Sigue algún proceso para capacitar a un cliente.		X	No existe un proceso definido para las capacitaciones
3. Tienen un manual de instalación del sistema	X		Existe un proceso simple para la instalaciones de los programas.
4. Realiza el seguimiento al cliente después de dar alguna solución		X	No hay seguimiento de los clientes que reportaron problemas
5. Cuenta con un manual general de funciones.		X	No se cuenta con un manual de funciones para el área.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Análisis de la encuesta

En los aspectos relacionados con la satisfacción del cliente considerados en las preguntas 1 y 7 en base al servicio ofrecido en general tenemos más de un 50 % de los encuestados se siente insatisfecho con el servicio ofrecido lo que evidencia que están teniendo fallas al realizar el servicio de posventa puesto que un 33% considera que aquel servicio es de característica mala según pregunta # 3 .

En los aspecto relacionados con el área de coordinacion, se tuvo un alto índice de respuesta “algo en desacuerdo” al momento de indagar si aquella área coordina a tiempo las solicitudes de los clientes y si se realiza un seguimiento. Esto hace evidente la necesidad de realizar un manual que contribuya a una mejora de dicho departamento.

Respecto a las funciones del área de soporte se tuvo un alto índice de respuesta “algo en desacuerdo” al momento de considerar si el área de soporte realiza seguimientos a los requerimientos de los clientes. Al evaluar sobre las características de los consultores se obtuvo una baja calificación de la claridad y objetividad del consultor al momento de otorgar la capacitación y las respectivas indicaciones al cliente. Esto es un factor clave en los problemas presentados al momento de las capacitaciones que se presta a los usuarios puesto que se aumenta los errores, aumentan el número de llamadas de los clientes quejándose por el sistema lo cual se refleja en un cliente insatisfecho.

Análisis de las guías de observación

De las guías de observación se tiene un factor común que se ha identificado. Las diferentes áreas a las cuales se realizó el proceso de observación no cuenta con un manual de procedimientos que contribuya a la realización óptima de las funciones que en cada departamento se realiza.

Esto aumenta el índice de errores que se cometen y aumenta el grado de insatisfacción del cliente. Por lo que un manual administrativo contribuiría a la mejora de las funciones realizadas por cada departamento, aumentado la

capacidad operativa de la empresa y la atención prestada a los requerimientos de los clientes.

Propuesta

Dentro de las actividades encontradas en la ejecución de los procesos de la instalación, soporte y capacitación de los productos de la empresa Esiapre S.A. es importante que estos se encuentren debidamente organizados y sistematizados, para que puedan servir como guía a los colaboradores de las diferentes áreas que participan en la prestación del servicio.

Es por eso que se propone un manual de procedimientos diseñado de acuerdo a las necesidades de la empresa identificadas a lo largo de la presente investigación.

MANUAL DE PROCESOS

Introducción

El manual de procedimientos a desarrollar considera las necesidades identificadas en la presente investigación, de tal manera que ha sido diseñado considerando los requerimientos y actividades del área de soporte de la empresa Esiapre S.A. de tal manera que se pueda obtener una mejora en los procesos que han presentado problemas en la entidad. Su alcance se refiere a una especificación de las funciones y responsabilidades de los principales actores en las actividades de instalación, soporte y capacitación del producto entregado al cliente.



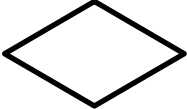

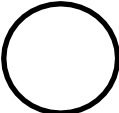


El presente manual dará guía a los miembros de las áreas mencionadas, permitiéndoles conocer de manera precisa y efectiva las tareas y responsabilidades que, según el cargo o actividad a realizar deban realizarse. Por otra parte, se contribuirá al desarrollo organizado y eficiente logrando una optimización de los procesos y contribuyendo a la realización corporativa.

Objetivo

El manual tiene como objetivo principal la esquematización óptima de los procedimientos dentro de la entidad y el fortalecimiento de los sistemas de gestión que se realizan, enfocado en la mejora de dichos procesos con la minimización de errores en mira, aumentando la satisfacción del cliente. En efecto, se considera necesario la existencia de un documento completo y actualizado de consulta para

el personal de la empresa, que establezca un método estándar para ejecutar el trabajo de cada una de las áreas de la misma, es decir el manual propuesto es un elemento de apoyo útil para el cumplimiento de las responsabilidades asignadas a cada cargo laboral en la empresa.

Simbología utilizada

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Inicio de un proceso.
	Representa una tarea o actividad.
	Representa una actividad de decisión.
	Representar una actividad de archivo.
	Conector. Úsese para representar una entrada o una salida de una parte de un Diagrama.
	Documento. Representa la información escrita pertinente al proceso.
	Conector utilizado para representar el fin de un proceso.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	PROCESO	
	Instalación	

1. Proceso de Instalación

Responsable

Técnico instalador

Objetivo

Establecer las funciones, responsabilidades y procedimientos a seguir para una instalación efectiva del producto de la empresa.

Funciones y responsabilidades

- Verificar que los equipos en los cuales se va a instalar el producto cuenten con los requerimientos técnicos necesarios.
- Llevar todas las herramientas necesarias para la instalación del producto.
- Verificar que todas las funciones estén correctamente instaladas.
- Hacer registros de prueba.
- Llevar un informe sobre lo realizado al área de soporte.
- Proporcionar al cliente las guías de usuario respectivas.
- Realizar un check list de los componentes que deben estar instalados contra los que han sido instalados por el técnico.

Procesos

Instalación de Windows – 1 Hora

1.1.- Sistemas Operativos Compatibles:

- Windows 7 todas las versiones
- Windows 8.1 Pro

- Windows 10 Home y Pro

1.2.- Configuración de Particiones en Windows.

1.3.- Configuración de Características en Windows.

2.- Instalación de SQL Server – 40 Minutos

1.1.- Versiones Compatibles

- Sql Server 2008

- Sql Server 2008 R2

- Sql Server 2012

- Sql Server 2016

3.- Instalación de Software Siapre – 1 Hora

3.1.- Configuración regional

3.2.- Descomprimir carpeta Siapre.

3.3.- Configuración de parámetros.

3.4.- Subir Bases Iniciales

3.5.- Creación de Código Secuencial (Único para cada cliente)

3.6.- Actualización del Sistema

3.7.- Ejecución Paso a Paso de las Observaciones durante la actualización.

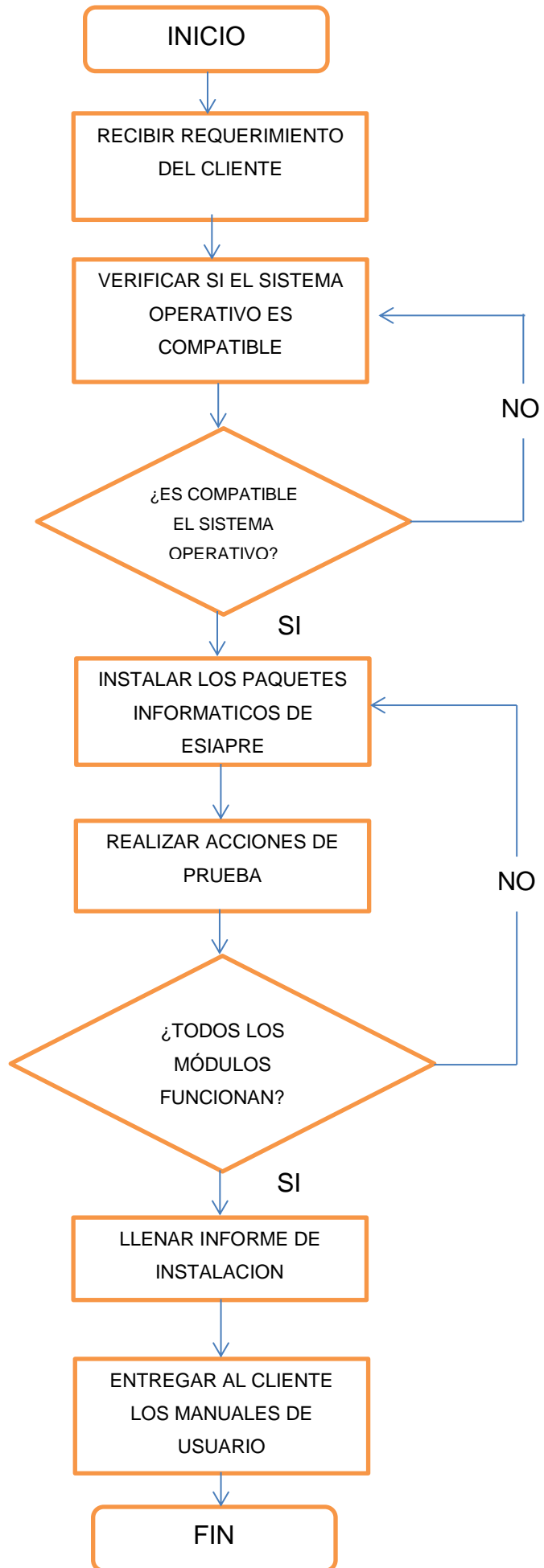
3.7.- Activación de Licencia Siapre


3.8.- Configuración de Actualización (Creación de Rutas).

3.9.- Configuración de Parámetros de Inicio.

3.10.- Pruebas de acceso.

FLUJOGRAMA 1



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	PROCESO	
	Soporte	

2. Proceso de Soporte

Responsable

Coordinadora operativa y asistente de soporte.

Objetivo

Establecer las funciones y responsabilidades de la personas a cargo de coordinar las funciones de soporte de la empresa.

Cumplir con los procedimientos establecidos, realizando un control y seguimiento de todos los procesos con el fin tener un excelente servicio al cliente

Funciones y responsabilidades

- Dirigir el correcto desarrollo de las actividades operativas de la empresa.
- Garantizar que los procesos se lleven a cabo en el tiempo y la forma estipulada por la compañía con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.
- Relacionarse con las actividades operativas de todas las áreas de la empresa, planificando agenda de visitas de los técnicos y capacitadores.

Procesos

1.- Cuando se concreta una venta realizar los siguientes pasos:

- Enviar plan de cuentas y plantillas a los clientes nuevos y receptor las mismas.

- Enviar las plantillas al departamento de soporte para que sean validadas
- Enviar a realizar la instalación del sistema con los técnicos internos y externos.
- Coordinar las capacitaciones para los clientes con los Consultores internos y externos.
- Entregar un cronograma de capacitaciones al cliente.
- Entregar el manual de módulos al cliente mediante, vía correo.
- Realizar el seguimiento con cada uno de los clientes para verificar que este conforme con las capacitaciones .
- Al finalizar la capacitación hacer firmar el acta de entrega por los consultores .
- Realizar la evaluación de satisfacción al cliente, para retroalimentar a la Empresa y realizar las correcciones con los canales adecuados.

Actividades diarias

- Notificar al cliente indicando la visita que se va a realizar, sea técnica o de capacitación.
- Realizar el control diario de la entrada de los técnicos y consultores.
- Enviar diariamente el correo de las actividades a los técnicos y consultores.
- Revisar los reportes de actividades que envían el consultor y técnicos para verificar si hay algún pendiente.
- Receptar inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, sugerencias, y otros de relevancia) y dar solución al tema, ingresando en el SUMA.

- Hacer seguimiento a diario de los trabajos indicados al personal.
- Coordinar las visitas todos los meses a los clientes de contrato de mantenimiento.
- Enviar diariamente el reporte de actividades realizadas a Gerencia.

Actividades Específicas

- Pasar el cuadro de control de entrada al departamento administrativo cada 15 y fin de mes, para validar los retrasos.
- Ingresar las horas dadas en el cuadro de control de capacitación.
- Coordinar reunión si es posible con el cliente en caso de tener algún inconveniente con la capacitación.
- Coordinar alguna visita eventual que el departamento de soporte o ventas lo indique.
- En el caso de desarrollos o nuevos programas coordinar la fecha de entrega del trabajo con el personal involucrado, y proceder inmediatamente a comunicarle al cliente.

Soporte

Asistencia técnica.

1. Atender todos los requerimientos solicitados por los clientes, vía telefónica, email o por correo electrónico.
2. Trabajar conjuntamente con la Coordinación Operativa y la Asistente Contable en atención a los clientes.
3. Llevar un registro de todas las llamadas de los clientes y enviarlo diariamente al Director Comercial y/o Presidencia. Para esto se utilizará las diferentes herramientas que la Empresa le asigne.
4. Coordinar los requerimientos de los clientes con la Coordinación Operativa.

5. Contactarse con los clientes de manera permanente para mantener un alto nivel de calidad de servicio al cliente.
6. Capacitar vía remota o presencial a los clientes en el uso del software.

Asistencia a clientes remotos

1. Elaborar plan de soporte mensual a clientes fuera de la ciudad de Guayaquil. Presentarlo a Presidencia y/o Director General para validación y aprobación.
2. Conectarse vía remota en base a la planificación con cada cliente y realizar las actividades de soporte y mantenimiento del Sistema, de acuerdo a lo establecido en los procedimientos.
3. Por cada cliente que se realice el soporte remoto, llenar el “formato de visitas a clientes en Word”, detallando las actividades realizadas; enviar este informe por correo a cada cliente con copia a Presidencia y/o Director General.
4. Llenar formato de registro de recepción de llamadas diarias para atención al cliente, coordinar con el cliente la solución del problema reportado e informar formalmente (por correo) cuando se lo haya resuelto.
5. Registrar todas las actualizaciones de los nuevos programas y desarrollos de nuevas funcionalidades del Software Siapre en base a lo que el dpto. de Desarrollo vaya creando; mensualmente debe enviar copia de este reporte a Presidencia y/o Director General.
6. Actualizar los manuales de los módulos del sistema SIAPRE, de acuerdo a los nuevos desarrollos de tal forma que los manuales siempre estén actualizados.
7. Elaborar la programación de los respaldos automáticos en la nube. Sea vía remota o presencial.

8. Se encargará de monitorear que los respaldos automáticos se estén realizando a todos los clientes.

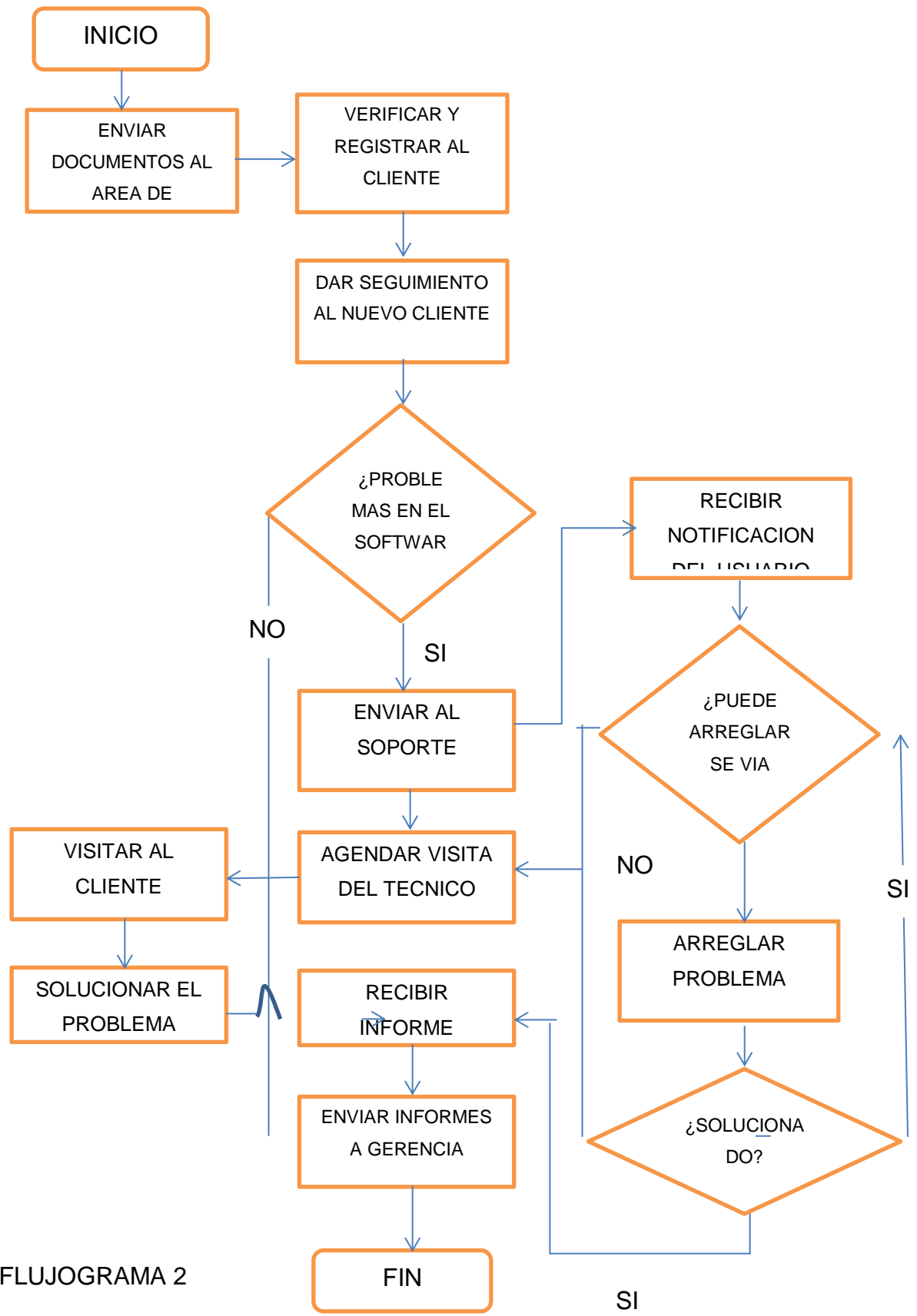
Soporte en facturación electrónica

1. Se encargará de dar un soporte de nivel 1 en el proceso de facturación electrónica, de la siguiente manera:
 - 1.1. Revisión diaria de los documentos electrónicos en cada cliente que tiene el servicio de facturación electrónica, con la finalidad de asegurarnos que se hayan generado todos los documentos de manera normal. Reprocesar los documentos de cada cliente cuando los documentos electrónicos no se hayan generado con el proceso normal de autorización.
 - 1.2. Deberá estar en contacto permanente con todos los clientes de facturación electrónica a fin de atender al cliente adecuadamente.
 - 1.3. Resolver cualquier duda que tengan los clientes con el servicio de Facturación Electrónica incluyendo la capacitación.
 - 1.4. Instalar el programa de notificaciones automáticas por correo en cada uno de los clientes nuevos de Facturación Electrónica.

Actividades generales

1. Colaborar con capacitaciones en sitio cuando sean requeridas.
2. Elaborar y enviar diariamente el reporte de actividades a Presidencia y/o Director General.
3. Se tomará evaluaciones de desempeño trimestralmente o cuando la gerencia lo crea conveniente y se regirá de acuerdo a los reglamentos internos.
4. Cuando la empresa necesite apoyo en algún puesto de trabajo inherentes a su cargo, colaborará con el mismo y coordinando con la presidencia o con el Auditor Asesor.

FACTURACION COORDINACION SOPORTE



FLUJOGRAMA 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	PROCESO	
	CAPACITACIÓN	

3. Proceso de capacitación

Responsable

Técnico capacitador

Objetivo

Establecer una capacitación completa sobre los programas de la empresa.

Funciones y responsabilidades

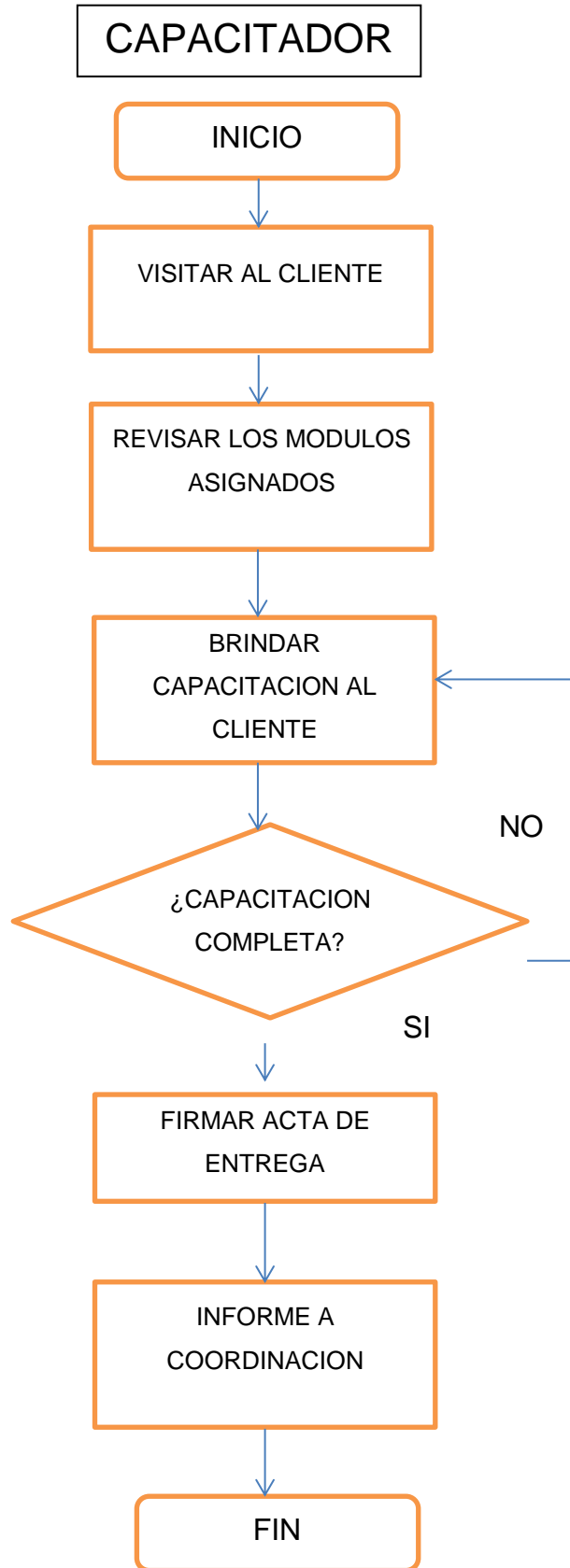
- Brindar un servicio de calidad.
- Ser puntual.
- Tener habilidades para la enseñanza.
- Dedicar un tiempo prudencial a la capacitación hacia el cliente.
- Brindar un conocimiento específico sobre las funciones y características de cada módulo del software.
- Asegurarse que el programa cuente con todos los módulos necesarios para que funciones correctamente.
- Apuntar las dudas del cliente para realizar el informe a coordinación.
- Contribuir a una formación completa sobre el uso del software al cliente.

Proceso

- Recibir requerimiento por parte de coordinación.
- Asistir a la visita con el cliente.
- Revisar que los componentes del programa estén instalados y funcionen correctamente.

- Proporcionar al cliente una capacitación sobre el producto adquirido.
- Realizar una retroalimentación del contenido mostrado al cliente.

FLUJOGRAMA 3



CONCLUSIONES

Es necesario establecer procedimientos para que un área mejore su capacidad operativa y sirva como guía a los colaboradores de la empresa. Sin embargo, para la realización de tal manual, es necesario estudiar las bases teóricas que hacen posible el diseño del mismo. Identificar la población a estudiar para obtener características y necesidades que deben ser incluidas en el manual para que este se adapte a las necesidades de la empresa.

Los problemas en el área de soporte de la empresa Esiapre S.A. son a causa de una falta de consolidación en los procesos. Por lo que esta investigación concluyó que la falta de procedimientos en una empresa al brindar un servicio al cliente, en su seguimiento y en los servicios post ventas ocasionan un aumento en los índices de errores, afectando diversa áreas operativas de la empresa y la satisfacción del cliente.

El manual propuesto en el presente proyecto ha sido diseñado tomando en cuenta las necesidades de la empresa, las cuales fueron identificadas después de un estudio previo realizado en las instalaciones de la entidad, por lo que es adaptable a las necesidades y requerimientos del área de soporte y ayudará a la mejora de los funciones realizadas en aquel departamento.

RECOMENDACIONES

Implementar una inducción a la utilización del manual con el fin de que los empleados del área de soporte estén familiarizados con las funciones y responsabilidades que se espera de cada uno de ellos. Para que de esta manera pueda contribuirse a la mejora de las funciones de instalación, soporte y capacitación dentro del área operativa de la empresa Esiapre S.A.

Aunque los procedimientos del manual han sido diseñados considerando las necesidades del área de soporte, se recomienda realizar una revisión periódica a los procedimientos del manual, con el fin de que este siga adaptándose a las necesidades del departamento y no queden anticuados. En caso de ocurrir lo mencionado, se sugiere que se realice una actualización de tales procedimientos.

La investigación se ha centrado en el área de soporte de la empresa, sin embargo se recomienda que los directivos hagan una revisión del estado de los demás departamentos de la empresa para verificar que las actividades de aquellos se están cumpliendo de manera óptima o si es necesario realizar una revisión de tales procedimientos.

BIBLIOGRAFÍA

- Galvis, E. (2012). *Medición de la satisfacción de clientes* . Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.
- Arenal, C. (2016). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Logroño: Editorial Tutor Formación.
- Arroyo, N. (26 de Enero de 2012). *Puro marketing*. Obtenido de Un cliente insatisfecho comenta a una media de 10 personas su descontento: <https://www.puromarketing.com/14/11979/cliente-insatisfecho-comenta-media-personas-descontento.html>
- Baldrini. (2013). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/51300008metodologia/reporte-del-capitulo-5>
- Balestrini, M. A. (2011). *Como se elabora el proyecto de investigacion*. Caracas: Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Baray, H. Á. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México.
- Barquero, M. (2013). *Manual práctico de control interno*. Madrid: Profit Editorial.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson Educación.
- Bernal, M. (2004). *Contabilidad, Sistema y Gerencia*. Venezuela: Editorial CEC S.A.
- Blanco, Y. (2015). *Auditoría integral normas y procedimientos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Brun, X., & Moreno, M. (2008). *Análisis y selección de inversiones en mercados financieros*. Barcelona: Editorial Profit.
- Definición. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/muestra/>

- Díaz, C. A. (2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL*.
Obtenido de <http://www.matriztica.cl/wp-content/uploads/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-SOCIAL-Y-EDUCACIONAL-2012.pdf>
- Dominguez, E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Logroño: Editorial Tutor Formación.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Galindo, E. M. (17 de 08 de 2013). *Metodologías de la Investigación*.
Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/muestra-y-tipos-de-muestreos.html>
- Gómez, W. (2012). *Prácticas empresariales*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- González, R. (2015). *Tecnológico Nacional de México*. Obtenido de Manual de organización y de procedimientos para la empresa Multiservicios Empresariales de Colima: <https://dspace.itcolima.edu.mx/bitstream/handle/123456789/351/tesis%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gregor, J. (2007). Los Componentes del Servicio al Cliente. *Business Week*, 3-13.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Honorato, M. (2016). *marketingcmm*. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de marketingcmm: <http://www.marketingcmm.com/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente/>
- Icart, M. (2012). *Cómo elaborar y presentar un proyecto de investigación*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

- Kotler , P. (s.f). *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio.
- Morales, K., & Maya, M. (Febrero de 2015). *Universidad Técnica del Norte*.
 Obtenido de Manual de procedimientos administrativos - financieros para la empresa textil "Katty" ubicada en la ciudad de Atuntaqui:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4265/1/02%20IC A%20997%20TESIS.pdf>
- Parra, E., & Madero, M. (2005). *Estrategias de ventas y negociación*. México: Panorama Editorial S.A.
- Paz, G. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Gupo Editorial Patria.
- Prats, J. (Junio de 2004). *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales*. Obtenido de Universidad de Barcelona:
http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/tecnicas_recursos_elaboracion_tesis_doctorales_bibliografia_orientacion_metodologicas.pdf
- Quimiz, J., & Valdez, P. (Agosto de 2012). *Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de Implementación de manuales de políticas y procedimientos de crédito y cobranzas:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/943/3/Implementaci%C3%B3n%20de%20manuales%20de%20pol%C3%ADticas%20y%20procedimientos%20de%20cr%C3%A9dito%20y%20cobranzas%2C%20para%20la%20minimizaci%C3%B3n%20de%20riesgos%20al%20momento%20de%20adquirir%2>
- Revista Líderes. (2011). Secretos para conquistar a los clientes. *Revista Líderes*, 3-15.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Pearson.
- Rodriguez, C. (2016). *Calidad y servicio de proximidad en el pequeño comercio*. Logroño: Editorial CEP S.L.
- Rodriguez, D. (2012). *Análisis de estados financieros*. España: McGraw-Hill

Interamericana.

Stanton, Etzel, & Walker. (2014). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw-Hill.

Terry, G. (1993). *Principios de Administración*. Buenos Aires: Trillas.

Thompson, I. (2013). *promonegocios*. Recuperado el 9 de Julio de 2018, de promonegocios: <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

Van, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson.

Walpole, R., Myers, R., & Ye, K. (2012). *Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias*. México: Pearson.

Anexo

Anexo 1. Formato de encuesta

Fecha de encuesta: _____

Nombre del encuestado: _____

Empresa: _____

Nombre de quien encuesta: _____

1.- POR FAVOR, INDÍQUENOS SU GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EMPRESA X EN UNA ESCALA DE 1 a 5, DONDE 5 ES COMPLETAMENTE SATISFECHO Y 1 ES COMPLETAMENTE INSATISFECHO

1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.- CONSIDERA USTED QUE EL VENDEDOR OFRECIO EL PRODUCTO QUE NECESITABA

SI.

NO

3.- POR FAVOR, VALORE DEL 1 AL 5 (DONDE 1 ES POBRE Y 5 ES EXCELENTE) LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS DE EMPRESA

	1	2	3	4	5
BUENA CALIDAD					
RELACION CALIDAD PRECIO					
BIEN ORGANIZADA					
SERVICIO DE POS VENTA					

4. POR FAVOR , VALORE DEL 1 a 5 (SI EL AREA DE COORDINACION CUMPLE CON LAS SIGUINTES FUNCIONALIDADES

	1	2	3	4	5
COORDINA A TIEMPO SU SOLICITUD					
LE HACE SEGUIMINETO A SU SOLICITUD					

5.- POR FAVOR , VALORE DEL 1 a 5 (SI EL AREA DE SOPORTE CUMPLE CON LAS SIGUINTES FUNCIONALIDADES

	1	2	3	4	5
LE HACE SEGUIMINETO A SU REQUERIMINETO					
CUANTAS VECES HA LLAMADO AL SERVICIO TECNICO POR EL MISMO PROBLEMA					
LE CONFIRMARON QUE SOLUCIONARON SU REQUERIMIENTO LUEGO DE REALIZADO					
RAPIDEZ EN CONTESTAR SU CORREO					

6. -POR FAVOR , VALORE DEL 1 a 5 (SI EL AREA DE SOPORTE Y ATENCION AL CLIENTE LLENA SUS ESPECTATIVAS EN LOS SIGUINTE

	1	2	3	4	5
ES ATENTA Y EDUCADA					
LE DA UNA SOLUCION INTEGRAL					
CALIDAD DEL CONSEJO O RESPUESTA DADA					

7.- POR FAVOR EVALUA TU SATISFACCIÓN GENERAL CON EL SERVICIO DEL SOPORTE RECIBIDO

MUY CONTENTO

CONTENTO

NI CONTENTO NI DESCONTENTO

DECONTENTO

MUY DESCONTENTO

8. -POR FAVOR , VALORE DEL 1 a 5 (SI EL CONSULTOR LLENA SUS ESPECTATIVAS EN LOS SIGUIENTE

	1	2	3	4	5
QUE NIVEL DE CONOCIMINETO CONSIDERA QUE TIENE EL CONSULTOR					
PROFESIONALIDAD DEL CONSULTOR					
EL CONSULTOR FUE PACIENTE					
FUE CLARO Y OBJETIVO					

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.”** y problema de investigación: **¿De qué manera incide el diseño el procedimiento actual de instalación y capacitación de los productos entregados por la empresa en la satisfacción de los clientes de la compañía ESIAPRE S.A. durante el año 2018?**, presentado por Patricia Escobar Mora como requisito previo para optar por el título de:

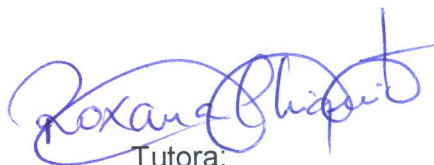
TECNÓLOGA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresado:

Patricia Escobar Mora



Tutora:

Ph.D. Roxana Chiquito



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, PATRICIA ESCOBAR MORA en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Diseño de un manual de procedimientos para el área de soporte de la empresa ESIAPRE S.A.**

, de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

PATRICIA ESCOBAR MORA

Nombres y Apellidos del Autor

No. de cedula: 1204973281

Firma



Factura: 001-002-000055119



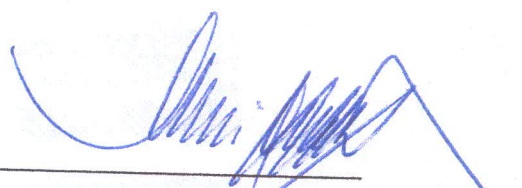
20180901026D01255

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901026D01255

Ante mí, NOTARIO(A) FRANCISCO MARCELO BRIONES JIMENEZ de la NOTARÍA VIGÉSIMA SEXTA , comparece(n) LORENA PATRICIA ESCOBAR MORA portador(a) de CÉDULA 1204973281 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil DIVORCIADO(A), domiciliado(a) en SAMBORONDÓN, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 14 DE AGOSTO DEL 2018, (16:19).


LORENA PATRICIA ESCOBAR MORA
CEDULA 1204973281





NOTARIO(A) FRANCISCO MARCELO BRIONES JIMENEZ
NOTARÍA VIGÉSIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

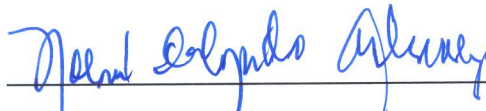



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.


Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESCYT


Firma

