

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**LA GARANTÍA EN LA CALIDAD DE SERVICIOS COMO ESTRATEGIA DE  
POSICIONAMIENTO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE BRINDAN  
MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE PARA GENERAR CONFIANZA EN LOS  
USUARIOS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR**

**SUSANA CRISTINA ANDRÉS AMAYA**

**AURA ESTELA BARAHONA RIVERA**

**SUSANA MARGARITA CHITA GARCÍA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**NOVIEMBRE DE 2010**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Rector : Msc. Rufino Antonio Quezada Sánchez

Secretario General : Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Decano : Msc. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario : MAE. José Gutiérrez Contreras

Docente director : MAE. José Gutiérrez Contreras

Coordinador de Seminario : Lic. Rafael Arístides Campos

Docente observador : Lic. Eduardo Antonio Delgado Ayala

Noviembre de 2010

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

## **AGRADECIMIENTOS.**

Agradezco a Dios y a la Virgen María por haberme dado la sabiduría e inteligencia para lograr prepararme como profesional; a mi padre Agustín Andrés y a mi madre Elsa Lidia Amaya quienes han sido mis mayores apoyos para seguir adelante, por sus sacrificios, y su confianza en mí; a mis hermanos quienes siempre me han brindado su amor en los momentos difíciles de mi vida; al Ing. José Gutiérrez, por su comprensión y dedicación, por ser un profesional que compartió sus conocimientos y experiencias; a mis compañeras de tesis por su contribución al logro de esta meta; a mis amigos, y todos aquellos que de una u otra manera me han apoyado a lo largo de mi carrera.

**Susana Cristina Andrés Amaya.**

En primer lugar agradezco a Dios por haberme permitido culminar mi carrera profesional, a mi queridos padres Víctor Manuel Barahona y Yolanda de Barahona por su sacrificio y ser el pilar fundamental para alcanzar mi meta; asimismo, a mi hermana Patricia Barahona que con todo su esfuerzo aportó a mi logro, mis amigos y amigas que con todas sus peticiones a Dios me ayudaron en cada uno de los momentos, además mis amigas y compañeras de tesis por su comprensión y de igual manera quiero expresar mi agradecimiento a mi Docente Director MAE .Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras por consejos, su paciencia y enseñanza al desarrollar este trabajo de graduación. Gracias a Todos por animarme a seguir adelante.

**Aura Estela Barahona Rivera**

Agradezco a Dios todopoderoso y a la Virgen María por iluminarme siempre y permitirme concluir con éxito una de mis metas en la vida, por nunca dejarme sola y darme las fuerzas necesarias para continuar, a mis padres Juana de Chita y Jesús Chita por todo el apoyo incondicional y por tantos sacrificios para hacer de mí una profesional, ya que son motivo para superarme constantemente, a mis hermanos Yanira, Gerardo y Angélica en quienes siempre encontré el apoyo incondicional; por creer en mí y hacerme sentir capaz de lograr mis objetivos, a mi familia y amigos por comprenderme y estar siempre pendiente de mí, por ser siempre mi apoyo y darme consejos que me ayudaron a seguir durante todos estos años, a mis amigas y compañeras de tesis, quienes contribuyeron para alcanzar esta meta, con quienes pasamos momentos inolvidables y por entenderme y comprenderme durante tantos años, a mi docente director MAE. José Ciriaco Gutiérrez por brindar su conocimiento, tiempo y paciencia en la realización de este trabajo de graduación.

**Susana Margarita Chita García**

## ÍNDICE

<b>Resumen</b> .....	i
<b>Introducción</b> .....	iii
<b>CAPITULO I. MARCO TEÓRICO RELATIVO A LA EVOLUCIÓN DE LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, Y LA ESTRATEGIA DE OPERACIONES</b>	
1.1 El ser humano y sus necesidades .....	1
1.2 La tecnología .....	1
1.3 Equipos Informáticos .....	2
1.3.1.Evolución de los equipos informáticos .....	2
1.4 Generalidades de Micro y Pequeñas empresas que ofrecen servicios de mantenimiento de equipo informático .....	6
1.5 Definiciones y clasificación de empresa, Micro y pequeña empresa que ofrecen servicios de mantenimiento de equipos informáticos .....	7
1.5.1 Empresa .....	7
1.5.2 Clasificación de las Empresas .....	7
1.5.3 La Micro y Pequeña Empresa.....	8
1.5.4 Clasificación de la Microempresa. ....	9
1.5.5 Características de las microempresas .....	9
1.5.6 La Pequeña Empresa .....	10
1.6 Servicios de Mantenimiento de equipo informático .....	11
1.6.1 Concepto de mantenimiento .....	11
1.6.2 Tipos de Mantenimiento.....	12
1.6.3 Áreas de mantenimiento de los equipos informáticos.....	12
1.6.4 Fallas más comunes en los equipos informáticos.....	15
1.7 Las Estrategias .....	15
1.7.1 Definición de Estrategias .....	15
1.7.2 Tipos de Estrategias .....	16
1.8 Posicionamiento de mercado .....	16
1.8.1 Estrategias para posicionarse frente a la competencia .....	17
1.9 Empresas de Servicios .....	17
1.9.1 Características de las Empresas de Servicios.....	17
1.10 La estrategia de operaciones en empresas de servicios .....	18
1.10.1 El servicio al cliente .....	18

1.10.2 La Perspectiva estratégica de las operaciones de servicio .....	18
1.10.3 Habilidades y Prioridades Competitivas .....	19
1.11 Recursos Tipo “Hardware” o de Estructura .....	20
1.12 Recursos Tipo “Software” o de Infraestructura .....	23
1.13 El poder de la garantía incondicional de los servicios .....	25
1.13.1 Qué es una buena garantía del servicio .....	25
1.13.2 Por qué funciona la garantía del servicio .....	26
1.14 La Ley de Protección al Consumidor en El Salvador.....	28
1.15 Competir en las ocho dimensiones de la calidad.....	30
1.15.1 Control de calidad .....	30
1.15.2 Gestión estratégica de la calidad .....	31
1.15.3 Competir en calidad .....	34
1.15.4 Errores estratégicos.....	35

## **CAPITULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LA CONFIANZA QUE TIENEN LOS USUARIOS RESPECTO A LA GARANTÍA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR**

2.1_Objetivos	
2.1.1 General .....	36
2.1.2 Específicos .....	36
2.2 Importancia de la investigación .....	37
2.3 Metodología de la investigación .....	37
2.3.1 Método .....	37
2.3.2 Tipo de investigación .....	37
2.3.3 Fuentes de información .....	38
2.3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
2.4 Determinación del universo y muestra .....	39
2.4.1 Universo.....	39
2.4.2 Muestra .....	39
2.5 Tabulación de la información.....	40
2.6 Diagnóstico .....	105
2.7 Conclusiones .....	108
2.8 Recomendaciones.....	110

**CAPITULO III. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE QUE CONTRIBUYA A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS A GENERAR CONFIANZAY POSICIONAMIENTO EN LOS USUARIOS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR**

Estrategia N° 1 “Capacitar al personal en las empresas O negocios que brindan mantenimiento a equipos Informáticos.” .....	114
Estrategia N° 2 “Fomentar el liderazgo en los empleados de las micro y pequeñas empresas que ofrecen mantenimiento a equipo informáticos.” .....	117
Estrategia N° 3 “Establecer políticas de calidad en los servicios de mantenimiento de equipo informático.” .....	119
Estrategia N° 4: “Ofrecer una garantía para los servicios de mantenimiento de equipo informático para generar confianza en los usuarios” .....	120
Estrategia N° 5 “Establecer un sistema de administración de reclamos” .....	125
Estrategia N° 6 “Como tratar a los clientes difíciles” .....	129
Estrategia N° 7 “Realizar seguimiento al servicio” .....	130
Estrategia N° 8 “Mejorar las instalaciones de la empresa” .....	131
Estrategia N° 9 “Contratar el personal idóneo” .....	132
Estrategia N° 10 “Elaboración de un comprobante de ingreso del equipo informático para generar confianza en los clientes” .....	135
Referencias Bibliográficas. ....	140
Glosario .....	143
Anexos .....	145
1. Imagen de la computadora ENIAC	
2. Imagen del IBM s/ 360	
3. Mapa del Distrito 2 del Mucicipio de San Salvador	
4. Cuestionario para los usuarios del servicio de mantenimiento de equipos informáticos.	
5. Cuestionario para las empresas que ofrecen el servicio de mantenimiento de hardware y software	
6. Carta con el número de micro y pequeñas empresas en el distrito 2 del Municipio de San Salvador	
7. Nombres de Empresas Encuestadas del Distrito 2 del Municipio de San Salvador	
8. Indicadores clave de la infraestructura de lasTIC y el acceso a ellas	

## RESUMEN

En el Municipio de San Salvador específicamente en el Distrito 2 existen un número significativo de micro y pequeñas empresas dedicadas a brindar servicios de mantenimiento a equipos informáticos, generando una competencia agresiva, obligando a una disminución en los precios basado en la disminución de costos; afectando de manera significativa la calidad de los servicios, por tanto la confianza de los clientes ha disminuido; algunas de estas empresas ofrecen garantías para fidelizar a sus clientes sin embargo estas son de ámbito limitado.

Por lo que surge la necesidad de emplear estrategias de garantía enfocada en la calidad de servicios para las Micro y Pequeñas Empresas que brindan dichos servicios; estas estrategias servirán de guía para garantizar un buen servicio así como obtener otros beneficios: impulsar a toda la empresa a centrarse en las expectativas de los clientes, generar datos fiables (mediante los reembolsos) de cuándo se produce un servicio deficiente, la evaluación de todo su sistema de prestación del servicio en busca de posibles puntos débiles, fomento a la lealtad del cliente hacia la empresa y la participación en el mercado.

Por tanto se desarrolló una investigación que permitió conocer las percepciones de los usuarios por el servicio recibido y la manera de cómo las empresas brindan mantenimiento a equipos informático; esto contribuyó a diseñar estrategias que garanticen la calidad de los servicios.

Para ello, se utilizó una metodología que contó con la técnica de la Encuesta con la finalidad de recolectar toda la información necesaria para la elaboración del diagnóstico sobre la confianza que tienen los usuarios respecto a la garantía de la calidad de los servicios que brindan las micro y pequeñas de mantenimiento de hardware y software en el municipio de San Salvador; la encuesta fue dirigida a los usuarios y a los encargados de las empresas.

En la actualidad existen instituciones que brindan apoyo en diferentes áreas contribuyendo al desarrollo de las empresas como CONAMYPE (Comisión Nacional de Micro y Pequeñas Empresas), INSAFORP (Instituto Salvadoreño de Formación Profesional), entre otras; también durante los últimos años, el gobierno ha destinado una cantidad importante de recursos estatales a programas de asistencia técnica y programas de fomento productivo para este grupo de empresas.

Como resultado de la investigación realizada se determinó que:

1. Existe una demanda de mercado atractiva para las empresas o negocios que ofrecen los servicios de mantenimiento de hardware y software

2. Las empresas o negocios que ofrecen servicios de mantenimiento informático otorgan como garantía en caso de fallos en el equipo repararlo sin ningún costo
3. Las empresas brindan servicios de mantenimiento a equipo informático usualmente no dan seguimiento.
4. Los reclamos que los usuarios realizan es a causa de empleados negligentes y tiempo de entrega; en tal caso las empresas compensan por el reclamo proporcionándoles servicios adicionales y enviándole obsequios.

La propuesta contiene las estrategias que contribuirán a garantizar la calidad de los servicios de mantenimiento de hardware y software generando confianza en los usuarios y posicionamiento en las empresas.



## INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de graduación titulado “La garantía en la calidad de los servicios como estrategia de posicionamiento en las micro y pequeñas empresas que brindan mantenimiento de hardware y software para generar confianza en los usuarios en el municipio de San Salvador”; tiene como propósito elaborar una estrategia a las micro y pequeñas empresas del distrito 2 del municipio de San Salvador que les permita a la empresa obtener mayor participación en el mercado y fidelizar a los clientes; el cual está conformado de la siguiente manera:

CAPITULO I, presenta el marco teórico relativo a la evolución de los equipos informáticos destacando los eventos más importantes, así como la micro y pequeña empresa con su respectivas clasificaciones y la estrategia de operaciones que consiste en las habilidades y prioridades competitivas, la garantía de la calidad de los servicios y finalmente las ocho dimensiones de la calidad

CAPITULO II, comprende el desarrollo de la metodología y las técnicas de la investigación. También se presenta la tabulación de los datos con sus respectivos análisis, llevados a cabo para la realización del diagnóstico, en base al cual se formularon las conclusiones con sus respectivas recomendaciones como resultado de la investigación.

CAPITULO III, presenta la propuesta que contiene estrategias que han sido formuladas a partir del análisis de los capítulos anteriores, que permitirán garantizar la calidad de los servicios que las micro y pequeñas empresas ofrecen en el municipio de San Salvador.

# **CAPITULO I. MARCO TEÓRICO RELATIVO A LA EVOLUCIÓN DE LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, Y LA ESTRATEGIA DE OPERACIONES**

## **1.1. El ser humano y sus necesidades**

El ser humano requiere satisfacer necesidades básicas, que son parte fundamental para su desarrollo, como alimentación, vestuario, vivienda; a medida que estas son satisfechas surgen otras necesidades tales como: educación, y salud; posteriormente aquellas que le proporcionan comodidades y diversión siendo estos aparatos electrodomésticos, refrigerador, cocinas, DVD, televisores y otros aparatos cuya características primordial son los avances tecnológicos.

La tecnología ha aportado grandes beneficios al ser humano, desde la invención de aparatos y dispositivos para la detección y diagnóstico de enfermedades, la creación y mejoramiento de herramientas o accesorios que son útiles para simplificar el trabajo en el hogar. También el área empresarial ha evolucionado con la incorporación de innovaciones tecnológicas en sus procesos.

De acuerdo a lo expuesto la finalidad de las tecnologías es transformar el entorno humano (natural y social), para adaptarlo mejor a las necesidades y deseos humanos, debido a que la tecnología más que un privilegio se ha vuelto imprescindible para él individuo; por lo cual se vuelve necesario conocer la evolución de la tecnología en los equipos informáticos.

## **1.2. La tecnología**

Se entiende por tecnología todo aquel conjunto de conocimientos que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer las necesidades del ser humano<sup>1</sup>

La tecnología ha cambiado significativamente la forma en que operan las organizaciones actuales simplificando muchos trabajos.

Actualmente para muchas personas la diversión forma parte de algún elemento tecnológico, debido a su constante innovación manifestada en vehículos, telefonía, internet, satélites, comercio electrónico y otros.

La innovación tecnológica ha propiciado que la producción de equipos disminuya sus costos de manera que su adquisición sea más accesible a la población, hay que agregar que esto también se cumple para los equipos de informática, al respecto se puede mencionar que en un inicio estos equipos se fabricaron

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/tecnología>; consultado el 04 de mayo 2010

para uso de las grandes empresas, pero con el desarrollo de nuevas tecnologías de microprocesadores, permitió el acceso a equipos de cómputo tanto a pequeñas empresas como a personas naturales siendo estos profesionales, estudiantes y para uso en el hogar.

### 1.3. Equipos Informáticos

Los equipos informáticos son una herramienta que permite el tratamiento de información, los cuales deben ser considerados como el conjunto de hardware y software interrelacionadas entre sí que manipulan símbolos (o datos) diseñados para aceptar datos de entrada, procesarlos y producir salidas (resultados) bajo la dirección de un programa de instrucciones almacenado en su memoria.<sup>2</sup>

Un equipo informático es un conjunto de tecnologías capaz de efectuar cuatro operaciones<sup>3</sup>:

- Aceptar entradas: Reciben información del mundo exterior.
- Producir salidas: Dan información al mundo externo.
- Procesar información: Llevan a cabo operaciones aritméticas y lógicas; y dan un sentido a tal información.
- Almacenar información: Mueven y almacenan la información de y hacia la memoria de la computadora y a los dispositivos de almacenamiento.

Al trabajar juntas estas tecnologías forman un sistema computacional, capaz de darle significado a la información del exterior. Los equipos informáticos están conformados por Hardware y Software. El **hardware** es la parte física de la computadora como el monitor, teclado, impresores, mouse. A pesar que el hardware tiene una gran capacidad de procesamiento de información, no puede efectuar ninguna operación si no se le da instrucciones para hacerlo. A estas instrucciones se le conocen como **software** que es un conjunto de instrucciones que realizan una tarea específica denominadas programas.

Actualmente los equipos informáticos se han convertido en una herramienta de suma importancia para el desarrollo de la ciencia y nuevas tecnologías, como resultado a la constante innovación, logrando así un cambio importante en la sociedad, proporcionando información casi al instante, a pesar de la distancia permitiendo a las empresas y personas naturales obtener información oportuna y por ende generar competitividad.

#### 1.3.1. Evolución de los equipos informáticos

Desde la antigüedad y la mayoría de las veces de forma inconsciente, el hombre ha tratado de reducir al máximo su trabajo. De esta forma surgieron las herramientas y las maquinas. Con ayuda de estos

---

<sup>2</sup> Sanders Donald, Informática Presente y Futuro, Mc Graw Hill, 1990

<sup>3</sup> Villareal de Anaya Sonia, Introducción a la computación, México D.F. 3ª edición, Mc Graw Hill

dispositivos el hombre disminuye la necesidad de esfuerzo físico y se dedica a funciones superiores como son la puesta en marcha y control de las operaciones a realizar por los instrumentos citados.<sup>4</sup>

### **Evolución de las computadoras<sup>5</sup>**

Desde el año 1946 a la actualidad la evolución de las computadoras se suele agrupar en cinco generaciones. Lo que más claramente caracteriza a cada generación es la tecnología usada. Conviene indicar que distintos autores consideran intervalos de tiempo para cada generación, aunque casi todos están de acuerdo con los hechos más notables de cada una de ellas:

- **Primera generación 1949-1954:** La primera generación de computadoras utilizaba dispositivos electrónicos, y más concretamente tubos al vacío.

La primera computadora digital electrónica de la historia fue la E.N.I.A.C (Electronic Numerical Integrator And Computer)<sup>6</sup>; esta máquina ocupaba todo un sótano de la universidad de Pensilvania, pesaba 30 toneladas y requería todo un sistema de aire acondicionado<sup>7</sup>, pero era capaz de realizar cinco mil operaciones aritméticas en un segundo. El padre de las computadoras es considerado John Von Neumann ya que sus ideas resultaron fundamentales, una de estas fue permitir que en la memoria coexistieran datos con instrucciones para que la computadora pudiera ser programada a través de esos datos.

Las computadoras de primera generación no disponían de sistema operativo, y la introducción y control de la ejecución de programas se hacía manualmente, uno a uno. En un intervalo de tiempo dado, sólo un programador tenía acceso a la computadora, cuando se realizaba transferencia de datos con periféricos de entrada/salida o mientras se cambiaba el turno de un programador a otro.

- **Segunda generación 1955-1963:** Se caracterizó por el cambio de la válvula de vacío por transistores y por un aumento de la capacidad de memoria. Los circuitos con transistores reducían el tamaño de las máquinas. El transistor es un dispositivo electrónico formado por un cristal de silicio. Su funcionamiento es sencillo, tenía dos posibilidades, transmitir o no transmitir. Su aparición hizo que las computadoras fuesen más rápidas pequeñas y baratas. En esta generación se ampliaron las memorias auxiliares y se crearon los discos magnéticos de gran capacidad. Se diseñaron las impresoras y se desarrollaron los lenguajes de programación,

---

<sup>4</sup>Prieto Espinosa Alberto, Introducción a la Informática, Mc Graw Hill, 2002

<sup>5</sup>Ibid

<sup>6</sup>Levine Guillermo, Computación y Programación Moderna, Perspectiva Integral de la Informática, Pearson Educación, 2001

<sup>7</sup>Ver anexo 1

aparecen los nuevos lenguajes de programación denominados lenguajes de alto nivel (las instrucciones podían escribirse en palabras parecidas al lenguaje humano y en expresiones matemáticas) como: FORTRAN (FORmula TRANslator, o traductor de fórmula) proyectado para la programación de aplicaciones de cálculo científico técnico. Y el COBOL (COmmon Bussines Oriented Language) lenguaje de programación de alto nivel para aplicaciones de gestión administrativa.<sup>8</sup>

- **Tercera generación 1964-1970:** Se caracterizó por la aparición de los circuitos integrados realizados a base de silicio, el aumento de la velocidad, mayor número de programas; la aparición de los terminales para transmitir datos al procesador central a distancia, o viceversa. Surgen los sistemas operativos para el control de la computadora, almacenes centrales de datos a los cuales se podía acceder desde varios usuarios a la vez.

El primer aparato basado totalmente en circuitos integrados es el IBM serie 360<sup>9</sup> que incorporó además un sistema operativo para el control de la máquina. A mediados de 1970 aparecen las minicomputadoras.

- **Cuarta generación 1971-1990:** La característica más importante de esta generación es la presencia de los microprocesadores conocidos como **Chip** que “son circuitos con gran cantidad de transistores integrados en un pequeño espacio”. Además se aumentó la capacidad de entrada y salida de datos, mayor duración de los componentes, nuevos lenguajes de programación, Pascal, y bases de datos. Surgen terminales inteligentes con memoria propia y los procesadores de palabras. Se reduce el tamaño y costo de las computadoras y mejora la velocidad de cálculo. Se abre una nueva era con la aparición de las computadoras personales que supuso la difusión plena, incluso a nivel familiar de la informática. En esta época se desarrollaron los sistemas operativos, con el objetivo de lograr una integración entre el usuario y el ordenador, a través de la utilización de gráficos.
- **Quinta generación 1990-2009:** La revolución llega con los microprocesadores de nueva generación. La velocidad se dispara y se suceden las generaciones de microprocesadores, se generaliza el ordenador personal.

---

<sup>8</sup> Prieto Espinosa Alberto, Introducción a la Informática, Mc Graw Hill, 2002

<sup>9</sup> Ver Anexo 2

En la actualidad se habla y trabaja con Súper computadoras, Mainframes, Minicomputadoras y Computadoras personales, a continuación se detallan las principales características: <sup>10</sup>

**Súper Computadoras:** son las más poderosas disponibles en la actualidad, están construidas para procesar enormes cantidades de información en forma muy rápida.

Tamaño: Requieren instalaciones especiales y aire acondicionado industrial

Facilidad de uso: Solo para especialistas

Clientes usuales: Grandes centros de investigación.

Penetración social: Prácticamente nula

**Mainframes:** son computadoras de mayor tamaño en el uso común, están diseñadas para manejar grandes cantidades de entrada, salida y almacenamiento.

Tamaño: Requieren instalaciones especiales y aire acondicionado

Facilidad de uso: Para especialistas

Clientes usuales: Grandes corporaciones y gobierno

Penetración social: Baja

**Mini Computadoras:** la mejor manera de explicar las capacidades de una minicomputadoras es diciendo que está en alguna parte entre las de una mainframes y de las computadoras personales.

Tamaño: Reducido no siempre requieren instalaciones especiales

Facilidad de uso: Para especialistas

Clientes usuales: Universidades, empresas medianas, suelen funcionar como servidores de redes

Penetración social: Baja

**Computadoras personales:** están diseñadas para ser operadas por un solo usuario a la vez, utilizan el teclado o ratón para introducir los datos y el monitor o impresora para mostrar la información.

Tamaño: Pequeñas o portátiles

Facilidad de uso: Supuestamente fáciles de usar.

Clientes usuales: Pequeñas empresas, oficinas, escuela, individuos, etc.

Penetración social: Mediana

---

<sup>10</sup>Levine Guillermo, Computación y Programación Moderna, Perspectiva Integral de la Informática, Pearson Educación, 2001

Por otra parte las alianzas entre compañías rivales son la tónica de esta época, International Business Machines-IBM firma acuerdos con Apple y Motorola, para la producción de una nueva serie de microprocesadores denominados PowerPC. Intel lanza el microprocesador Pentium como respuesta a esta alianza. Conforme avanzan los años la velocidad y el rendimiento de los microprocesadores es mayor debido a los avances en la tecnología. Hay que destacar que muchas empresas continúan trabajando en supercomputadoras que incorporan varios microprocesadores en la misma máquina cumpliendo con las necesidades de las personas, la tecnología en poco más de 50 años de historia ha evolucionado vertiginosamente, siendo difícil predecir incluso el futuro.<sup>11</sup>

Todo esta evolución implica además que los equipos informáticos requieran mantenimiento tanto preventivo como correctivo, estos servicios pueden solicitarse en forma directa con la empresa fabricante o distribuidora; pero no todos los usuarios poseen la capacidad económica para pagarlos; por tanto surgen en el país micro y pequeñas empresas que ofrecen servicios de mantenimiento de hardware y software a un precio accesible para los usuarios.

#### **1.4. Generalidades de Micro y Pequeñas empresas que ofrecen servicios de mantenimiento de equipo informático**

Desde sus principios la micro y pequeña empresa salvadoreña han sido tradicionalmente vistas como fuente de empleo, de productos y servicios que se comercializan principalmente en los mercados nacionales, además como proveedora de ingresos a un sin número de familias que dependen de ésta para sobrevivir. La micro y pequeña empresa surgen como una medida de supervivencia para aquellos grupos de población que se ven imposibilitados para obtener un empleo e ingresos fijos en la mediana y gran industria.

Para que las empresas puedan vencer los retos de competencia, necesitan de fuentes de apoyo, por tal razón, en el país existen instituciones que les brindan soportes para facilitar sus actividades; entre estas se encuentran:

- Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)
- Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños (AMPES)
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)

Para fines de la investigación es necesario conocer la definición y clasificación de las micro y pequeñas empresas en El Salvador.

---

<sup>11</sup> Prieto Espinosa Alberto, Introducción a la Informática, Mc Graw Hill, 2002

## **1.5. Definiciones y clasificación de empresa, Micro y pequeña empresa que ofrecen servicios de mantenimiento de equipos informáticos**

Para lograr una mejor comprensión de los términos microempresa y pequeña empresa se presenta la definición de lo que es empresa y su clasificación

### **1.5.1. Empresa.<sup>12</sup>**

Unidad económica productiva conformada por recursos humanos, materiales (factores de la producción) y técnicos que interactúan con los procesos productivos, relaciones humanas, técnicas y sociales de producción, con el objeto de transformar insumos en bienes y servicios destinados al intercambio con otras unidades económicas.

### **1.5.2. Clasificación de las Empresas.**

Generalmente las empresas se clasifican, por el tipo de actividad económica y en razón de su tamaño. Con el propósito de analizarlas se presentan de la siguiente forma:

Clasificación de las empresas por su actividad económica de acuerdo a CIU<sup>13</sup>:

- **Extractivas:** son las empresas que proporcionan materia prima para otras industrias, utilizando recursos; como la agricultura, caza, pesca, explotación de bosques y canteras.
- **Industriales:** se dedican a la producción de bienes mediante la transformación de la materia prima a través de los proceso de fabricación, dentro de esta se encuentran las empresas manufactureras y las encargadas de la generación, transformación, y distribución de electricidad, agua y gas.
- **Comerciales:** Se incluyen todas aquellas que tienen como misión, distribuir los artículos o productos de forma que lleguen fácilmente a manos del consumidor, es decir, dedicadas a la compra y venta de productos terminados.

---

<sup>12</sup>Méndez Morales. José Silvestre Economía y la Empresa .3ª edición, México, McGraw-Hill. 2002,

<sup>13</sup> Departamento de asuntos económicos y sociales, División estadística, Informes estadísticos, Serie M, N° 4 /Rev. 4 Naciones Unidas, Nueva York 2009 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIU)



- **Financieras:** Proporciona los recursos en efectivo necesario para que una empresa o institución pueda constituirse o cumplir sus compromisos. Obtienen utilidades por medio de los intereses cobrados. Ejemplos: Bancos, financiera, otros.
- **De servicio:** Las empresas de servicios comercian con productos no tangibles, con lo cual buscan satisfacer una necesidad personal o derivada de las empresas industriales y comerciales. Ejemplos: empresas de transporte, agencias de publicidad, servicios médicos, hospitales, limpieza, otros.

También las empresas se clasifican por su tamaño<sup>14</sup>:

- **Micro empresa:** Unidad económica con un máximo de hasta diez empleados y activos menores de \$11,428.57 con recursos mínimos, generalmente individuales, un solo dueño, cambian constantemente la venta de cualquier producto o artículo.
- **Pequeña empresa:** Es aquella que cuenta con un total de entre 11 y 19 empleados y activos de hasta \$85,714.29 con iniciativas modesta en magnitud y capacidades, principalmente de tipo familiar.
- **Mediana empresa:** Empresa en proceso de crecimiento, habiendo superado la etapa de taller familiar o artesanal, con activos mayores de \$85,714.29 y menores de \$114,285.71 y un número de 20 a 100 empleados.

### **1.5.3. La Micro y Pequeña Empresa**

La micro y pequeña empresa juegan un papel sumamente importante dentro de la economía del país ya que brindan aportes a la economía, generando empleos para la población, y creando mercados más competitivos, debido a que los requisitos que en estas empresas exigen para optar por un empleo, no son tan rigurosos como las grandes empresas dando así la oportunidad de superarse laboralmente a muchas personas.

---

<sup>14</sup> FUSADES Revista Dinámica Empresarial, tercer trimestre 2000

#### **1.5.4. Clasificación de la Microempresa.<sup>15</sup>**

En El Salvador, la microempresa ha sido clasificada de acuerdo a sus ventas en tres segmentos productivos:

- Microempresas de subsistencia: Son aquellas que tienen tan baja productividad que sólo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato. Es el segmento más grande de la tipología productiva microempresarial porque representan alrededor del 70% de las microempresas. Tienen ventas mensuales inferiores a \$571.43 dólares al mes y están compuestas por mujeres jefas de hogar que se desempeñan en actividades de comercio minorista o servicios personales como venta de comida.
- Microempresas de acumulación simple: Son aquellas empresas que generan ingresos que cubren los costos de su actividad aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en capital. Las microempresas que se ubican en este segmento, son aquellas que tienen ingresos que oscilan entre \$571.43 y \$2857.14 dólares mensuales. Aquí están ubicadas el 26% de las microempresas.
- Microempresas de acumulación ampliada: Son las empresas en las que su productividad es suficientemente elevada como para permitir acumular excedente e invertirlo en el crecimiento de la empresa. Se estima que sus ingresos son superiores a \$2857.14 dólares al mes. Están generalmente ubicados en áreas de la manufactura donde la competencia de otras empresas les exige aumentar su productividad y calidad mediante mejoras tecnológicas.

#### **1.5.5. Características de las microempresas<sup>16</sup>**

Debido al papel que desempeñan las microempresas en la generación de empleo se mencionan a continuación las características más significativas.

- La ubicación geográfica ya que la actividad microempresarial se concentra fundamentalmente en la zona urbana, porque es donde existe una mayor relativa capacidad de consumo respecto a poblaciones más dispersas.

---

<sup>15</sup>Libro Blanco de la microempresa. 1997. (FUSADES, ANEP, AMPES YOTROS)

<sup>16</sup>[www.uca.edu.sv](http://www.uca.edu.sv); consultado 04 de Junio de 2010

- Se destaca el predominio de las mujeres en el micro negocio de subsistencia y de acumulación ampliada, mientras que en el de la acumulación simple sobresale el género masculino.
- Cerca del 89% de los empresarios se dedican exclusivamente a la microempresa mientras el 11% restante posee otra fuente de ingreso adicional.

### **1.5.6. La Pequeña Empresa**

Las pequeñas empresas se destacan como uno de los sectores de la economía que tradicionalmente han sido sujetos de programas especiales de apoyo por parte del Gobierno. Durante los últimos años, un volumen importante de recursos estatales se ha destinado, por ejemplo, a programas de asistencia técnica y programas de fomento productivo para este grupo de empresas.

En nuestro país existen instituciones con diferentes criterios para clasificar a la pequeña empresa, una de ellas de acuerdo al número de empleados. A continuación se presenta la clasificación por diferentes instituciones:

- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa - CONAMYPE Considera desde 10 Hasta 50 empleados
- SWISS CONTACT (Fundación suiza de cooperación para el desarrollo técnico) Entre 5 y 50 empleados,
- ANEP(Asociación Nacional de la Empresa Privada) / GTZ ( Agencia de Cooperación Técnica Alemana) Considera entre 11 y 49 empleados
- AMPES (Asociación De Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños) Entre 6 y 20 empleados.

Ante la presencia significativa de micro y pequeñas empresas y el aumento de adquisición de equipos informáticos por parte de la población surge la necesidad que estas brinden servicios de mantenimiento en hardware y software.

## **1.6. Servicios de Mantenimiento de equipo informático**

Las micro y pequeña empresas que ofrecen los servicios de mantenimiento de equipos informáticos, se dedican a comprar, vender y ofrecer mantenimiento de hardware y software a las personas que desean adquirir estos servicios.

Actualmente las empresas que ofrecen servicios de mantenimiento han ganado un espacio en el mercado, ya que la tecnología se está desarrollando cada vez más y por ende el acceso a las computadoras y demás tecnologías como el internet se ha vuelto una necesidad primordial para el desarrollo profesional y empresarial.

El servicio de mantenimiento de equipos informáticos se orienta a brindar soporte tecnológico de forma organizada y sistemática con el fin de disminuir fallas en los equipos informáticos ya que estas ocasionan en los usuarios diversas molestias como pérdida de dinero y tiempo en sus actividades entre otras.

### **1.6.1. Concepto de mantenimiento**

Comprende todas aquellas actividades necesarias para mantener los equipos e instalaciones en una condición particular o volverlos a dicha condición.<sup>17</sup>

También se define como mantenimiento al proceso mediante el cual se realizan mejoras a un sistema para que tenga una vida útil más larga. También se le llama mantenimiento a las modificaciones que deben hacerse cuando el usuario cambia los requerimientos iniciales o se detectan fallas durante la operación.<sup>18</sup>

En el caso de las computadoras, el mantenimiento puede ser el que se proporciona al equipo físico (hardware) o a los programas (software) que permiten su operación. El mantenimiento a equipos informáticos se realiza de forma preventiva y correctiva.

El periodo de mantenimiento depende de diversos factores: la cantidad de horas diarias de operación, el tipo de actividad (aplicaciones) que se ejecutan, el ambiente donde se encuentra instalada (si hay polvo, calor.), el estado general (si es un equipo nuevo o muy usado), y el resultado obtenido en el último mantenimiento.

---

<sup>17</sup>Prando, Raúl R. Manual de Gestión de Mantenimiento a la Medida, 1996

<sup>18</sup> Cohen Daniel, Sistemas de información para los negocios, editorial McGraw Hill 4ª. Edición, México, 2005

### 1.6.2. Tipos de Mantenimiento<sup>19</sup>

- **Mantenimiento preventivo:** es el que se efectúa con el fin de prevenir la ocurrencia de fallas y problemas técnicos en el funcionamiento de los componentes de un sistema, como por ejemplo: buscar y eliminar virus del disco duro, buscar y corregir errores lógicos y físicos en el disco, desfragmentar el disco, limpieza para evitar fallas técnicas por el polvo, etc. Este tipo de mantenimiento surge de la necesidad de disminuir el correctivo y todo lo que representa. Además pretende reducir la reparación mediante una rutina de inspecciones periódicas y la renovación de los elementos dañados. Básicamente este mantenimiento consiste en programar revisiones de los equipos, apoyándose en el conocimiento de la máquina en base a la experiencia y la información histórica obtenida de las mismas.
- **Mantenimiento Correctivo:** Comprende el que se lleva a cabo con el fin de corregir (reparar) una falla en el equipo. En este se toman en cuenta las acciones de reparación de daños causados por deterioros normales del uso de los sistemas o por acciones extrañas o imprevistas. Consiste en el reacondicionamiento o sustitución de partes en un equipo una vez que han fallado, es la reparación de las fallas (fallas funcionales) que ocurren de emergencia. Este consiste en la reparación o cambio de dispositivos, reinstalación de software y otros.

Al realizar mantenimiento a los equipos informáticos lo primero que se debe determinar es el tiempo de uso y retraso tecnológico de la computadora, ya que el servicio en equipos muy antiguos es más costoso por lo difícil de conseguir los repuestos.

Sin embargo aunque se brinde mantenimiento a los elementos de los equipos informáticos siempre existen algunos más propensos a fallar en su funcionamiento siendo necesaria la atención en estos para evitar el mal funcionamiento.

### 1.6.3. Áreas de mantenimiento de los equipos informáticos<sup>20</sup>

Las áreas en las cuales los usuarios solicitan mantenimiento de sus equipos se detallan a continuación:

**Hardware:** Las áreas más comunes a las que se proporciona mantenimiento son: CPU Unidad de control de procesamiento, monitor, teclado, mouse, impresora, scanner, memoria RAM, tarjeta madre (Board).

- **CPU: (Unidad Central de Proceso):** es el componente crítico que determina la capacidad de proceso de la computadora; coordina las operaciones de los dispositivos del hardware y las instrucciones del software según la lógica prevista por el programador. Las causas más

<sup>19</sup>Prado, Raúl R. Manual de Gestión de Mantenimiento a la Medida, 1996

<sup>20</sup>Mejía Mesa Aurelio, Guía Práctica para Manejar y Reparar la Computadora, 10ª Edición, 2004.

generales para que se estropee suelen ser la falla del ventilador o una frecuencia o alimentación inadecuada, calentamiento, mala configuración, fallos en la tarjeta de video, y otros.

- **Monitor:** es la pantalla en la que se ve la información suministrada por la computadora, algunas de las fallas que presentan son falta de resolución de la pantalla, incompatibilidad, mal funcionamiento en el apagado interno y alto calentamiento.
- **Mouse o ratón:** es un dispositivo manual que se conecta alámbrica o inalámbricamente a la computadora para mover el cursor por la pantalla, dibujar, accionar botones, marcar texto u objetos, redimensionar ventanas. Recibe esta denominación por su apariencia, presenta problemas debido mala conexión del cable y obstrucción parcial de su mecanismo.
- **Teclado:** es un dispositivo periférico de entrada, que permiten el ingreso de caracteres alfanuméricos y comandos a una computadora, los fallos se presentan por bloqueo, des configuración y otros.
- **Las impresoras:** permite obtener en un soporte de papel una copia visual, perdurable y transportable de la información procesada por una computadora, las dificultades frecuentes se presentan en su instalación, atascos de papel, sustitución de cartuchos.
- **El escáner o digitalizador de imágenes:** dispositivo para capturar y digitalizar imágenes o documentos, convierte la imagen o el texto del documento en un mapa de bits que la computadora pueda entender.
- **La tarjeta madre (mother board):** Es el componente clave de la computadora. Contiene un microprocesador, la memoria y otros circuitos que son críticos para obtener una buena operación de la computadora.
- **La memoria RAM (Random Access memory):** esta es la memoria de acceso aleatorio. Esta memoria permite tanto la escritura como la lectura por parte del procesador. En ciertos procesos puede ser temporal. Y siempre es volátil. Su mal funcionamiento se debe a que encuentre mal puesta

- **La memoria ROM (Read only memory):** es la memoria de acceso solo lectura. La información es grabada durante el proceso de fabricación y no se puede modificar posteriormente; los datos permanecen almacenados aunque falle la energía eléctrica. No se borra nunca, no es volátil. En esta memoria se graban parámetros de configuración del ordenador es usada por primera vez por los fabricantes.
- **Los sistemas de audio:** los sensores de señales de audio se denominan micrófonos y los actuadores altavoces. Los aspectos de audio relacionados con las computadoras son: síntesis de sonido, reproducción de sonido, síntesis del habla y reconocimiento del habla.<sup>21</sup>
- **CD-ROM:** contiene imágenes de video, sonidos (música) además de los gráficos y sistemas de visualización clásicos de computadora, que la aplicación multimedia permite reproducir y combinar adecuadamente siendo estos programas en los que se utilizan conjuntamente sonidos, imágenes de video e imágenes producidas por computadoras.<sup>22</sup>

**Software:** Para el área de software frecuentemente el mantenimiento se realiza en: instalación reinstalación de sistema operativo y otros programas, Antivirus y otros.

**El S.O. (Sistema Operativo):** Es un conjunto ordenado de programas que controlan las operaciones generales de una computadora. El sistema operativo hace posible que el equipo (hardware) del sistema trabaje con los programas de aplicación del usuario. Permite a los usuarios cargar los programas de aplicación en el almacenamiento primario (memoria)<sup>23</sup>

- **Los paquetes ofimáticos:** Estos integran, programas para el tratamiento de texto como hojas de cálculo, bases de datos, programas de presentaciones, en definitiva los programas que son usuales en las oficinas y empresas. Un paquete ofimática es el de Microsoft Office.
- **Compiladores:** Son programas que nos permiten la creación de otros programas. Este tipo de programas se obtiene a partir de un código fuente un archivo ejecutable pasando por el código objeto.
- **Tratamientos gráficos:** Este tipo de programas sirven para el retoque fotográfico, para el diseño gráfico, etc. Son por ejemplo: el Adobe photoshop, programas de Windows, etc.

---

<sup>21</sup> Prieto Espinosa Alberto, Introducción a la Informática, Mc Graw Hill, 2002

<sup>22</sup>Ibid.

<sup>23</sup> Sanders Donald, Informática Presente y Futuro, Mc Graw Hill, 1990

#### **1.6.4. Fallas más comunes en los equipos informáticos**

Los elementos más propensos que presentan fallas o averías por uso pueden presentarse tanto en hardware como en software pero la mayoría se presentan en el hardware; para los componentes en el hardware son discos duros, unidades ópticas (CD-DVD), fuentes de alimentación, fallos en el circuito eléctrico de la placa base, fallas en la fuente de poder, memoria RAM (Random Access memory), memoria ROM (Read only memory); y para los componentes software son daños en el sistema operativo, actualizaciones en los programas, antivirus y otros.

Ante la competencia agresiva que existe entre las empresas de servicio de mantenimiento se requiere que estas empleen estrategias con la finalidad de lograr su posicionamiento y generar confianza en los usuarios; por lo que presenta la definición y algunos tipos de estrategias.

### **1.7. Las Estrategias<sup>24</sup>**

#### **1.7.1. Definición de Estrategias**

Estrategias es la determinación del propósito o misión y de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, así como la adopción de los cursos de acción y de la asignación de recursos necesarios para cumplirlos.

En 1962 Alfred D Chandler, propuso que estrategia se definiera como: “La determinación de las metas y objetivos básicos de una empresa a largo plazo, la adopción de los recursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar dichas metas”<sup>25</sup>

Las estrategias son una parte fundamental en el buen desempeño de una empresa, ya que los mercados son cada vez más competitivos y exigentes. En el caso de las micro y pequeñas empresas de servicios, la implementación de una estrategia de calidad produciría un doble efecto en la oferta y garantía de los servicios: por una parte, fideliza a sus clientes y, por otra, se presenta un mensaje interno de eficiencia enfocando a toda la organización hacia un objetivo claro y definido. Dicha implementación crea el potencial de rendimiento que la empresa necesita para obtener beneficios en el futuro.

---

<sup>24</sup>Gómez Ceja Guillermo. Planeación y Organización de Empresas. Mc Graw Hill 8 Edición

<sup>25</sup>Stoner James, Administración, 6ª edición, México D.F. Prentice Hall, 1996



### 1.7.2. Tipos de Estrategias<sup>26</sup>

La formulación de una estrategia implica un proceso de análisis del medio y la industria, así como la comprensión de las características de la empresa y del sector productivo, que incluya conocimientos de la competencia existente en el segmento o mercado y que a la vez permita a la empresa un posicionamiento. Una organización puede seguir diferentes tipos de estrategias, entre los cuales se puede mencionar:

- **Estrategias de Integración:** Estas buscan controlar o adquirir el dominio de los distribuidores, proveedores o de la competencia.
- **Estrategias Intensivas:** La penetración en el mercado, el desarrollo del mercado y el desarrollo del producto, se conocen como Estrategias Intensivas, porque requieren un esfuerzo intenso para mejorar la posición competitiva de la empresa con los productos existentes.
- **Estrategias de Diversificación:** La Estrategia de diversificación se da cuando la organización diversifica la cartera de productos o servicios que es capaz de ofrecer.
- **Estrategias Defensivas:** Las estrategias defensivas surgen cuando existe la necesidad de resguardar los activos de la empresa, los mercados, clientes y proveedores.

### 1.8. Posicionamiento de mercado<sup>27</sup>

El posicionamiento es crear una imagen del producto o servicios en la mente de los integrantes del mercado meta; dentro de este último hay que suscitar la percepción deseada del producto o servicio en relación con la competencia.

Aun que no exista una competencia directa, la empresa necesita un punto de referencia para que el mercado meta entienda y recuerde lo que va a comunicarse. En el caso de un mercado competitivo, un posicionamiento diferencia de una forma positiva el producto o servicio respecto a la competencia; ya que se recurre al posicionamiento para diferenciar el producto o servicio de un mercado específico.

---

<sup>26</sup> Davis Fred R, Administración Estratégica Prentice Hall 9ª .Edición 2003

<sup>27</sup>Heiebing Roman, Como preparar el exitoso plan de mercadotecnia, México, Mc Graw Hill, 1992

### 1.8.1. Estrategias para posicionarse frente a la competencia<sup>28</sup>

Para lograr el posicionamiento de las empresas existen ciertas estrategias a emplear las cuales son:

- **Posicionarse primero:** a la hora de posicionarse en la mente del consumidor, el que lo hace primero, obtiene el doble de la participación del mercado que el segundo y cuadruplica al tercero. Una vez que la mayoría ha asociado una marca con un servicio concreto, la competencia la tendrá muy difícil para modificar esa idea.
- **Posicionarse segundo:** otras empresas han encontrado que posicionarse como las número dos, puede ser su ventaja competitiva
- **Reposicionamiento:** es posible que una empresa pueda mantenerse con un posicionamiento determinado por muchos años, pero hoy en día con tantas innovaciones tecnológicas, en mercados globales cada vez más competitivos, y con economías tan cambiantes, es posible que sea necesario modificar ese posicionamiento.

Existen diversas maneras en las cuales las micro y pequeñas empresas que ofrecen servicios de mantenimiento pueden lograr el posicionamiento del mercado como las descritas anteriormente; sin embargo, es preciso que las empresas de servicio logren identificar qué estrategia es la más adecuada y se adapte a sus necesidades; ya que de eso dependerá su éxito.

## 1.9. Empresas de Servicios

Son organizaciones económicas y sociales que prestan un servicio destinado a satisfacer determinadas necesidades en la sociedad. Las empresas de servicios no comercian con artículos tangibles, sino que satisfacen una necesidad personal o derivada de las industriales y comerciales.

### 1.9.1. Características de las Empresas de Servicios

- Normalmente la materia prima no representa un porcentaje significativo dentro del costo total como en las empresas manufactureras.

---

<sup>28</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/guerraposis.htm>

- El producto que se ofrece en las empresas de servicios no es tangible, como el de las empresas manufactureras y comerciales.
- El principal insumo que se utiliza para proporcionar el servicio es el recurso humano.

Muchas empresas para posicionarse en el mercado han utilizado diversos enfoques tales como el servicio al cliente, la identificación tanto de habilidades como de prioridades competitivas y así cumplir con las expectativas de sus clientes.

## **1.10. La estrategia de operaciones en empresas de servicios<sup>29</sup>**

### **1.10.1. El servicio al cliente.**

El servicio se define generalmente como un “paquete” o conjunto de atributos intangibles y tangibles que satisface necesidades físicas y psicológicas. Dicho “paquete” de servicios está compuesto por facilitadores, servicios explícitos y servicios implícitos.

Los servicios explícitos están basados en los atributos o aspectos tangibles del servicio que pueden ser percibidos a través de los sentidos (vista, tacto, oído, etc.). Los servicios implícitos basados en los elementos de carácter intangible del “paquete” de servicio no pueden ser percibidos por el uso de los sentidos, sino que son experimentados por las personas. Los bienes facilitadores son los materiales o los productos físicos del servicio, que pueden ser consumidos o utilizados como resultado del servicio.

Las empresas que se han distinguido por la calidad de sus servicios son aquellas que se han posicionado en las mentes de sus clientes por la forma como manejan los atributos de naturaleza intangible o servicios implícitos, con el apoyo apropiado de las bondades y fortalezas de los atributos tangibles o servicios explícitos y de los bienes facilitadores.

### **1.10.2. La Perspectiva estratégica de las operaciones de servicio<sup>30</sup>**

El gerente de las empresas de servicio debe ser lo suficientemente cuidadoso para incorporar en forma creativa los aspectos de excelencia y calidad a través del diseño y operación de las combinaciones apropiadas de atributos intangibles y tangibles.

---

<sup>29</sup> La estrategia de operaciones en empresas de servicios, Profesor Guillermo D. Selva, Gerencia de Operaciones de INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas) Business School, Alajuela, Costa Rica, Julio 2005.

<sup>30</sup>Ibid

Igualmente, el gerente puede gestionar sus recursos de instalaciones, capacidades, tecnología, personal, calidad, es decir sus recursos y decisiones de “hardware” o estructura de “software” o infraestructura con una orientación estratégica. El manejo de los aspectos intangibles presenta un gran reto para el gerente de servicios, pero no menos importante es el manejo de los atributos tangibles, ya que con ellos se le muestra evidencia al cliente sobre la calidad del servicio de una forma que para él es más fácil de juzgar, a través de los sentidos.

Estas relaciones de naturaleza compleja que deben lograrse entre los elementos tangibles e intangibles son debidas por una parte a que los atributos intangibles son percibidos por cada persona en el momento de entrega del servicio en forma diferente. La variabilidad de las percepciones es atribuida a diversos factores, tales como el estado de ánimo del cliente en el momento del consumo del servicio, a las expectativas, las experiencias previas al cliente con la empresa servidora y con la competencia, los comentarios de amigos y otros. Por otro lado, el cliente ve, palpa y escucha los atributos tangibles; Estos son uniformes y menos sujetos a la variabilidad del criterio e interpretación variable individual.

### **1.10.3. Habilidades y Prioridades Competitivas<sup>31</sup>**

Los clientes o diferentes grupos de clientes de una empresa de servicios van a preferir a una empresa determinada y no a otras competidoras por que los clientes reciben de la empresa preferida de su producto una serie de características apetecida por diferentes clientes

A dichas características se les conoce con el nombre de “prioridades Competitivas”, porque encierran la idea de que el cliente o grupo de clientes prefiere un determinado conjunto o combinación de características deseables entre todas las posibles, y de que además, consciente o inconscientemente prioriza o da peso a aquellas que forman el conjunto apetecido. Este conjunto y la estructura de peso asociada con las diferentes características generalmente son diferentes a los de otro cliente o segmento de clientes.

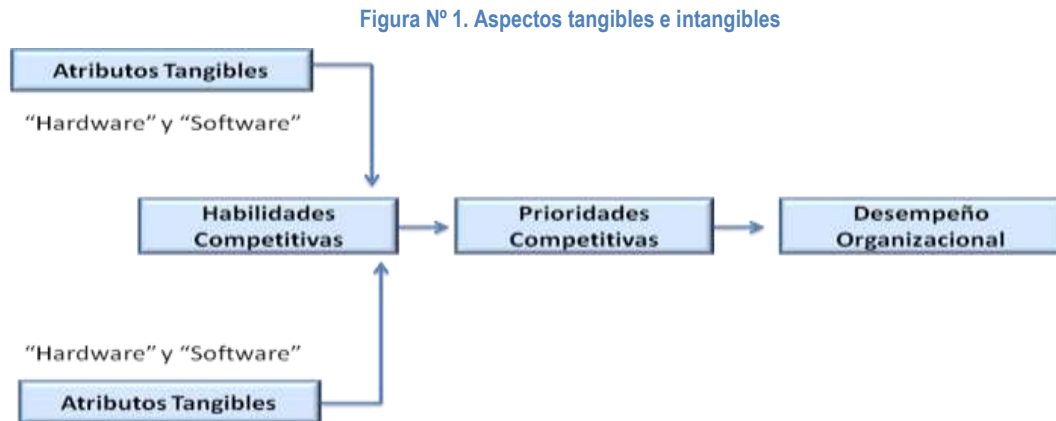
Las prioridades competitivas genéricas, en su versión más simple, pueden ser identificadas de la siguiente forma: Precio, Calidad, Tiempo de entrega, Agilidad de Respuesta y Servicio.

A la par de las prioridades competitivas se encuentran las correspondientes habilidades competitivas, que representan la “traducción” en términos operacionales de las prioridades competitivas. Generalmente forma parte del conjunto de habilidades competitivas genéricas las siguientes características: Costo, Calidad, Tiempos cortos de procesamiento, Flexibilidad y Apoyo

---

<sup>31</sup>Ibid

Las relaciones entre los aspectos tangibles e intangibles (gestionados a través de los recursos y decisiones de “Hardware” y “Software”), las prioridades y habilidades competitivas podrían ser expresadas de la siguiente forma en la Figura N° 1



La estrategia de operaciones en empresas de servicios, Profesor Guillermo D. Selva, Gerencia de Operaciones de INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas) Business School, Alajuela, Costa Rica, Julio 2005

### 1.11. Recursos Tipo “Hardware” o de Estructura<sup>32</sup>

Estos recursos son como las fundaciones y paredes del “edificio empresarial” de la empresa de servicios. Normalmente se requieren inversiones importantes en activos fijos y una vez desplegados son difíciles o costosos de cambiar. Estas incluyen:

#### Instalaciones:

Son los edificios, equipos, muebles y accesorios, los cuales apoyan las muestras de calidad del tipo tangible (evidencia física) y contribuyen a la creación de una atmósfera agradable junto con las actividades de acomodo y despliegue visual de la mercadería.

Existen recomendaciones para una adecuada distribución del espacio en las áreas de trabajo por ejemplo<sup>33</sup>.

- Las unidades orgánicas que tengan funciones similares y relacionadas entre sí deben colarse próximas o adyacentes.
- Los escritorios deben ser de estilo uniforme y de dimensiones acordes con las necesidades propias de trabajo.
- Las unidades que tienen mucho contacto con clientes deben localizarse cerca de las entradas, ascensores y zonas de recepción para que sean accesibles y no distraigan a otras unidades
- La imagen en la organización debe transmitir orden y confianza

<sup>32</sup>Ibid

<sup>33</sup>Franklin Enrique Benjamín, Organización de Empresas, Análisis, diseño y estructura, Mc Graw Hill, 2002

Algunos ejemplos de aspectos claves relacionados con las instalaciones son los siguientes:

### **Accesibilidad**

- Ubicación física de las tiendas,
- Acceso a líneas de transporte colectivo, estacionamientos (suficientes, cómodos, etc.)

### **Instalaciones Físicas**

- Estado del edificio: paredes, pisos, conexiones eléctricas, estado de las luminarias
- Apariencia y estado de los muebles y equipos, calidad de las facturas y formatos
- Limpieza de áreas del punto de venta y de las áreas aledañas al punto de venta (aceras, calles, estacionamientos, etc.)
- Música ambiental

### **Despliegue Visual**

- Iluminación general de pasillos, de bienes facilitadores.
- Arreglos armoniosos y colocación de mesas y sillas (restaurantes)
- Presentación y acomodo de la mercadería (tiendas, supermercados) combinación armoniosa de artículos y colores

### **Personal de Atención al Cliente**

- Vestimenta y placas de identificación
- Presentación personal (peinado, maquillaje, limpieza)

### **Atmósfera**

- Sensación de bienestar creada en la entrega del servicio.

### **Capacidad:**

Es el uso de instalaciones, personas y equipos para satisfacer la demanda de los clientes. La asignación del número suficiente de personas, espacios, sistemas y equipos, apoya directamente la calidad y la rapidez del servicio, e inmediatamente la sensación de mayor tranquilidad del cliente al no detectar colas largas o muestras de desorden. Los efectos de capacidad se manifiestan tanto en las actividades de contacto con el cliente o en el “front-room” (mostrador, piso de venta, cajas), como en otras que salen fuera de línea de visibilidad del cliente o “back-room” (cocina, limpieza de habitaciones o salones, procesamiento de operaciones en un banco, reparación en el taller automotriz, y otros.).

La capacidad tiene impacto sobre aspectos intangibles (en relación con el apoyo del personal de atención al cliente y de soporte) como de aspectos tangibles (con actividades de apoyo de limpieza y mantenimiento de instalaciones).

Por otro lado, es importante reconocer el efecto de la aleatoriedad en los tiempos de llegadas de los clientes y en los tiempos de atención para identificar apropiadamente la capacidad de las operaciones de servicio. Existe un efecto de “estacionalidad” en la demanda diaria de las empresas de servicio, por lo que resulta importante que los gerentes de servicio desarrollen habilidades multifuncionales para incrementar la productividad del personal en las horas de baja demanda. Por otro lado, en las horas picos, resulta importante incrementar la capacidad para manejar los efectos aleatorios y así evitar que la calidad del servicio se degrade. Muchas veces la calidad del servicio se pone a prueba cuando la capacidad es presionada en las horas o períodos “pico” o de mayor demanda del servicio.

### **Tecnología:**

Los sistemas y los equipos tecnológicos apoyan la calidad y rapidez del servicio al facilitarle a los vendedores, personal de cajas, analista de créditos y a otros miembros de la empresa de servicios tanto en el “Front-room” como en el “back-room” la agilidad y exactitud de las transacciones en situaciones normales, y al propio personal de ventas y de apoyo administrativo, en situaciones especiales. Por un lado el aspecto físico de los equipos visibles al cliente refuerza la calidad tangible, y por otro lado, la capacidad y flexibilidad de los sistemas y de los equipos que apoyan los aspectos intangibles de servicio y rapidez.

### **Suministros y Distribución**

Son los sistemas, instalaciones y prácticas relacionadas con la compra, manejo y disponibilidad de los insumos para la producción del bien facilitador (alimentos en un restaurante, hospital, hotel) y la mercadería (supermercados, tiendas al detalle) demandados por los clientes, incluyendo relaciones con los proveedores, etc. Estos recursos tienen que ver con aspectos relacionados con el producto (atributos tangibles) con el servicio y la imagen (disponibilidad), estas últimas de naturaleza intangible. Con ello están relacionados los aspectos del manejo físico de la mercadería.

### **1.12. Recursos Tipo “Software” o de Infraestructura.<sup>34</sup>**

Estos recursos tienen que ver con el personal y los sistemas de apoyo (información, programación y control de las operaciones, etc.), calidad, recursos humanos, la organización y cultura de la empresa de servicios. Dentro de estos se encuentran:

#### **Programación y control de las operaciones:**

Dirección y control sistemáticos de la gama total de los procesos para la transformación de insumos en bienes terminados y servicios. La programación y control de las diferentes actividades de pronóstico de la demanda, definición de cuándo y cuánto comprar de insumos o de mercadería a ser distribuida, número de personas en el punto de venta, en el centro de distribución, en los puestos de atención en cajas, oficinas, actividades de apoyo y manejo de mercadería, etc. Refuerza las consideraciones de rapidez, calidad del servicio y de disponibilidad, surtidos, variedad y de naturaleza intangible.

#### **Sistema de Calidad:**

Se refiere a los procedimientos y estándares de calidad en las diferentes operaciones, tanto de atención al cliente como de apoyo. Tiene que ver con los aspectos tangibles e intangibles del servicio, ya que el sistema de calidad cubre la utilización apropiada de los recursos humanos, de instalaciones y de equipos, de procedimientos de atención y de entrega del servicio en la interacción con el cliente, suministrando lineamientos muy concretos que deben guiar las diferentes operaciones de la empresa de servicio. Además, el sistema de calidad debe proporcionar los lineamientos básicos para definir la calidad de los insumos a comprar o de la mercadería en sistemas de distribución y venta al detalle.

El manejo de los sistemas de calidad representa grandes oportunidades para las empresas de servicio del medio, ya que los temas relacionados con la calidad del servicio, estándares, etc., tradicionalmente han sido relegados por el personal gerencial por falta de conocimiento de las particularidades de la gerencia innovadora de servicios.

#### **Sistemas de Administración del Recurso Humano:**

Se refiere al conjunto de políticas y prácticas de selección, capacitación, evaluación y recompensas, motivación y apoyo a la labor de las personas en las empresas. Estos recursos se encuentran más directamente asociados con aspectos intangibles del servicio, aunque también impactan los atributos tangibles.

---

<sup>34</sup>Ibidem.



### **Organización:**

Organizar es agrupar las actividades necesarias para alcanzar ciertos objetivos, asignar a cada grupo un administrador con la autoridad necesaria para supervisarlos y coordinar tanto en sentido horizontal como vertical toda la estructura de la empresa<sup>35</sup>.

Son los valores y creencias fundamentales de la organización, la estructura organizacional, las políticas de centralización o descentralización, estilos, sistema presupuestario, grado de orientación hacia el trabajo en equipo, de coordinación de grupos y personas, etc. Lógicamente, estos aspectos afectan fuertemente tanto los aspectos de naturaleza intangible como los de naturaleza tangible de la empresa.

Aunque ya han sido mencionados, por la importancia que adquiere el papel del recurso humano en las empresas de servicio es importante recalcar el efecto de los valores y de una fuerte cultura de servicios de la empresa sobre el personal y sus sistemas de apoyo y creación de habilidades que tienen que ver directamente con las habilidades competitivas:

### **Servicio**

Se definen como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades<sup>36</sup>, este incluye.

- Atención, amabilidad, cortesía del personal
- Actitud de servicio del personal de ventas y de apoyo administrativo, crédito, etc.
- Conocimiento de su trabajo, como servidor(a) y asesor(a) del cliente

### **Imagen**

La imagen es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza, con ella están relacionada:

- Calidad percibida por la historia y trayectoria de la empresa de servicio.
- Sensación de satisfacción, de estatus, etc., por ser cliente de empresas de servicio.

Hoy en día cumplir con las expectativas de los clientes significa un gran reto para las empresas de servicio por lo cual estas adoptan diversos enfoques los cuales estén orientados al cumplimiento de éstas, dentro de estas se encuentran el garantizar incondicionalmente los servicios, lo cual generará un valor agregado; lo que representa una manera atractiva de atraer y fidelizar a los clientes.

---

<sup>35</sup>Koontz Harold , Administración : una perspectiva global , 12ª ed, McGraw-Hill, 2004 México

<sup>36</sup> Stanton William, Fundamentos de Marketing, 13ª ed McGraw Hill, 2004

## 1.13.El poder de la garantía incondicional de los servicios<sup>37</sup>

### 1.13.1. Qué es una buena garantía del servicio

Una buena garantía eficaz del servicio, deberá poner al cliente por delante de todo; es decir se diseñara y pondrá en práctica adecuadamente lo que permitirá un control optimo sobre la empresa, objetivos claros y una cadena de información que ofrezca la información necesaria, que se necesita para mejorar la actuación de todos.

La mayoría de las garantías que se ofrecen de los servicios, no cumplen en realidad sus funciones: son de un ámbito limitado y difícil de usar. La garantía de un servicio pierde poder en proporción directa al número de condiciones que contiene.

¿Qué es una buena garantía del servicio? Es: Incondicional, Fácil de entender, Significativa, Fácil de valer (sin molestias), Fácil y rápida de cobrar.

#### ✓ ***Incondicional***

La mejor garantía del servicio promete al cliente satisfacción sin condiciones, sin excepciones. Si una empresa no puede garantizar incondicionalmente todos los elementos de su servicio, sí debería garantizar incondicionalmente los elementos que pueda controlar.

#### ✓ ***Fácil de entender y comunicar.***

Una garantía debe estar escrita en un lenguaje sencillo y conciso, que detalle la promesa. Entonces, los consumidores sabrán exactamente qué puedan esperar, y los empleados sabrán exactamente qué se espera de ellos.

#### ✓ ***Significativa.***

Una buena garantía de servicio es doblemente significativa. Primero garantiza aquellos aspectos de su servicio que son importantes para sus clientes. Puede que sea una entrega rápida. En otros casos, el precio puede ser el elemento más importante. El precio no es lo que considera la empresa que debería ser, es lo que piensan los clientes que es con base en la evaluación del valor en dinero en el momento de adquirir los servicios<sup>38</sup>.

Segundo, una buena garantía es significativa en el plano económico; obliga a un pago sustancial cuando no se cumple la promesa.

---

<sup>37</sup> El poder de la garantía incondicional de los servicios, Christopher W. L. Hart, Harvard Business School, 1º trimestre, 1989

<sup>38</sup>Hanan Mack, Estrategias Recompitivas, Editoriales Norma, Colombia, 1987

✓ **Fácil de hacer valer:**

Un cliente que ya está insatisfecho no tendrá duda en hacer valer una garantía; es por ello que se debe evitar que exista demasiados requerimientos, que solo consiguen aumentar la insatisfacción del cliente.

✓ **Fácil de cobrar:**

Los clientes tampoco habrán de realizar un esfuerzo adicional para recibir el reembolso. El procedimiento debe ser sencillo e igualmente importante, rápido; en el acto, si es posible

**¿Qué No debe hacer una garantía?**

No prometer nada que los clientes ya esperen; no sujete la garantía a tantas condiciones que pierda su sentido; y no ofrezca una garantía tan débil que nunca se haga valer. Una garantía que esencialmente no suponga riesgo alguno para la empresa será de poco valor para sus clientes, o carecerá de él; incluso puede ser motivo de risa para sus empleados.<sup>39</sup>

### **1.13.2. Por qué funciona la garantía del servicio**

Una garantía es una herramienta poderosa, tanto para comercializar la calidad de un servicio, como para lograrla, por cinco razones.

*Primero*, impulsa a toda la empresa a centrarse en la definición que el cliente hace de lo que es un buen servicio, no en suposiciones de su ejecutivos. *Segundo*, marca estándares de actuación claros, lo que mejora la moral y la actuación de los empleados. *Tercero*, genera datos fiables (mediante los reembolsos) de cuándo se produce una actuación deficiente. *Cuarto*, obliga a la organización a examinar todo su sistema de prestación del servicio en busca de posibles puntos débiles. Por *último*, fomenta la lealtad del cliente hacia la empresa, mejora las ventas y la participación en el mercado.

**Una garantía le obliga a centrarse en sus clientes.** Saber lo que quieren los clientes es una condición *obvia* a la hora de ofrecer una garantía de un servicio. Una empresa tiene que identificar las expectativas de sus clientes potenciales respecto a los elementos del servicio y la importancia que atribuyen a cada uno. Si carece de este conocimiento de las necesidades del cliente, una empresa que quiera garantizar su servicio, bien puede garantizar las cosas que no debiera.

---

<sup>39</sup>Ibid.

**Una garantía establece estándares claros:** Una garantía del servicio, específica y sin ambigüedades, establece estándares a los que debe llegar su organización. Dice a los empleados para qué está la empresa.

**Una garantía genera reflujo de información:** Una garantía crea el objetivo; define lo que se debe hacer para satisfacer a sus clientes. Una garantía le obliga a crear un sistema para detectar los errores, lo que los japoneses llaman “pepitas de oro”, porque son oportunidades de aprender.

Las empresas de servicios tienen dificultades a la hora de reunir información sobre los errores. Menos información sobre los errores significa menos oportunidades de mejorar, lo que en última instancia significa más errores en el servicio y mayor insatisfacción de los clientes, un ciclo del cual no siempre es consciente la dirección. Una garantía ataca este mal, al dar a los clientes un incentivo y un medio para hacer llegar sus quejas a la dirección.

**Una garantía le obliga a entender por qué fracasa:** Al definir una garantía, los directores deben hacerse preguntas como éstas: ¿En qué puntos puede fallar el sistema?, Si se pueden identificar puntos de éstos, ¿se pueden localizar sus orígenes y corregirlos? Una empresa que quiere prometer una prestación puntual del servicio, debe comprender su capacidad operativa y los factores que limitan dicha capacidad. Muchos ejecutivos de servicio que carecen de la comprensión de tales puntos básicos y tienden a culpar a los trabajadores, los clientes o a cualquier otra cosa, *salvo* al proceso de prestación del servicio.

**Una garantía refuerza la función de marketing:** Puede que la razón más clara para ofrecer una garantía interesante del servicio sea su capacidad de reforzar la función de marketing: anima a los clientes a comprar un servicio reduciendo el riesgo de la decisión de adquisición, y genera más ventas a los clientes actuales, al reforzar su lealtad.

Normalmente las empresas ofrecen garantía en los productos pero no en los servicios, en El Salvador las empresas no son la excepción, por lo que existe La Ley de Protección al Consumidor con la finalidad de velar por los intereses de los clientes y dentro de la cual se encuentran aspectos relevantes sobre la garantía ofrecida a los usuarios.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Ibid.

### 1.14. La Ley de Protección al Consumidor en El Salvador<sup>41</sup>

La Ley de protección al consumidor tiene por objeto proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídicamente del consumidor y proveedor. Así mismo de salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado, y plasmar los derechos de los consumidores.

Se pretende estudiar la Ley de Protección al Consumidor en lo que se refiere a garantía de los servicio, ya que esta ampara los derechos de los consumidores en caso de abuso de parte del proveedor. Dicha Ley cita en el artículo 3 los sujetos que están de su ámbito de aplicación, los cuales son:

**Consumidor o Usuario:** Es toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien, reciba oferta de los mismos, cualquiera que sea el carácter público o privado, individual o colectivo de quienes los producen, comercialicen, faciliten y suministren.

**Proveedor:** Es toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, suministro, construcción, distribución, alquiler, facilitación, comercialización o contratación de bienes, transformación, almacenamiento, transporte, así como de prestación de servicios a consumidores, mediante el pago de precio, tasa o tarifa.

Por otra parte el artículo 4 de la Ley de Protección al Consumidor hace referencia a los derechos básicos del consumidor entre los cuales se pueden mencionar: recibir del proveedor la información completa, precisa, veraz, clara y oportuna que determine las características de los productos y servicios, adquirir los bienes o servicios en las condiciones o términos que el proveedor ofertó públicamente, reclamar y recibir compensación en el caso que los productos o servicios sean entregados en calidad, cantidad o forma diferente de la ofrecida.

En el que capítulo V de la Ley de Protección al Consumidor hace referencia a las garantías y responsabilidades sobre bienes y servicios; específicamente en los artículos 33 y 34, los cuales se mencionan a continuación:

**Art. 33.** Las garantías ofrecidas por los proveedores sobre bienes y servicios, deberán expresarse claramente en el documento contractual o en documento anexo, que contendrá: las condiciones, formas y

---

<sup>41</sup>Ley de Protección al Consumidor, año 2001

plazos de la garantía de uso o funcionamiento con que se adquiere el bien, las responsabilidades del consumidor, la forma en que puede hacerse efectiva y la individualización de las personas naturales o jurídicas que la extienden y que las cumplirán. Sólo en tal caso podrá utilizarse la leyenda “garantizado”, en las diferentes formas de presentación del bien o servicio.

**Art. 34.** La garantía comprenderá las reparaciones necesarias para el buen funcionamiento del bien, y habiéndose intentado la reparación del defecto que reduce sustancialmente el uso, valor o seguridad del bien dos o más veces sin poder corregirlo, el consumidor tendrá derecho a elegir entre las siguientes opciones: al cumplimiento de la oferta, si esto fuere posible; la sustitución del bien por otro de diferente naturaleza; la reducción del precio o la devolución de lo pagado.

En el caso de sustitución del bien por otro de la misma naturaleza, el nuevo tendrá las mismas garantías del bien originalmente adquirido, por el plazo que quedare pendiente.

El termino durante el cual el bien este en reparación no se contará en el plazo de la garantía.

El incumplimiento a los artículos antes mencionados conlleva a la imposición de infracciones y sanciones a las empresas de servicios las cuales están establecidas en el capítulo VI, TITULO II, artículos 40 al 55 de la Ley de Protección al Consumidor. Los cuales hacen referencia a la existencia de una infracción al proveedor que en la prestación de un servicio, actuando con dolo o culpa, cause pérdidas al consumidor, debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo servicio.

Dicha Ley establece una clasificación de infracciones que puede incurrir el proveedor las cuales son leves, graves y muy graves; siendo una infracción grave el incumplimiento de las garantías de uso o funcionamiento, en la forma y plazo convenidos en lo establecido legalmente y su sanción será una multa hasta de doscientos salarios mínimos mensuales urbanos en la industria.

Esto en cuestión de garantías, sin embargo las empresas también deben ofrecer a los clientes calidad en sus servicios, es por ello que buscan competir con estrategias de calidad; por lo que deben dividir el concepto de calidad en partes que puedan gestionar lo cual puede lograrse mediante las ocho dimensiones de la calidad.

## 1.15. Competir en las ocho dimensiones de la calidad<sup>42</sup>

David A. Garvín en 1983, desarrolló una visión conceptual de la calidad sumamente significativa, sugirió que la calidad de un producto o de un servicio se compone de ocho dimensiones, las cuales amplían la perspectiva del concepto de calidad; con lo cual clientes, gestores, ingenieros, operarios de línea de producción y oficinistas en cualquier nivel de la jerarquía de una organización han de participar en el mejoramiento y en la gestión de la calidad.

La mejora de la calidad es un proceso que requiere la participación de toda la compañía y, en la mayoría de los casos, conduce a cambios en los hábitos de trabajo e incluso en la organización. Por lo tanto, un procedimiento de calidad es un acercamiento organizativo al progreso continuo en el área de la eliminación de defectos. Es un procedimiento participativo, lo cual incluye a toda la compañía.

### 1.15.1. Control de calidad<sup>43</sup>

Para mejor comprensión del carácter defensivo del tradicional control de calidad, se debe entender lo que ha conseguido el movimiento en pro de la calidad en Estados Unidos.

En 1951 Josep Juran abordó cuestiones como ¿Qué gastos en calidad se consideran admisibles? ¿Cuánta calidad era suficiente?, en su primera edición *Manual del control de calidad*. Juran observó que la calidad podía entenderse en términos de costes evitables y costes inevitables. Los primeros se producen a causa de defectos y fallos en los productos, entre ellos figuran materiales inutilizados o de desecho, horas de trabajo necesarias para repetir el trabajo, reparaciones, y la resolución de las quejas. Los últimos se asociaban con la idea de prevención, por ejemplo, inspección, muestreo, clasificación y otras iniciativas propias del control de calidad.

En 1956, Armand Feigenbaum llevó un paso más allá las ideas de Juran proponiendo el “control total de calidad” (CTC). Argumentaba que las empresas nunca lograrían productos de buena calidad si el único departamento al que se obligara a lograrla era al departamento de fabricación en total aislamiento. El CTC precisaba que se formaran equipos interdependientes con representantes de marketing, ingeniería, compras y fabricación.

Feigenbaum observó que todo nuevo producto pasa por tres fases de actividad: control de diseño, control de materiales adquiridos y control del producto a pie de máquinas. Esto significaba un paso en la dirección adecuada. Pero Feigenbaum no tuvo en cuenta cómo la calidad era, antes que nada, una cuestión de estrategias para cualquier empresa; cómo, por ejemplo, la calidad debía regir el diseño de un producto y la selección de sus características u opciones. Por el contrario, control de diseño significaba para

---

<sup>42</sup> Competir en las ocho dimensiones de la calidad, Harvard-Deusto Business Review, 2º trimestre, 1988

<sup>43</sup>Ibid

Feigenbaum una serie de evaluaciones, previas al inicio de la producción, de la manufacturabilidad de un diseño específico, o que las técnicas de producción previstas podían ser depuradas por medio de series de pruebas. El control de materiales incluía tanto las evaluaciones del proveedor como los procedimientos de inspección de los materiales a su llegada a la fábrica.

Feigenbaum, como Juran, proponían que se informara con todo detalle de los costes de calidad a los ejecutivos de la empresa para hacer que se sintieran comprometidos con el tema. Ambos insistieron en un tratamiento estadístico de la calidad, en el que incluían gráficos de control del proceso de producción que establecían límites a las variaciones aceptables para variables claves que afectaban la fabricación de un producto. Abogaban por procedimientos de muestreo que permitían a los directores inferir la calidad de lotes enteros de productos basándose en la de los integrantes de una pequeña muestra seleccionada al azar.

A pesar de la atención que prestaban a dichas técnicas, Juran, Feigenbaum y Edwards Deming, (1960) trataba de lograr que los directores de empresas vieran más allá de lo que representaban los controles estadísticos de calidad.

### **1.15.2. Gestión estratégica de la calidad**

Para alcanzar mejoras en la calidad, los directores de empresas necesitan cambiar de manera de pensar y ver las cosas desde la perspectiva del consumidor. La alta calidad significa complacer a los consumidores, no solo evitarles disgustos, incluso las quejas del consumidor adquiere especial relevancia ya que proporciona información valiosa sobre el producto.

Cabe mencionar que los directivos de empresas deben tomar medidas previas, creando un vocabulario claro para hablar de la calidad como de una estrategia. Deben desmenuzar la palabra calidad en partes que puedan gestionar entonces podrán definir los nichos de calidad en que competir.

Es por ello que David A. Garvín sugiere ocho dimensiones o categorías críticas de la calidad que puedan servir de marco para un análisis estratégico estas son: prestaciones, peculiaridades, fiabilidad, conformidad con las especificaciones, durabilidad, disposición de servicio, estética y calidad percibida. Algunas de ellas se apoyan entre sí otras no; el reto a la dirección es el de competir en dimensiones previamente seleccionadas.



- **Prestaciones:**

Son características funcionales primarias del producto. En empresas de servicios, por ejemplo, líneas aéreas y las prestaciones se refieren, en muchos casos, aun servicio rápido.

Esta dimensión de la calidad comprende atributos mensurables, se pueden clasificar las marcas de una manera objetiva basándose en aspectos concretos de sus prestaciones. Sin embargo resulta más difícil llegar a clasificaciones basadas en prestaciones en general, especialmente cuando el producto proporciona, o puede proporcionar, ciertas ventajas que no todos los consumidores necesitan. Así pues la cuestión de las diferencias de prestaciones son diferencias de calidad, pueden depender de una serie de preferencias circunstanciales, pero diferencias basadas no en determinados gustos, sino en exigencias de tipo funcional<sup>44</sup>

- **Peculiaridades:**

Es todo aquello que sirve de complemento al funcionamiento básico de un producto o servicio. La frontera entre las características primarias de prestaciones de las peculiaridades secundarias frecuentemente no es nada fácil de trazar. Lo que es crucial es que las peculiaridades comprenden atributos de carácter objetivo y susceptible de ser medidos. Para muchos clientes, una calidad superior refleja en menor grado la disponibilidad de peculiaridades típicas que del número total de opciones disponibles. Hay ocasiones en que la calidad se asocia a la idea de poder escoger.

- **Fiabilidad:**

Esta dimensión refleja las probabilidades de que un producto se estropee o funcione mal dentro de un periodo de tiempo determinado. Entre los métodos más corrientes de medición de la fiabilidad están: el tiempo medio hasta el primer fallo, el tiempo medio entre fallos y la tasa de fallos por la unidad de tiempo. Debido a que todos estos métodos requieren la utilización del producto durante un periodo de tiempo determinado, tienen mayor utilidad al aplicarse a artículos duraderos que a productos o servicios de consumo instantáneo.

La fiabilidad gana importancia para los consumidores a medida que aumenta el costo de los tiempos muertos por avería o del mantenimiento.

- **Conformidad con las especificaciones:**

Una nueva dimensión de la calidad es la conformidad, el grado en que el diseño y las características funcionales de un producto cumplen las normas establecidas. Esta dimensión debe mucho a los enfoques tradicionales sobre la calidad que adoptaron los pioneros en el tema como Juran.

---

<sup>44</sup>Ibid.

Todos los productos y servicios incluyen especificaciones de algún tipo. Cuando se crean nuevos productos y modelos, se establecen dimensiones para sus componentes y normas de pureza para los materiales de que están hechos. Estas especificaciones se designan como centro y “objetivo”, y se permiten desviaciones respecto a dicho centro dentro de límites preestablecidos. Como este enfoque de la conformidad equipara la buena calidad con la actuación dentro de una banda de tolerancia, hay escaso interés en que se cumplan exactamente las especificaciones. En la mayoría de los casos se pasa por alto la dispersión de calidad dentro de los límites establecidos.

En el sector de servicios, los métodos para establecer y medir la conformidad se centran, generalmente, en precisión y puntualidad e incluyendo el recuento de errores de procesamiento, retrasos imprevistos y otros errores frecuentes.

- **Durabilidad:**

La durabilidad como forma de medir la vida útil de un producto, tiene dimensiones técnicas y económicas. Desde el punto de vista técnico, la durabilidad puede definirse como la cantidad de uso que una persona puede obtener de un producto antes de que se deteriore.

Este enfoque de durabilidad, tiene dos implicaciones importantes: Primero, sugiere que la durabilidad y la fiabilidad van muy unidas. Un producto que falla frecuentemente es probable que se deseché antes que uno más fiable; los costes de reparación serán, como consecuencia de lo dicho, cada vez más altos y cada vez se deseará más adquirir un nuevo producto de otra marca distinta, competidora de la anterior. Por ello hay empresas que tratan de dar seguridades a sus clientes ofreciéndoles garantías de por vida en sus productos. Segundo, este enfoque implica que las cifras de durabilidad deben interpretarse con gran cuidado. Que el producto “viva” más tiempo puede no ser consecuencia de mejoras técnicas o que se utilicen materiales de mayor duración. Puede que, simplemente, haya variado el entorno económico. Esta amplia dispersión sugiere que la durabilidad es un área muy propicia para lograr una diferenciación de calidad.

- **Disposición de servicio:**

Es la disposición de servicio, la rapidez, cortesía, competencia en el trabajo y facilidad de reparación. A los consumidores les preocupa no solo que se averíe un producto, sino también el tiempo que ha de transcurrir antes de que se pueda volver a utilizar, la puntualidad con que se realizan las visitas de servicio, el trato de personal de servicio y la frecuencia con que las visitas de servicio o las reparaciones son incapaces de resolver los problemas pendientes. En aquellos casos en que los problemas no se resuelvan de forma inmediata y se presenten quejas, el procedimiento instaurado en la empresa para ocuparse de tales quejas es probablemente que afecte a la opinión del cliente sobre la calidad del producto y del servicio.

Algunas de estas variables reflejan diferentes apreciaciones personales de lo que es un servicio aceptable. Otras pueden medirse con bastante objetividad. La capacidad de respuesta se mide, típicamente, por el tiempo medio desde que se recibe el aviso hasta que se hace la reparación, en tanto que la competencia técnica va en relación inversa al número de visitas necesarias para solventar un problema en específico. Como muchos consumidores equiparan una rápida reparación y un tiempo muerto reducido a una calidad superior, esos elementos de la disposición del servicio están menos sujetos a interpretación personal que otros relacionados con la evaluación de la cortesía o la actitud profesional.

Los clientes pueden seguir insatisfechos incluso después de haberse realizado la reparación. La forma de atender estas quejas es importante para la fama de la empresa en la calidad y servicio. Incluso los beneficios de la empresa pueden verse afectados.

- **Estética:**

La estética (el aspecto, tacto, sonido, sabor y olor de un producto) es, evidentemente un tema de valoración personal que refleja las preferencias de un determinado individuo. Pese a ello, parecen existir ciertas normas de general aceptación cuando los consumidores realizan una clasificación de productos basándose en su sabor.

La dimensión estética difiere de los criterios subjetivos correspondiente a “prestaciones” en que las opciones estéticas no son casi universales. En esta dimensión de calidad es imposible complacer a todos

- **Calidad percibida:**

Los consumidores no siempre tienen información completa sobre los atributos de un determinado producto o servicio. Su única base para comparar dos marcas puede ser algún tipo de medición indirecta. La buena fama es el componente primario de la calidad percibida. Su fuerza proviene de una analogía irrazonable: que la fuerza de los productos de hoy es similar a los productos de ayer; o que la calidad de una nueva línea de productos es similar a la de los productos ya conocidos de la misma empresa.<sup>45</sup>

### **1.15.3. Competir en calidad**

Una empresa no necesita acometer las ocho dimensiones de la calidad al mismo tiempo. Resulta poco menos que imposible, a no ser que pretenda cobrar precios irrazonables por sus productos. Puede existir, también, limitaciones de tipo tecnológico. En algunos casos, hay productos o servicios que sólo pueden mejorarse en una dimensión de la calidad si otra dimensión empeora.

---

<sup>45</sup>Ibid.

#### **1.15.4. Errores estratégicos**

El primero, error es iniciar una confrontación directa con el líder del sector. Más aún, un error bastante común es añadir dimensiones de calidad que no tienen importancia para los consumidores, un estudio de mercado mal realizado puede inducir a añadir peculiaridades de calidad que nadie quiere. Otro error bastante extendido es continuar aplicando inadecuadas mediciones de calidad cuando el entorno ha cambiado las mediciones de la calidad pueden resultar inadecuadas de manera menos clara. Algunas son demasiado limitadas; no incluyen aspectos que son para el éxito ante los competidores. La persistencia en este tipo de errores es difícil de determinar, los gerentes deben dejar de pensar en la calidad como un pequeño esfuerzo que deben realizar para controlar el proceso de producción. Tienen que comenzar a pensar con mayor seriedad en las necesidades y las preferencias de los consumidores. La calidad no solamente es un problema que hay que resolver, es una oportunidad para competir.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Competir en las ocho dimensiones de la calidad, Harvard-Deusto Business Review, 2º trimestre, 1988

## **CAPITULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LA CONFIANZA QUE TIENEN LOS USUARIOS RESPECTO A LA GARANTÍA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR**

Este capítulo aborda el desarrollo de la metodología de la investigación, la cual, contiene los procedimientos que se llevaron a cabo para establecer un diagnóstico sobre percepción de los usuarios de los servicios de mantenimiento de equipos informáticos que permita generar confianza en los usuarios y el posicionamiento en las micro y pequeñas empresas del municipio de San Salvador.

### **2.1. Objetivos**

#### **2.1.1. General**

Elaborar un diagnóstico sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la garantía en la calidad de los servicios de mantenimiento de equipos informáticos.

#### **2.1.2. Específicos**

- Recopilar información a través de los instrumentos de investigación con el fin de analizar los resultados obtenidos en la zona de estudio.
- Analizar la información obtenida de los usuarios con el fin de conocer como las micro y pequeñas empresas ofrecen los servicios de mantenimiento informático.
- Proponer una estrategia para garantizar la calidad que permita a las micro y pequeña empresa generar confianza en los usuarios del servicio de mantenimiento de equipo informático y lograr su posicionamiento en el mercado.

## **2.2. Importancia de la investigación**

Los datos que se obtengan a partir del diagnóstico permitirán obtener información sobre la forma en la cual los usuarios perciben los servicios y como las empresas o negocios los brindan; contribuyendo así a identificar los elementos esenciales para garantizar la calidad en los servicio generando con ello confianza en los usuarios y posicionamiento para las empresas.

## **2.3. Metodología de la investigación**

### **2.3.1. Método**

Para llevar a cabo la investigación se utilizó el método deductivo el cual razona desde lo general a lo particular, lo que permitió analizar las características que poseen tanto los usuarios que demandan servicios de mantenimiento de hardware y software así como las micro y pequeñas empresas que brindan estos servicios lo que contribuirá a la elaboración de una propuesta enfocada en la garantía de la calidad de los servicios.

### **2.3.2. Tipo de investigación**

El tipo de estudio que se utilizo es descriptivo, bibliográfico y de campo.

- **Investigación Descriptiva**

La investigación se centró en la manera que las Micro y Pequeñas Empresas brindan los servicios de mantenimiento de hardware y software a los usuarios así como los factores que son claves para la decisión de los usuarios al elegir la empresa que le brindará los servicios, con la finalidad que la información obtenida contribuya a la elaboración de una estrategia que genere la confianza de los usuarios.

- **Investigación Bibliográfica**

Esta investigación se realizó con el propósito de obtener aspectos teóricos y conceptuales. Las fuentes utilizadas son: Libros de texto, trabajos de graduación, Ley de Protección al Consumidor, casos de estudio, artículos especializados sobre informática y toda la información que servirá de soporte para la realización de la propuesta

- **Investigación de Campo**

Se llevó a cabo en el Distrito 2 del Municipio de San Salvador<sup>47</sup> a través de un instrumento de recolección de datos, con el cual se obtuvo la información necesaria para el análisis de la problemática en estudio y de esta manera la elaboración de una propuesta enfocada en la garantía de la calidad de los servicios que contribuya a generar confianza a los clientes que demandan los servicios de mantenimiento de equipo informático.

### 2.3.3. Fuentes de información

Para realizar la investigación se utilizaron las siguientes fuentes de información:

**Primaria:** Se realizó mediante la investigación de campo, a través del uso de encuestas dirigidas a los usuarios que demandan los servicios de mantenimiento de equipo informático y micro y pequeñas empresas que ofrecen dichos servicios en el Municipio de San Salvador.

**Secundaria:** Se obtuvo a través de material bibliográfico relacionado con el tema como: libros relacionados con la calidad del servicio, internet, trabajos de graduación, casos de estudio relacionados a la garantía e informática.

### 2.3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó para el desarrollo de la investigación en el proceso de recopilación de información es:

- **La encuesta:** Esta técnica consiste en consultar a una serie de Micro y Pequeñas Empresas y usuarios con el objetivo de conocer la opinión que éstas tienen con respecto al objeto en estudio. Con la finalidad de llevar a cabo la investigación se formularon cuestionarios<sup>48</sup> con preguntas, cerradas y de opción múltiple a fin de conocer las expectativas de los usuarios

---

47 Comprende la colonia Libertad, Flor Blanca, Miralvalle, Satélite, y parte de la 75 Av. Norte. Según [www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.asp](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp)(Ver Anexo 3)

48 (Ver anexo 4 y 5)

## 2.4. Determinación del universo y muestra

### 2.4.1. Universo

Para el desarrollo de la investigación se establecieron dos grupos en el Distrito 2 del Municipio de San Salvador conformados de la siguiente forma: El primero está dirigido a los encargados de las Micro y Pequeñas Empresas que ofrecen servicios de mantenimiento de hardware y software<sup>49</sup>, que en total suman 132; el segundo grupo fue dirigido a los habitantes del Distrito 2 del Municipio de San Salvador con un total de 110,475 habitantes<sup>50</sup>.

### 2.4.2. Muestra

Para las Micro y Pequeñas empresas se utilizó el muestreo no probabilístico por cuotas, ya que este depende en cierta medida del juicio del entrevistador<sup>51</sup> siguiente forma: de las 132 micro y pequeñas empresas se tomará un 15%, obteniendo **20 establecimientos a encuestar en el Distrito 2 del Municipio de San Salvador**<sup>52</sup>. Para el segundo grupo se utilizó el tipo de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas debido a que se conoce la población. El universo estimado es de 110,475 residentes del Distrito 2 del municipio de San Salvador para efectos de la investigación se utilizó el indicador A3 de computadoras por cada 100 habitantes<sup>53</sup>obteniendo así 10,661 habitantes que poseen computadoras, para lo cual se estimó la muestra mediante la siguiente fórmula:

---

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95%; Z= 1.96

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

E= Error (0.07)

N= Universo (10,661, habitantes que poseen computadoras)

---

Para fines de la investigación

**El tamaño de la muestra es de 200 y constituye el número de personas encuestadas en el Distrito 2 del Municipio de San Salvador**

---

<sup>49</sup>Datos estadísticos proporcionados por la Alcaldía Municipal de San Salvador. (Ver Anexo 6)

<sup>50</sup> www.sansalvador.gob.sv; consultado 20 de Junio de 2010

<sup>51</sup>Hernández Sampieri Roberto, Metodología de la investigación, 3<sup>a</sup> ed. McGraw-Hill, 2003, México

<sup>52</sup>Nombres de Empresas encuestadas del Distrito 2 del Municipio de San Salvador, Ver Anexo 7.

<sup>53</sup>El Salvador: Indicadores Clave de la Infraestructura de las TIC y el acceso a ellas. EHPM 2005 – 2008. Dirección General de Estadísticas y Censos. DIGESTYC. (Ver anexo 7)



## 2.5. Tabulación de la información

El procesamiento de la información se obtuvo mediante la técnica utilizando el instrumento, luego se procedió a la tabulación de datos mediante programas computacionales como:

- PASW Statistics 18 (Predictive Analytics Software)
- Microsoft Word y Excel 2007
- Tablas para la captura y almacenamiento de datos
- Las preguntas relacionadas a datos de identificación de los encuestados, se representan por un gráfico que muestra los resultados obtenidos en términos porcentuales.

Una vez tabulados los datos, se determinarán que aspectos se deben incluir en la estrategia de garantía en la calidad de los servicios de mantenimiento en equipos informáticos con la finalidad de generar confianza en los usuarios de dichos servicios

A continuación se presenta el análisis e interpretación de los datos obtenidos por los usuarios de los servicios de mantenimiento de equipo informático y las empresas que ofrecen dichos servicios.

## 1. USUARIOS DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE

### I. DATOS GENERALES

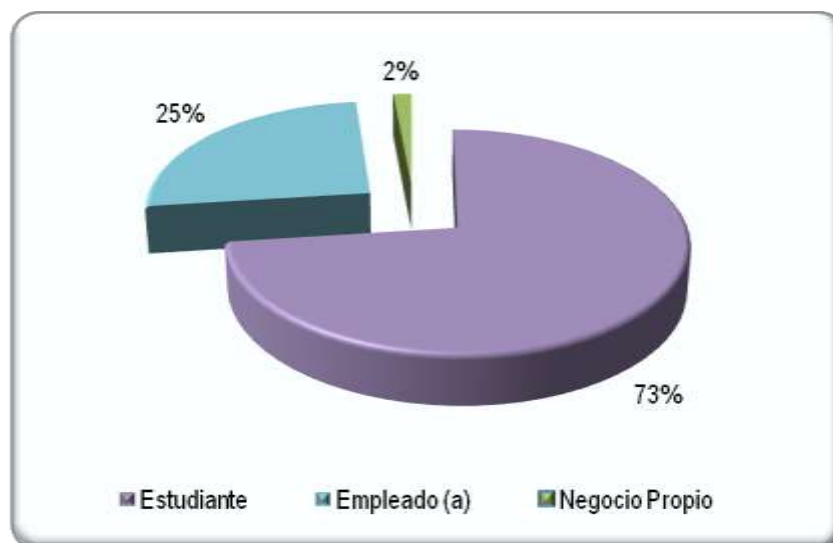
#### Profesión u oficio

**Objetivo:** Identificar la actividad a la cual se dedican los usuarios del servicio de mantenimiento de hardware y software del Distrito 2 del Municipio de San Salvador

Tabla 1

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	146	73%
Empleado (a)	51	25%
Negocio Propio	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Grafico 1



**Comentario:** La mayoría de los usuarios encuestados son estudiantes en comparación a los empleados que representan un 25%; siendo menor el número de usuarios que poseen un negocio propio, lo que conlleva a que empresas o negocios de servicios de mantenimiento de equipos informáticos puedan ampliarse dentro del mercado.

## II. EQUIPOS INFORMÁTICOS

### Pregunta 1

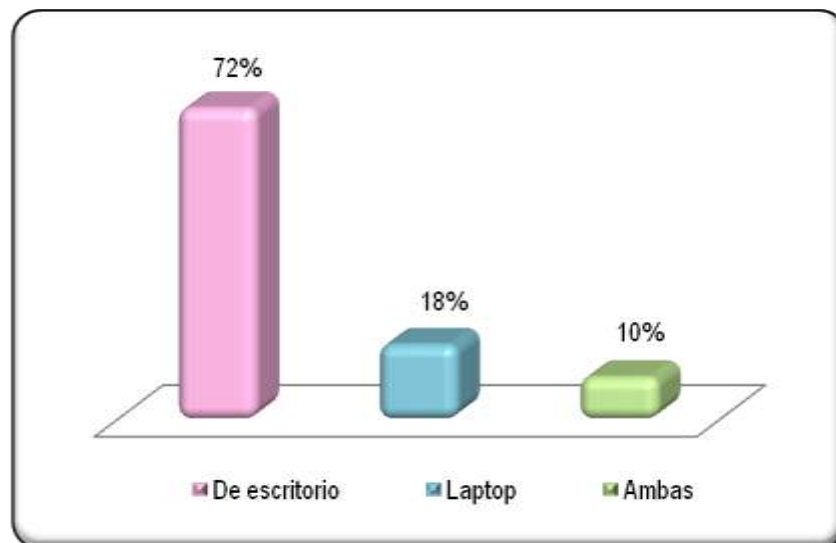
¿Qué tipo de computadora posee?

**Objetivo:** Identificar el tipo de computadora que poseen los usuarios de servicios de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 2

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De escritorio	145	72%
Laptop	35	18%
Ambas	20	10%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100,0%</b>

Grafico 2



**Comentario:** De la mayoría de los encuestados el tipo de computadora que posee es de escritorio, sin embargo es notable que un menor número de personas hacen uso de laptop ya que estas han adquirido importancia debido a la facilidad de trasladarlas a los lugares de estudio, trabajo, y otros; esto indica que las empresas o negocios pueden ofrecer servicios de mantenimiento informático a estos equipos.

## Pregunta 2

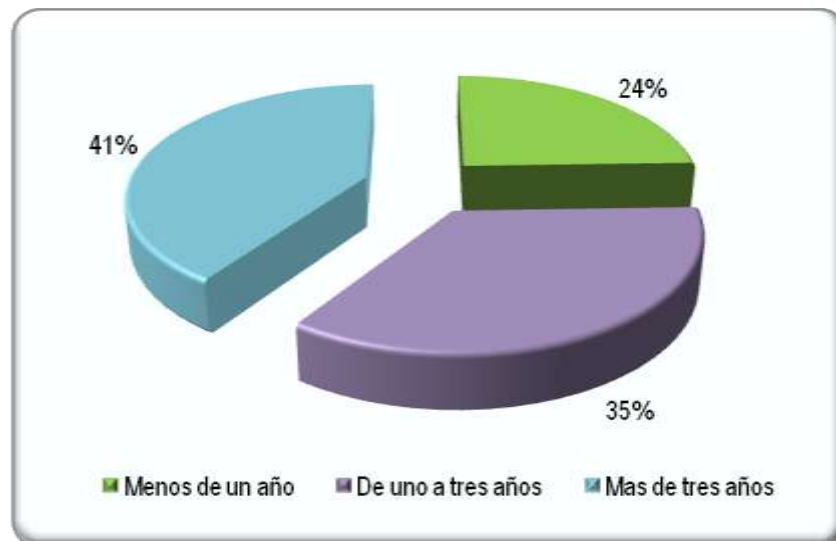
¿Hace cuánto adquirió su equipo informático?

**Objetivo:** Conocer el tiempo de adquisición de los equipos informáticos.

Tabla 3

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de un año	49	24%
De uno a tres años	70	35%
Más de tres años	81	41%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Grafico 3



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de encuestados afirman que el tiempo de adquisición de su equipo informático es más de tres años y otros opinan que el período es de uno a tres años; esto significa que a mayor tiempo de uso los equipos informáticos requerirán mantenimiento con mayor frecuencia.

### Pregunta 3

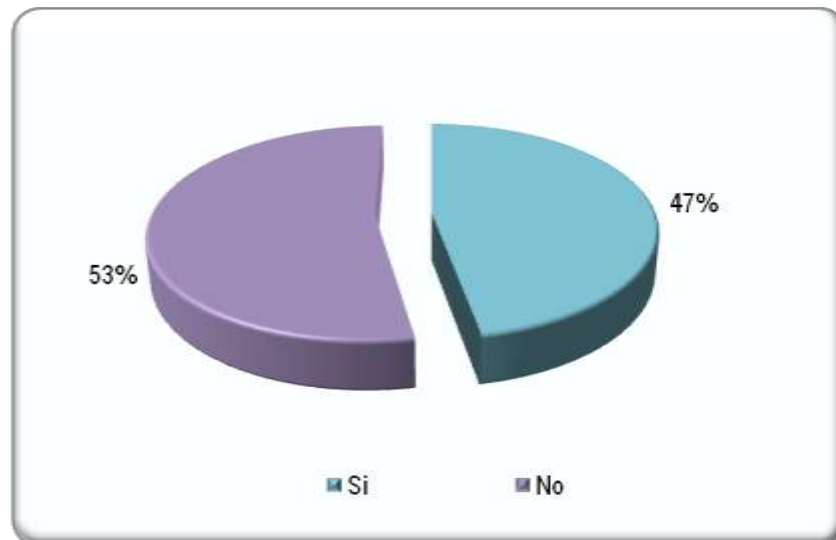
¿Es su primer equipo informático el que posee?

**Objetivo:** Conocer si el usuario posee su primer equipo informático

Tabla 4

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	94	47%
No	106	53%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4



**Comentario:** De la información obtenida la mayoría de usuarios manifestaron que no poseen su primer equipo informático debido a los constantes cambios en la tecnología, esto lleva a que las empresas o negocios empleen estrategias que contribuyan a que los usuarios opten por decidir brindarle mantenimiento a sus equipos informáticos permitiéndoles prolongar su vida útil .

#### Pregunta 4

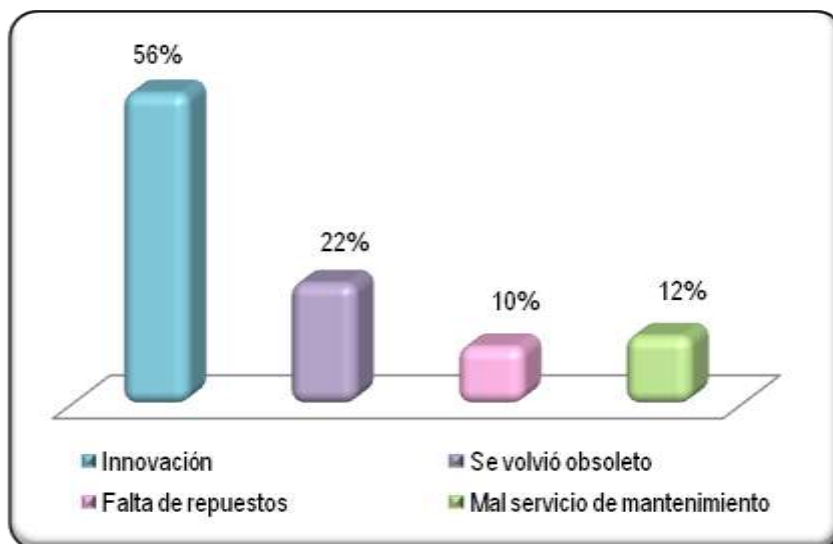
¿Cuál fue la razón por la que cambio el equipo anterior?

**Objetivo:** Determinar la razón por la cual los usuarios han cambiado de equipo informático.

Tabla 5

OPCIONES	FRECUENCIA	OPCIONES
Innovación	59	56%
Se volvió obsoleto	23	22%
Falta de repuestos	11	10%
Mal servicio de mantenimiento	13	12%
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5



**Comentario:** La principal razón por la cual los usuarios deciden cambiar sus equipos informáticos es la innovación como resultado a los constantes avances tecnológicos; cabe mencionar que otra razón es la obsolescencia de equipos informáticos.

**Nota:** La referencia de 106 personas encuestadas son las que han cambiado su equipo informático.

### Pregunta 5

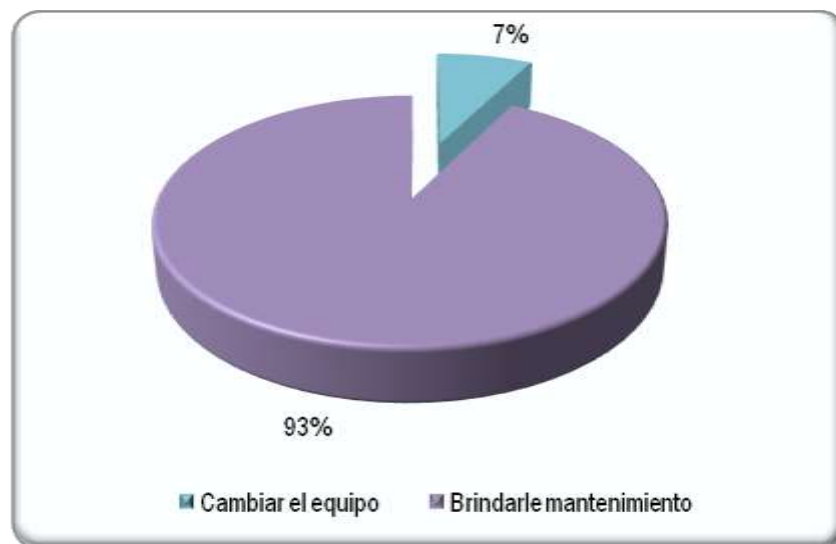
¿Qué prefiere cuando sus equipos informáticos presentan fallas?

**Objetivo:** Identificar que prefieren los usuarios cuando fallan sus equipos informáticos.

Tabla 6

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cambiar el equipo	15	7%
Brindarle mantenimiento	185	93%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 6



**Comentario:** El mayor número de personas cuando sus equipos informáticos presentan fallas deciden brindarle mantenimiento, representando está una oportunidad para las empresas o negocios que ofrecen dichos servicios; por otra parte otros usuarios manifiestan que prefieren cambiar sus equipos.

### III. SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INFORMÁTICOS

#### Pregunta 6

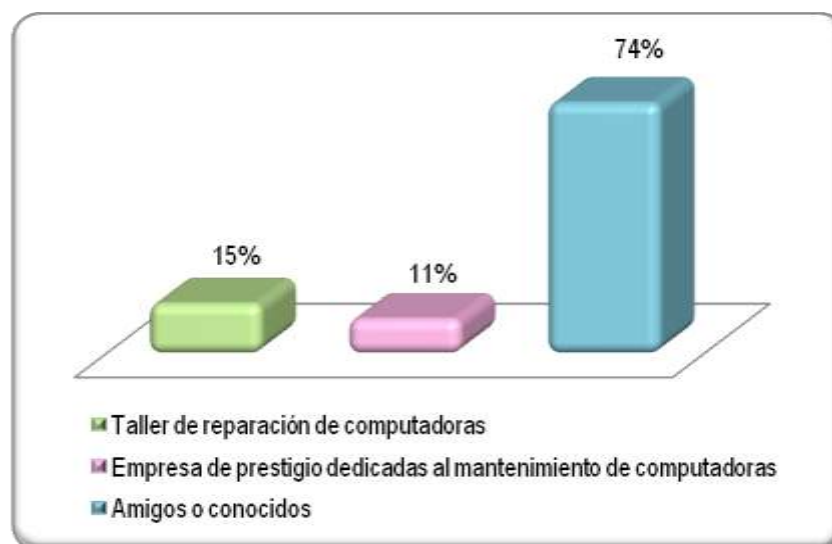
¿Qué tipo de empresa o negocio dedicado al mantenimiento de computadoras fue el último en brindarle servicios?

**Objetivo:** Conocer el tipo de empresa o negocio que prefieren los usuarios al solicitar los servicios de mantenimiento de equipos informáticos.

Tabla 7

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Taller de reparación de computadoras	30	15%
Empresa de prestigio dedicadas al mantenimiento de computadoras	21	11%
Amigos o conocidos	149	74%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 7



**Comentario:** Según los resultados obtenidos la mayor competencia para las empresas o negocios que ofrecen los servicios de mantenimiento informático son amigos o conocidos de los usuarios, lo cual representa una disminución en la demanda de los servicios, afectando el posicionamiento de éstas en el mercado.



### Pregunta 7

¿Qué criterios considera que tiene mayor influencia en su decisión al elegir la empresa o negocio que le brinde mantenimiento de hardware y software? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Determinar los criterios de mayor influencia para los usuarios al elegir la empresa o negocio que le brindara los servicios de mantenimiento de equipo informáticos.

Tabla 8

OPCIONES	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	81	40%	40	20%
Servicio al cliente	10	5%	29	14%
Garantía en el servicio	52	26%	61	30%
Formas de pago	1	1%	21	11%
Confianza en el servicio	56	28%	49	25%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8.a



Gráfico 8.b



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos los usuarios al momento de decidir la empresa que le brindara los servicios de mantenimiento de equipo informático tienen como primera prioridad el precio y la confianza; además como segunda prioridad toman en consideración la garantía, el servicio al cliente y las formas de pago; siendo estos factores importantes que deben ser tomados en cuenta por estas empresas o negocios.

**Pregunta 8**

¿Qué tipo de mantenimiento solicita con frecuencia?(Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Conocer el tipo de mantenimiento informático que solicitan con mayor frecuencia los usuarios.

Tabla 9

TIPO DE MANTENIMIENTO	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Preventivo	78	39%	51	25%
Actualización de hardware	48	24%	48	24%
Correctivo	39	19%	41	21%
Instalación de programas	35	18%	60	30%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 9.a

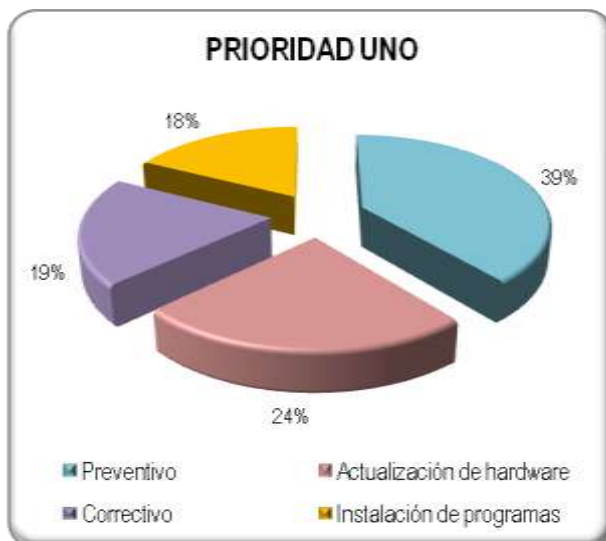


Gráfico 9 b



**Comentario:** Según los resultados obtenidos al solicitar los tipos de mantenimiento los usuarios tienen como primera prioridad el mantenimiento preventivo seguido por la actualización de hardware; otros usuarios consideran como segunda prioridad la instalación de programas y el mantenimiento correctivo.

### Pregunta 9

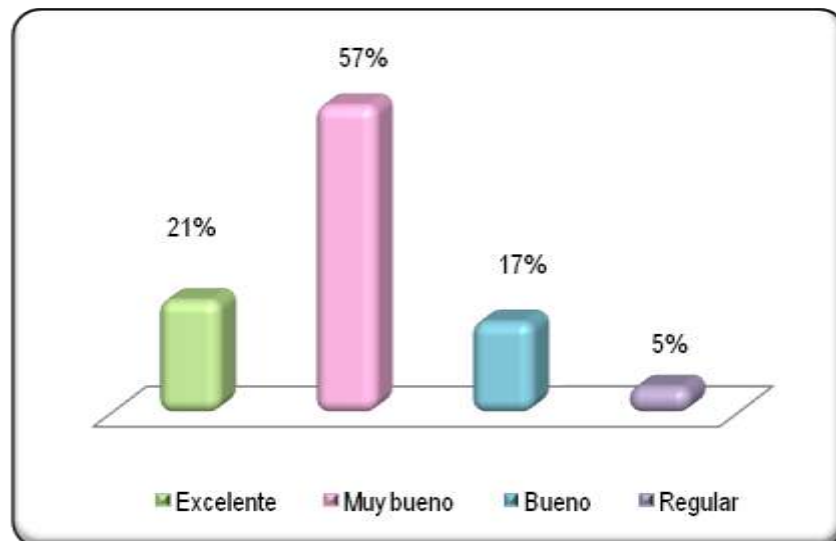
¿Cómo considera el servicio que recibió por parte de la empresa o negocio?

**Objetivo:** Analizar como consideran los usuarios el servicio de mantenimiento informático recibido por parte de la empresa o negocio

Tabla 10

FACTOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	42	21%
Muy bueno	114	57%
Bueno	34	17%
Regular	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 10



**Comentario:** De acuerdo a los resultados la mayoría de usuarios consideran que el servicio de mantenimiento de equipo informático recibido es muy bueno, otros opinan que ha sido excelente; sin embargo aunque existe una aceptación del servicio recibido se necesitan que las empresas o negocios mejoren la calidad de sus servicios de manera que se puedan superar las expectativas de los clientes.

**Pregunta 10**

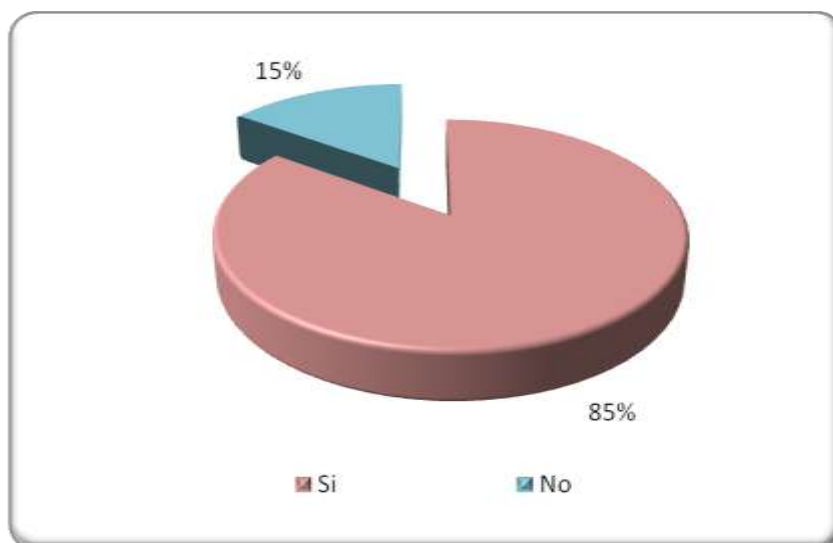
¿Recomendaría a otros la empresa o negocio que le brindo el servicio?

**Objetivo:** Saber si los usuarios recomendarían a otros la empresa o negocio que le brindó el servicio de mantenimiento de hardware y software.

Tabla 11

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	170	85%
No	30	15%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 11



**Comentario:** Del total de los usuarios encuestados la mayor parte recomendaría la empresa o negocio que le brindó el servicio de mantenimiento, representando beneficios para estas; no obstante existen un número menor de usuarios que no recomendarían la empresa; por ello estás deben elaborar estrategias para lograr la satisfacción de los clientes y por ende el posicionamiento en el mercado.

### Pregunta 11

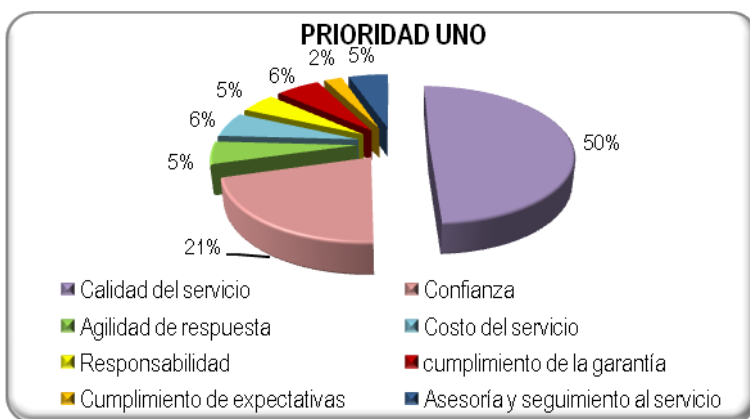
¿Cuáles han sido las razones por las cuales está conforme con el servicio recibido? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Identificar las razones por las cuales está conforme con el servicio recibido

Tabla 12

OPCIONES	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad del servicio	84	50%	24	14%
Confianza	36	21%	41	24%
Agilidad de respuesta	9	5%	25	15%
Costo del servicio	10	6%	31	18%
Responsabilidad	8	5%	16	10%
Cumplimiento de la garantía	10	6%	14	8%
Cumplimiento de expectativas	4	2%	12	7%
Asesoría y seguimiento al servicio	9	5%	7	4%
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

Gráfico 12 a



**Comentario:** Las razones por las cuales los usuarios están conforme con el servicio recibido como primera prioridad es la calidad y la asesoría y seguimiento al servicio, otros consideran como segunda prioridad la confianza y el costo ; factores que las empresas o negocios deben potenciar para lograr fidelizar sus clientes.

Gráfico 12 b



**Nota:** La referencia de 170 usuarios encuestados son los que recomiendan la empresa o negocio que les brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático

#### IV. TIEMPO DE ENTREGA

##### Pregunta 12

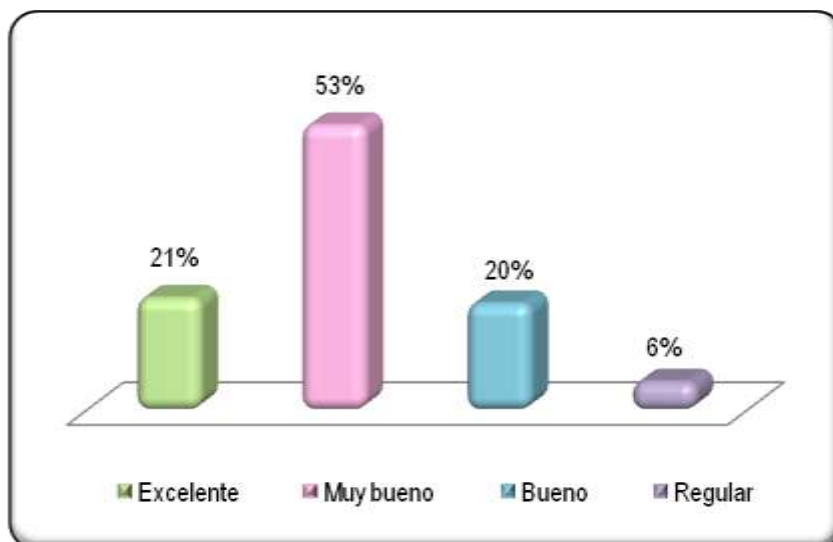
¿Cómo considera el tiempo de entrega del equipo informático por parte de la empresa o negocio?

**Objetivo:** Conocer como considera el usuario el tiempo de entrega del equipo informático.

Tabla 13

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	42	21%
Muy bueno	107	53%
Bueno	40	20%
Regular	11	6%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 13



**Comentario:** La mayoría de los usuarios encuestados consideran el tiempo de entrega muy bueno, un menor número de usuarios opinan que es excelente lo que contribuye a la satisfacción de los clientes; sin embargo las empresas deben enfatizar en satisfacer las expectativas de sus clientes debido que estos son cada vez más exigentes al decidir a quienes les solicitaran los servicios.

## V. COSTO DEL SERVICIO

### Pregunta 13

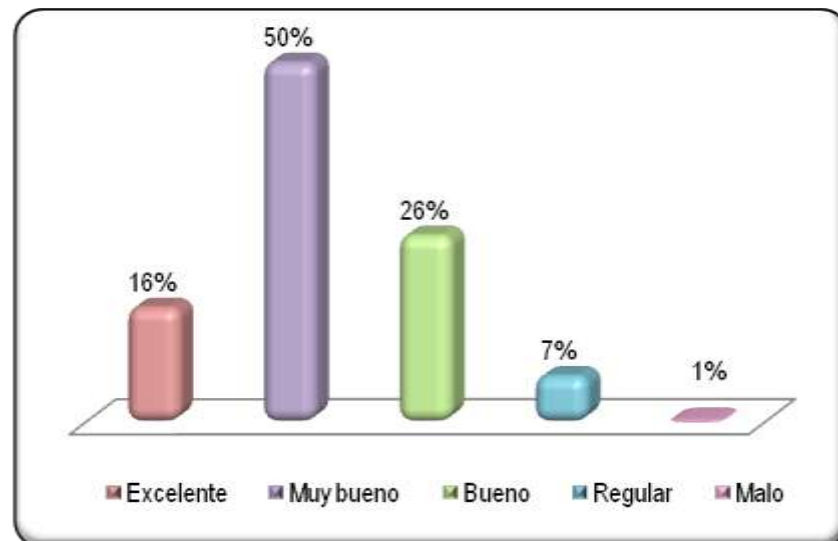
¿Cómo considera el costo del servicio de mantenimiento que recibió por parte de la empresa o negocio?

**Objetivo:** Conocer la opinión del usuario respecto al costo del servicio recibido

Tabla 14

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	34	16%
Muy bueno	100	50%
Bueno	52	26%
Regular	13	7%
Malo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 14



**Comentario:** Según la información obtenida la mayoría de los usuarios consideran el costo del servicio muy bueno, siendo un menor número los que opinan que es bueno; sin embargo es necesario que las empresas o negocios garanticen la calidad de sus servicios ya que existen usuarios dispuestos a pagar por un buen servicio.

## VI. GARANTÍA DEL SERVICIO

### Pregunta 14

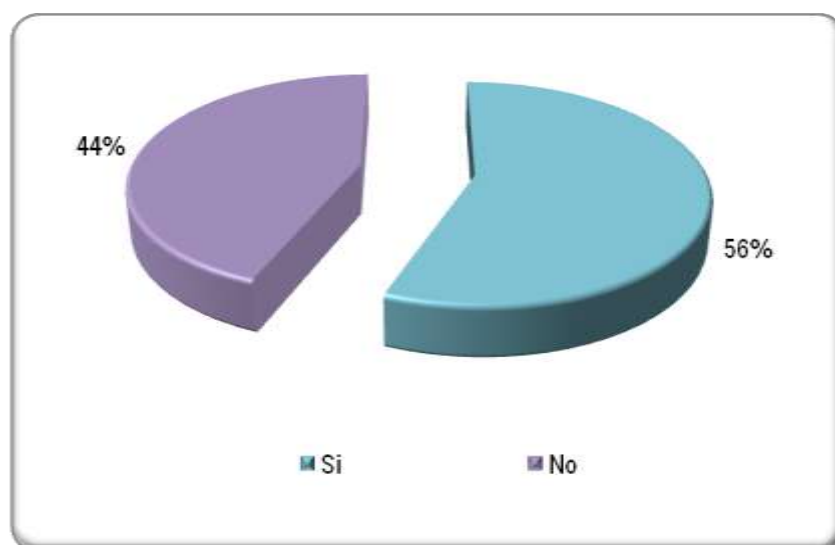
¿Ha recibido garantía por parte de la empresa o negocio al solicitar los servicios de mantenimiento?

**Objetivo:** Conocer si el usuario a recibido garantía por parte de la empresa o negocio.

Tabla 15

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	112	56%
No	88	44%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 15



**Comentario:** Del total de los usuarios encuestados más de la mitad manifiesta haber recibido garantía por parte de la empresa o negocio al cual solicitó los servicios de mantenimiento; por otra parte un número significativo de usuarios opina no haber recibido ninguna garantía, siendo necesario que las empresas o negocios ofrezcan una garantía enfocada a la calidad del servicio generando así beneficios tanto a usuarios como a empresas.



**Pregunta 15**

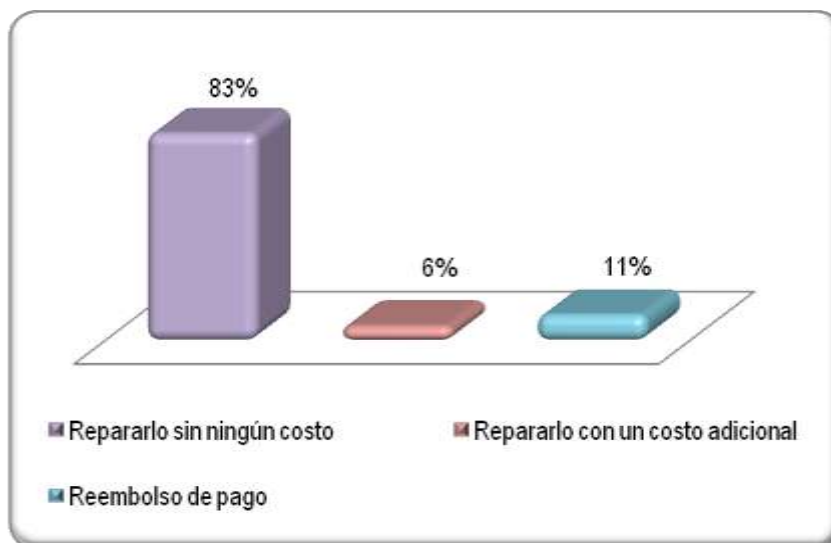
¿Qué tipo de garantía le brindó la empresa o negocio en caso de fallos en el servicio?

**Objetivo:** Conocer el tipo de garantía se le proporcionó al usuario en caso de fallos en el servicio.

Tabla 16

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Repararlo sin ningún costo	93	83%
Repararlo con un costo adicional	7	6%
Reembolso de pago	12	11%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Gráfico 16



**Comentario:** Según la información obtenida la mayoría de usuarios manifestaron que el tipo de garantía que le brindó la empresa o negocio es reparar el equipo sin ningún costo, y un menor número afirmó recibir una garantía de reembolso del pago por el mal servicio; cabe mencionar que las empresas o negocios deben ser responsables en cumplir dicha garantía.

**Nota:** La referencia de 112 usuarios encuestados son las que han recibido garantía

**Pregunta 16**

¿Cómo considera la garantía ofrecida por la empresa o negocio que brinda servicios de mantenimiento?

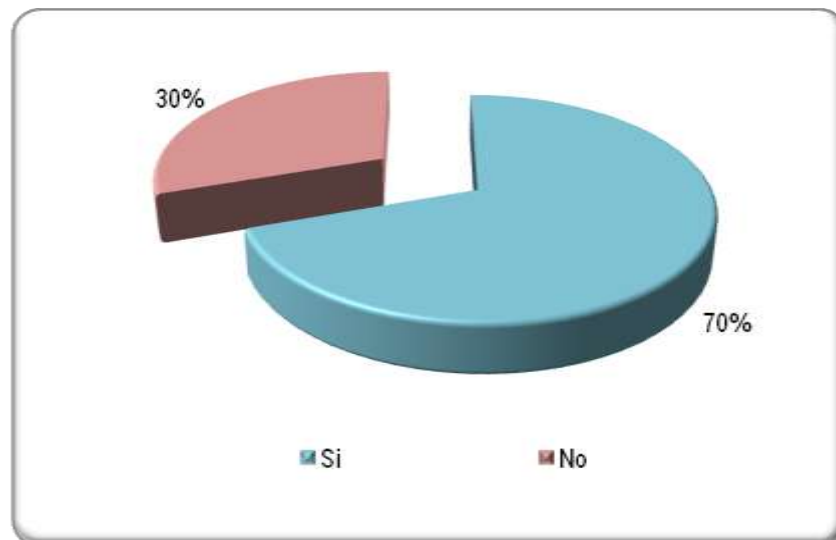
**a. Se le otorga sin excepción**

**Objetivo:** Conocer si la garantía fue otorgada sin excepción al usuario

Tabla 17

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	78	70%
No	34	30%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Gráfico 17



**Comentario:** De acuerdo a la información obtenida la mayoría de usuarios manifestó que la garantía se le otorga sin excepción; otros usuarios manifiestan lo contrario, son estas empresas o negocios las que requieren el diseño de una estrategia que permita generar confianza en los usuarios

**Nota:** La referencia de 112 usuarios encuestados son las que han recibido garantía

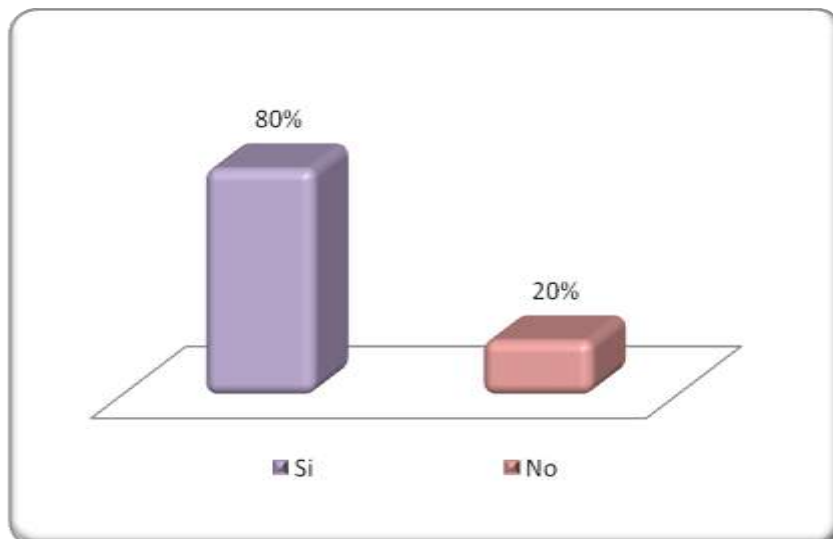
**b. Se le da a conocer desde un inicio**

**Objetivo:** Conocer si la garantía se da conocer desde un inicio al usuario.

Tabla 18

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	90	80%
No	22	20%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Gráfico 18



**Comentario:** El mayor número de usuarios manifiesta que la garantía ofrecida por la empresa o negocio se les da a conocer desde un inicio generando así confianza en los usuarios sobre el servicio; no obstante existen usuarios que consideran lo contrario, motivo por el cual se pone en duda la garantía ofrecida.

**Nota:** La referencia de 112 usuarios encuestados son las que han recibido garantía

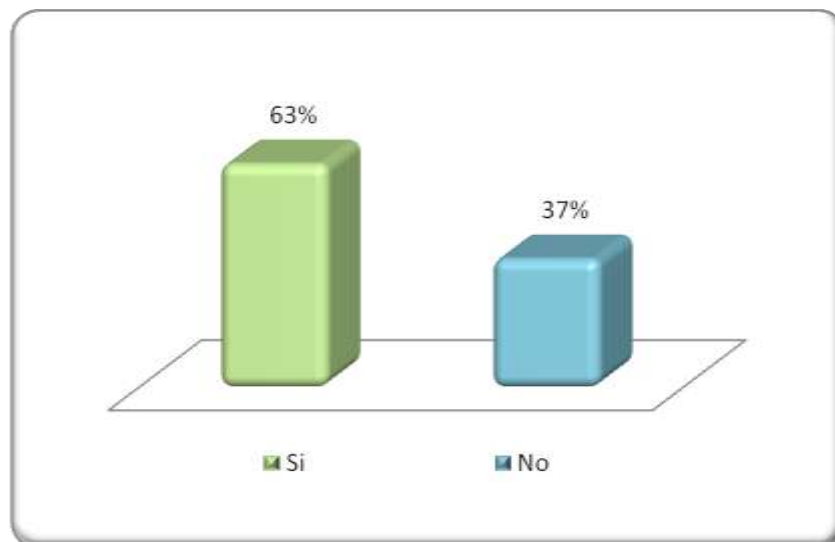
### c. Es fácil y rápida de cobrar

**Objetivo:** Conocer si la garantía es fácil y rápida de cobrar por el usuario.

Tabla 19

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	71	63%
No	41	37%
<b>TOTAL</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

Gráfico 19



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos existe un número significativo de usuarios que opinan que la garantía obtenida fue fácil y rápida de cobrar, lo cual permite conocer la responsabilidad de las empresas al otorgarla; pero también se presenta un menor número de usuarios que manifestó lo contrario demostrando la empresa poca disponibilidad para satisfacer a los clientes.

**Nota:** La referencia de 112 usuarios encuestados son las que han recibido garantía

## VII. CALIDAD DEL SERVICIO

### Pregunta 17

¿Al momento de solicitar servicios de mantenimiento que criterios considera de importancia? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Identificar los criterios importantes para el usuario al momento de solicitar los servicios de mantenimiento informático.

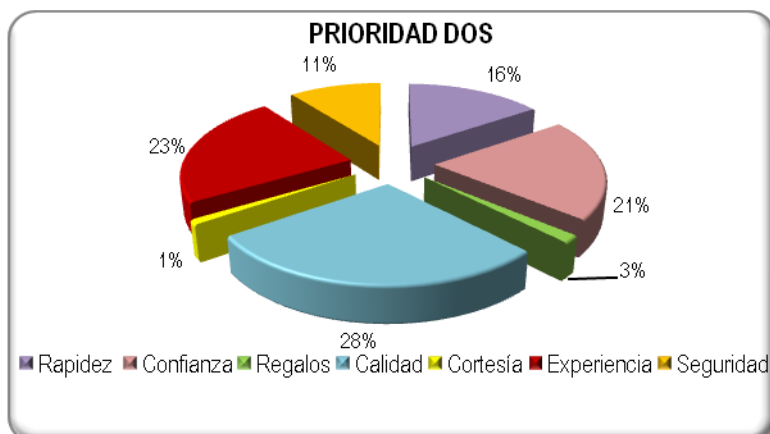
Tabla 20

OPCIONES	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rapidez	62	31%	31	15%
Confianza	52	26%	41	20%
Regalos	2	1%	3	2%
Calidad	42	21%	56	28%
Cortesía	2	1%	2	1%
Experiencia	25	12%	46	23%
Seguridad	15	8%	21	11%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 20 a



Gráfico 20



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos los usuarios al solicitar, los servicios de mantenimiento manifiestan como primera prioridad la rapidez y la confianza; y como segunda prioridad la calidad, experiencia y la seguridad; por ello las empresas o negocios deben enfatizar en estos factores para superar las expectativas de los clientes.

## VIII. RETROALIMENTACIÓN EN EL SERVICIO

### Pregunta 18

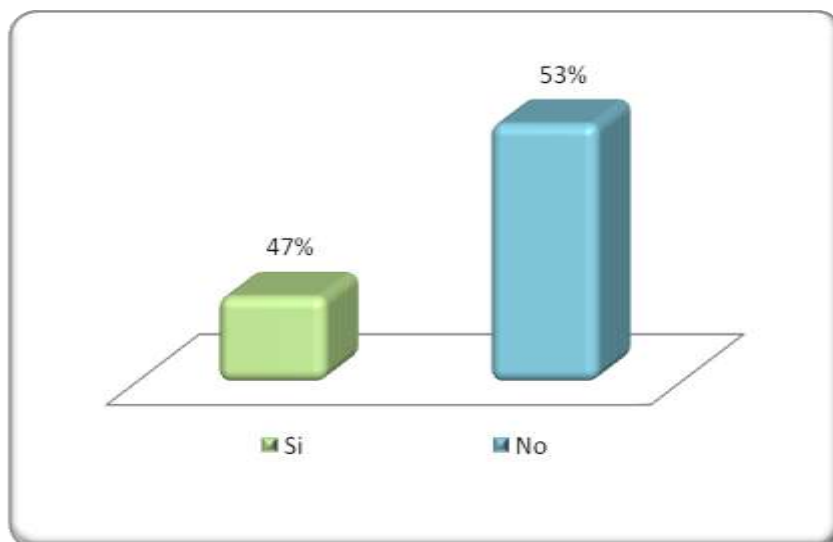
¿Ha recibido seguimiento del servicio por parte de la empresa o negocio?

**Objetivo:** Determinar si el usuario ha recibido seguimiento por el servicio.

Tabla 21

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	94	47%
No	106	53%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 21



**Comentario:** Del total de usuarios encuestados existe un número significativo que manifiesta no haber recibido seguimiento por parte de la empresa o negocio provocando insatisfacción en los clientes; y a la vez que las empresas no logren fidelización de sus clientes y el posicionamiento en el mercado.

**Pregunta 19**

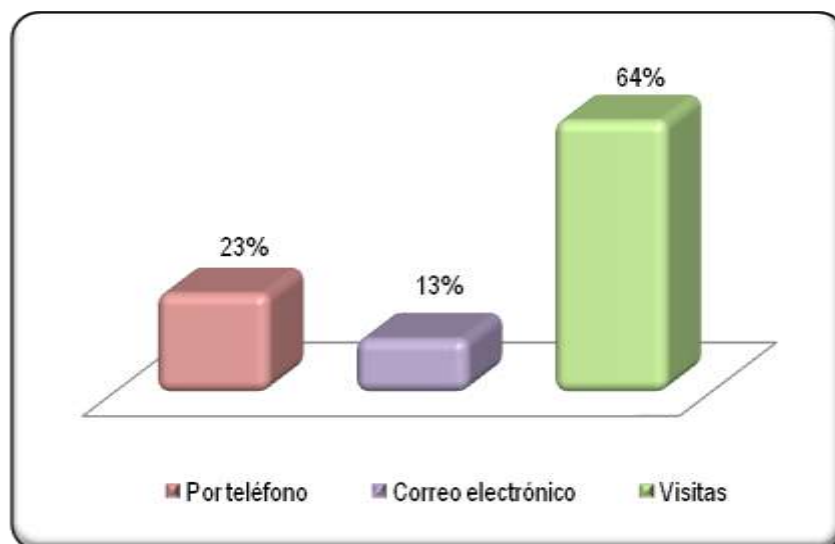
¿Cómo le brindaron el seguimiento?

**Objetivo:** Conocer como la empresa o negocio brinda el seguimiento por el servicio.

Tabla 22

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por teléfono	22	23%
Correo electrónico	12	13%
Visitas	60	64%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

Gráfico 22



**Comentario:** Del total de usuarios que manifestaron haber recibido seguimiento por parte de las empresas o negocios existe un mayor número que afirmaron recibirlo por medio de visitas, siendo este el medio más adecuado ya que permite establecer un vínculo directo con los clientes logrando así que este se identifique con la empresa.

**Nota:** La referencia de 94 usuarios encuestados hace referencia a las personas que reciben seguimiento.

**Pregunta 20**

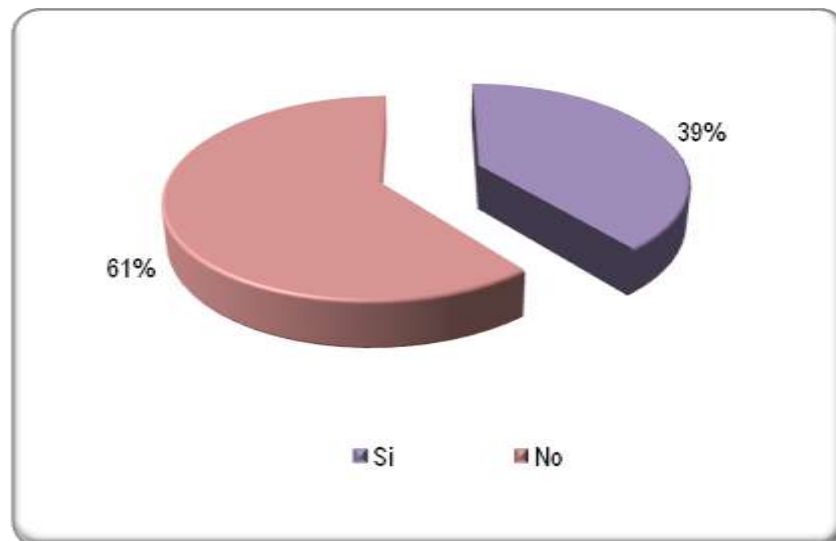
¿Alguna vez ha hecho algún reclamo por el servicio recibido?

**Objetivo:** Conocer si el usuario ha realizado algún reclamo por el servicio.

Tabla 23

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	39%
No	121	61%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 23



**Comentario:** Los usuarios encuestados manifestaron en su mayoría no haber realizado ningún reclamo por el servicio recibido esto indica que las empresas brindan servicios adecuados a sus clientes, sin embargo existe un número considerable que ha realizado reclamos permitiendo a las empresas que anteponen el satisfacer las expectativas de los clientes evaluar de manera interna los puntos débiles de ésta.



**Pregunta 21**

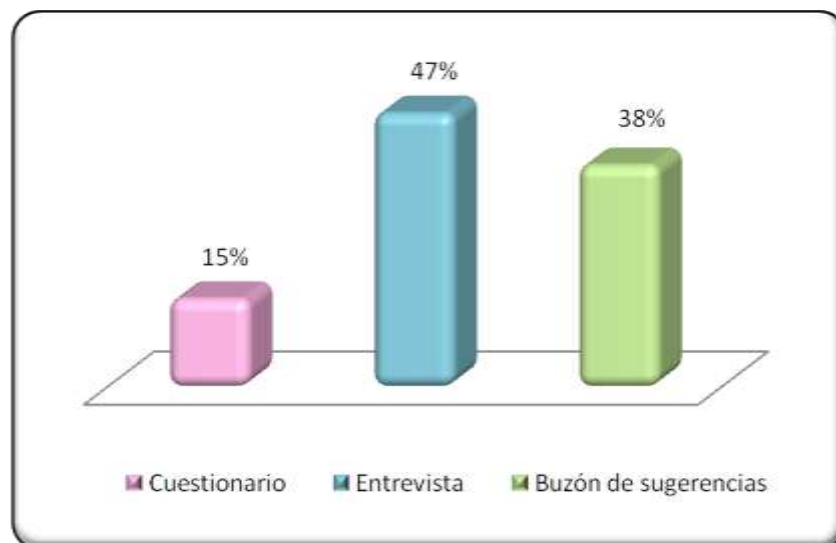
¿Cuáles herramientas utiliza la empresa o negocio para que exprese sus reclamos acerca del servicio prestado?

**Objetivo:** Identificar que herramientas utiliza la empresa o negocio para que los usuarios expresen sus reclamos.

Tabla 24

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuestionario	12	15%
Entrevista	37	47%
Buzón de sugerencias	30	38%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Gráfico 24



**Comentario:** La mayoría de usuarios realizan reclamos por medio de la entrevista a las empresas o negocios que proporcionan servicios de mantenimiento informático permitiendo a estas obtener información de forma directa de los clientes.

**Nota:** La referencia de 79 usuarios encuestados son las personas que han realizado reclamos por el servicio recibido.

**Pregunta 22**

¿Cómo considera que fue tomado su reclamo por parte de la empresa o negocio que le brindo el servicio de mantenimiento?

**Objetivo:** Conocer como fue tomado el reclamo por parte de la empresa o negocio que le brindo el servicio de mantenimiento informático.

Tabla 25

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con mucha importancia	41	52%
Poca importancia	32	40%
Sin importancia	6	8%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Gráfico 25



**Comentario:** Según lo manifestado por los usuarios en su mayoría opinan que el reclamo hecho a la empresa o negocio fue tomado con mucha importancia significando que la empresa toma en consideración las manifestaciones de inconformidad que sus clientes realizan, contribuyendo de esa manera a superar los puntos en los cuales se está fallando.

**Nota:** La referencia de 79 usuarios encuestados son las personas que han realizado reclamos por el servicio recibido.

**Pregunta 23**

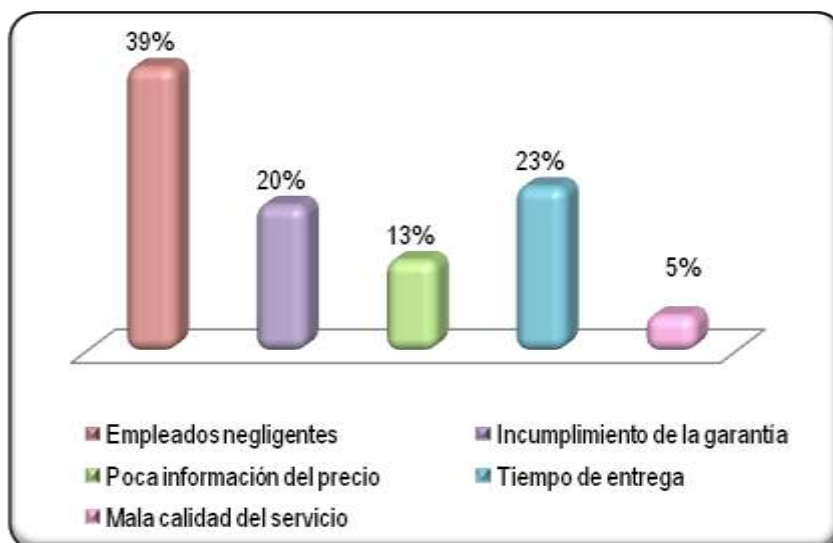
¿Cuáles han sido las razones por las cuales realizó el reclamo del servicio recibido?

**Objetivo:** Identificar las razones por las cuales el usuario realizó el reclamo.

Tabla 26

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleados negligentes	31	39%
Incumplimiento de la garantía	16	20%
Poca información del precio	10	13%
Tiempo de entrega	18	23%
Mala calidad del servicio	4	5%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Gráfico 26



**Comentario:** La mayoría de usuarios que ha realizado reclamos por el servicio recibido es por causa de empleados negligentes y tiempo de entrega; cabe mencionar que también el incumplimiento de la garantía genera molestias en los usuarios, afectando la imagen de la empresa o negocio,

**Nota:** La referencia de 79 usuarios encuestados son las personas que han realizado reclamos por el servicio recibido.

## IX. PERSONAL QUE REALIZA EL MANTENIMIENTO.

### Pregunta 24

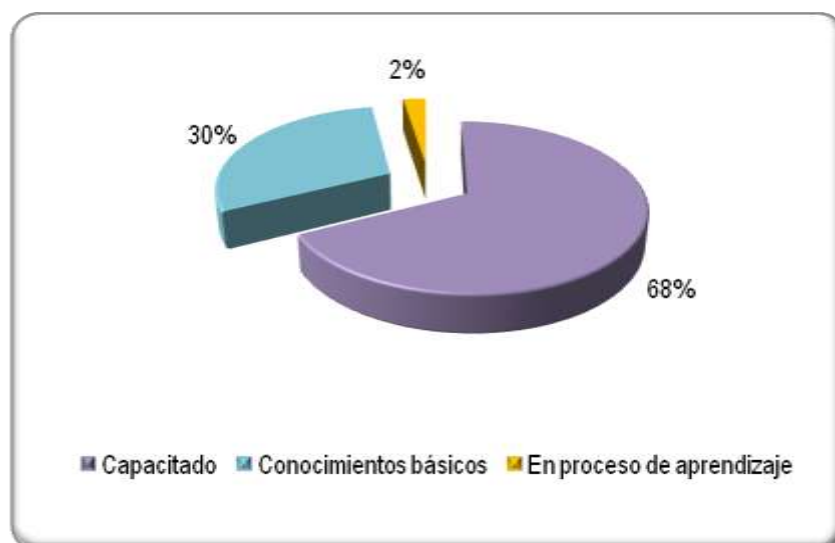
¿Cómo considera los conocimientos del personal que le brinda el servicio?

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario los conocimientos del personal que le brinda los servicios de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 27

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capacitado	135	68%
Conocimientos básicos	60	30%
En proceso de aprendizaje	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 27



**Comentario:** Según la información obtenida la mayoría de los usuarios manifiestan que el personal que le brindó el servicio está capacitado lo cual favorece a que los clientes tengan confianza en el servicio de mantenimiento recibido por las empresas o negocios, sin embargo existe un número considerable de usuarios que manifiestan que el personal posee solamente los conocimientos básicos siendo necesario que las empresas enfatizen en la capacitación y selección de sus empleados.

## X. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

### Pregunta 25

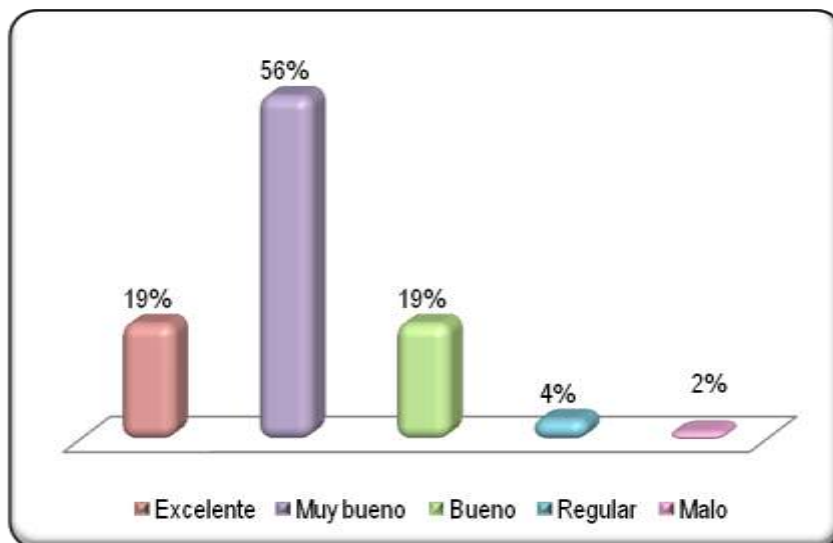
¿Cómo considera el acceso a las instalaciones de la empresa o negocio que le brinda servicios de mantenimiento?

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario el acceso a las instalaciones de la empresa o negocio que le brinda los servicios de mantenimiento.

Tabla 28

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	39	19%
Muy bueno	112	56%
Bueno	39	19%
Regular	7	4%
Malo	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 28



**Comentario:** Según lo manifestado por los usuarios se considera que el acceso a las instalaciones de la empresa o negocio es muy bueno, factor que debe evaluarse por parte de éstas; ya que esto genera incomodidad en los usuarios, y solamente un menor número opina que es excelente.

### Pregunta 26

¿Qué opinión le merece el ambiente físico de las instalaciones de la empresa o negocio que le brinda los servicios de mantenimiento?

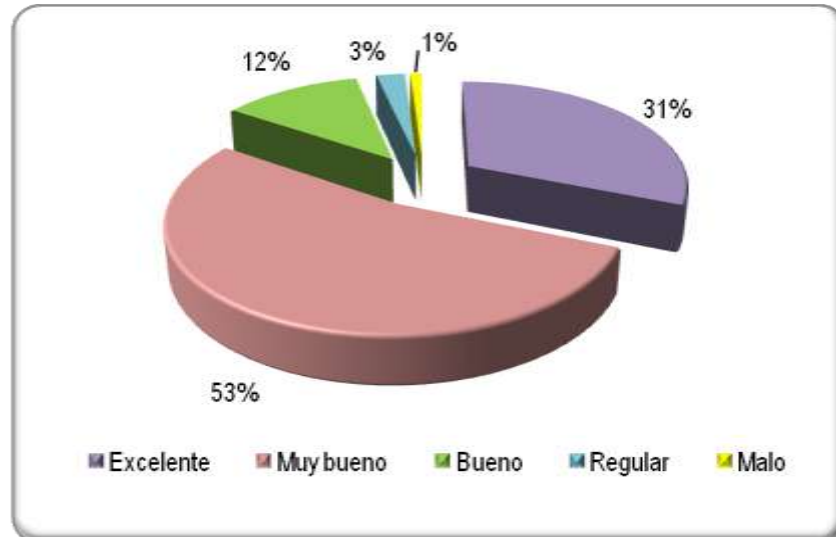
#### a. Mobiliario

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario el mobiliario y equipo de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 29

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	63	31%
Muy bueno	106	53%
Bueno	25	12%
Regular	5	3%
Malo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 29



**Comentario:** Del total de usuarios encuestados la mayoría considera que el mobiliario y equipo que la empresa posee se encuentra en condiciones muy buenas, es por ello que las empresas deben invertir para superar las expectativas del cliente.

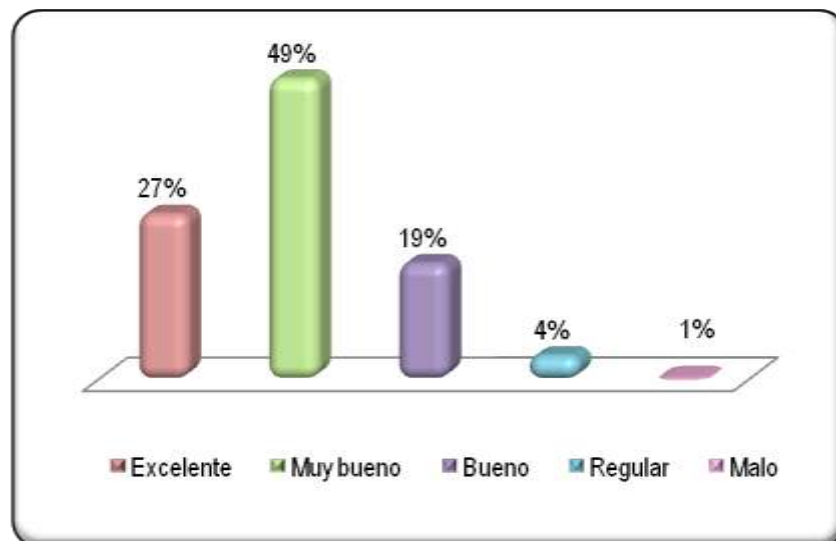
## b. Iluminación

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la iluminación de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 30

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	54	27%
Muy bueno	98	49%
Bueno	38	19%
Regular	9	4%
Malo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 30



**Comentario:** La mayoría de encuestados afirman que la iluminación en las instalaciones de las empresas o negocios que le brindan los servicios de mantenimiento de equipos informáticos es muy buena, sin embargo existe un número significativo que considera que se encuentran en excelentes condiciones por lo cual las empresas deben buscar alternativas para mejorar estas condiciones.

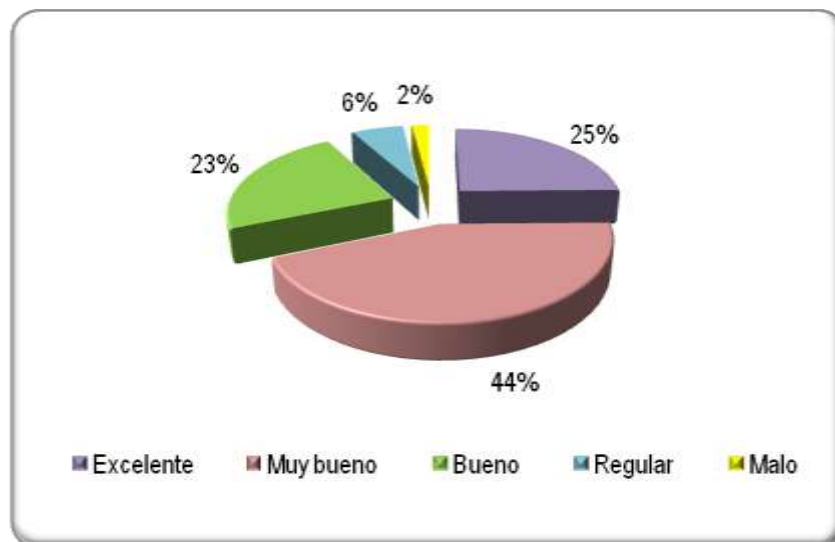
### c. Ventilación

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la ventilación de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 31

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	49	25%
Muy bueno	87	44%
Bueno	46	23%
Regular	13	6%
Malo	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 31



**Comentario:** Del total de usuarios encuestados la mayoría opina que la ventilación se encuentra en muy buenas condiciones beneficiando la empresa y generando a los usuarios un ambiente agradable, no obstante es necesario que éstos busquen mejorar la ventilación dentro de las instalaciones.



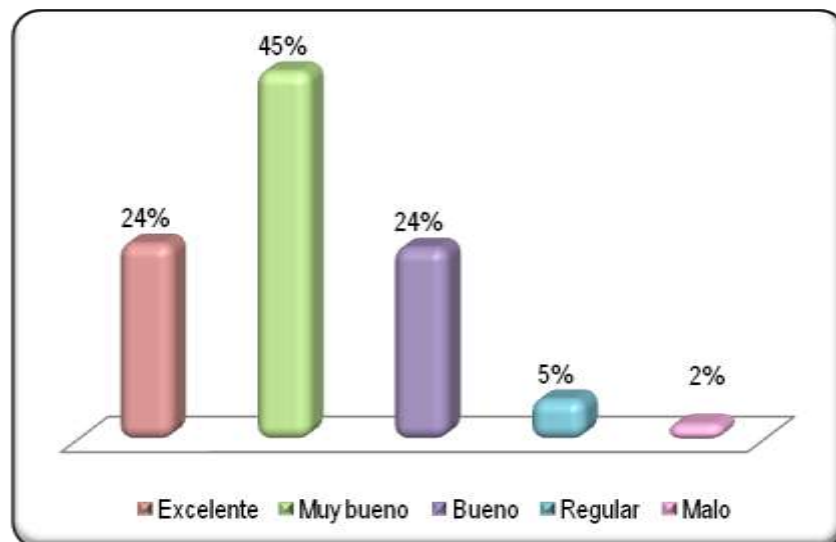
#### d. Seguridad

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la seguridad de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 32

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	48	24%
Muy bueno	91	45%
Bueno	47	24%
Regular	10	5%
Malo	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 32



**Comentario:** La mayoría de usuarios encuestados manifiestan que las condiciones de seguridad de las empresas o negocios que les proporcionan los servicios de mantenimiento informático son muy buenas, sin embargo es importante que éstas ofrezcan una completa seguridad contribuyendo así a la confianza de los usuarios.

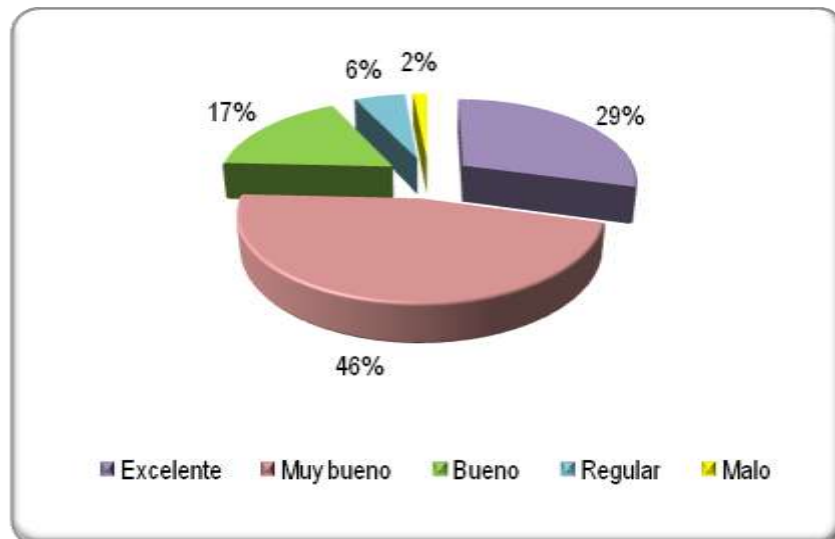
### e. Limpieza en Instalaciones

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la limpieza de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático

Tabla 33

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	58	29%
Muy bueno	93	46%
Bueno	35	17%
Regular	11	6%
Malo	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 33



**Comentario:** De acuerdo a los resultados, la mayoría de usuarios comentan que la limpieza en las instalaciones de las empresas o negocios es muy buena esto indica que éstas buscan mantener limpias sus instalaciones lo cual beneficia la imagen de la empresa.

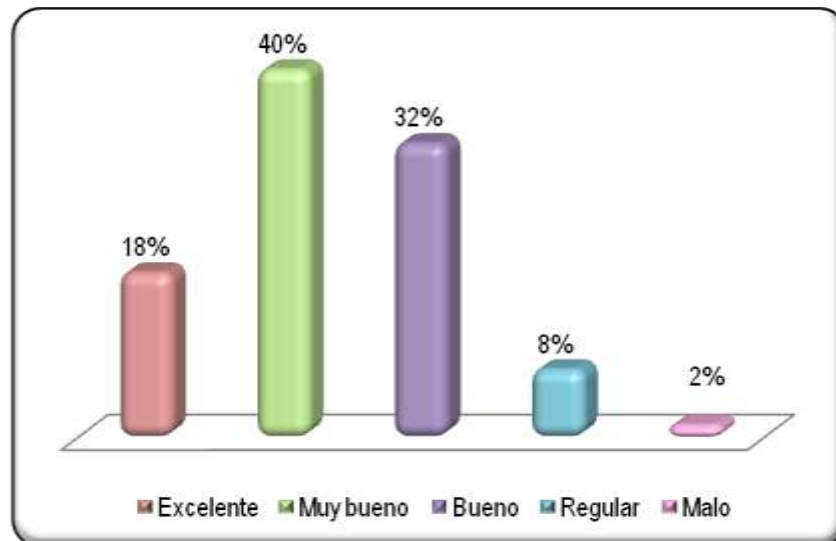
### f. Espacio Físico

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario el espacio físico de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 34

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	36	18%
Muy bueno	82	40%
Bueno	64	32%
Regular	15	8%
Malo	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 34



**Comentario:** Según lo manifestado por los usuarios en su mayoría opinan que las condiciones en el espacio físico de las empresas o negocios son muy buenas esto significa que éstas poseen capacidad física para una organización adecuada y satisfacer la demanda.

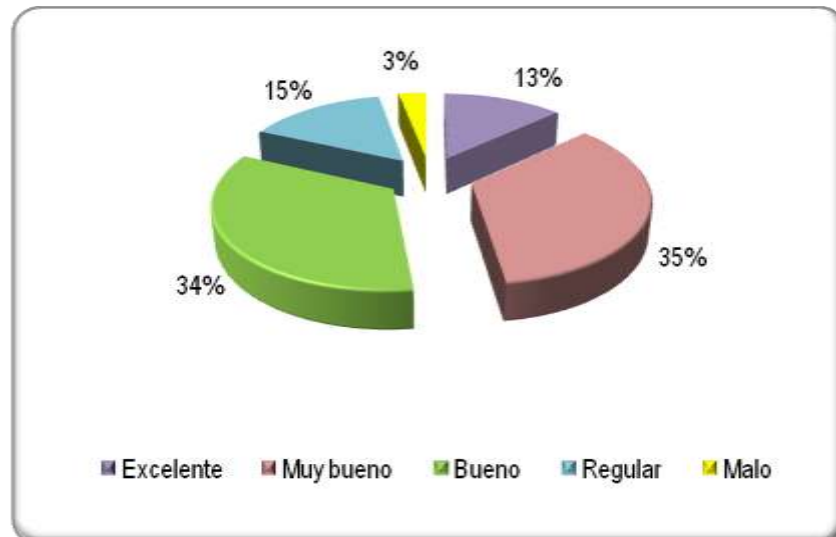
### g. Decoración

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la decoración de la empresa o negocio.

Tabla 35

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	27	13%
Muy bueno	69	35%
Bueno	67	34%
Regular	31	15%
Malo	6	3%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 35



**Comentario:** En cuanto a la decoración en las instalaciones de las empresas o negocios la mayoría de usuarios manifiestan que es muy buena, siendo un aspecto al cual se debe prestar atención ya que permite que los clientes se identifiquen con los servicios que las empresas o negocios brindan, generando un ambiente de armonía.

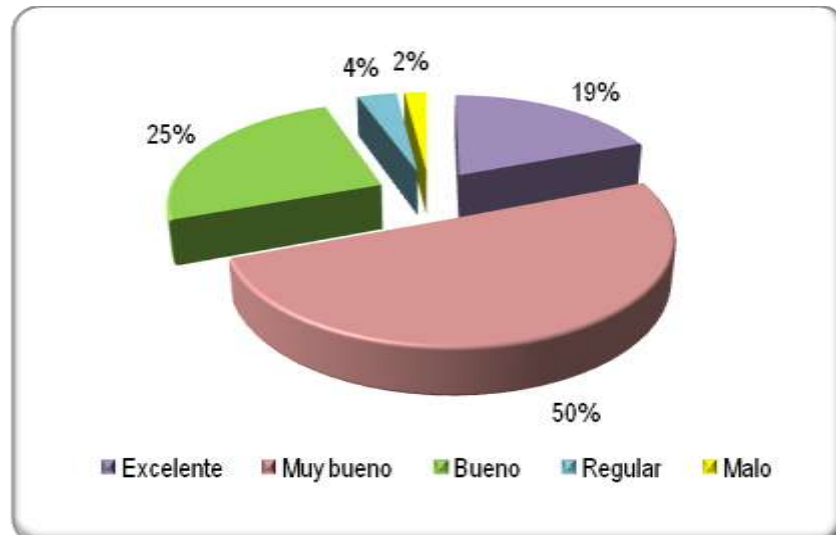
## h. Comodidad

**Objetivo:** Identificar como considera el usuario la comodidad de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento de equipo informático.

Tabla 36

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	38	19%
Muy bueno	100	50%
Bueno	50	25%
Regular	7	4%
Malo	5	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Gráfico 36



**Comentario:** La mitad de los usuarios encuestados opinan que la comodidad de las instalaciones de las empresas o negocios es muy buena esto en respuesta a que otros factores han sido satisfechos como: ventilación, iluminación, decoración, entre otros, siendo esta una ventaja para las empresas.

## 2. EMPRESAS QUE OFRECEN SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE

### I. EMPRESA

#### Pregunta 1

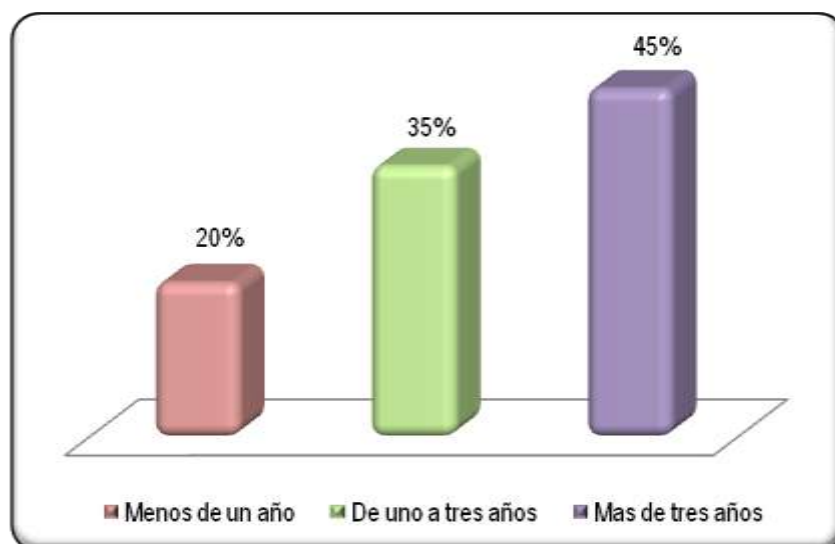
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar servicios de mantenimiento en hardware y software?

**Objetivo:** Conocer cuántos años tiene la empresa de brindar los servicios de mantenimiento en hardware y software para su posicionamiento.

Tabla 37

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de un año	4	20%
De uno a tres años	7	35%
Más de tres años	9	45%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 37



**Comentario:** Del total de encargados de empresas o negocios encuestados la mayoría manifestó que poseen más de tres años de brindar los servicios de mantenimiento de equipo informático lo cual significa que estas poseen una cartera de clientes, posicionándolas en la mente de los usuarios.

## Pregunta 2

¿Qué tipo de mantenimiento ofrece?(Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Conocer el tipo de mantenimiento informático que ofrecen con mayor frecuencia las empresas.

Tabla 38

TIPO DE MANTENIMIENTO	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Preventivo	8	40%	3	15%
Actualización de hardware	4	20%	5	25%
Correctivo	4	20%	5	25%
Instalación de programas	4	20%	7	35%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 38 a



Gráfico 38 b



**Comentario:** La mayoría de los encargados opina que el tipo de mantenimiento que ofrece como primera prioridad es el preventivo y en igual número manifestaron que la actualización de hardware, correctivo e instalación de programas son los más solicitados, como segunda prioridad ofrecen la instalación de programas, seguido por el mantenimiento correctivo y las actualizaciones de hardware.

## II. TIEMPO DE ENTREGA

### Pregunta 3

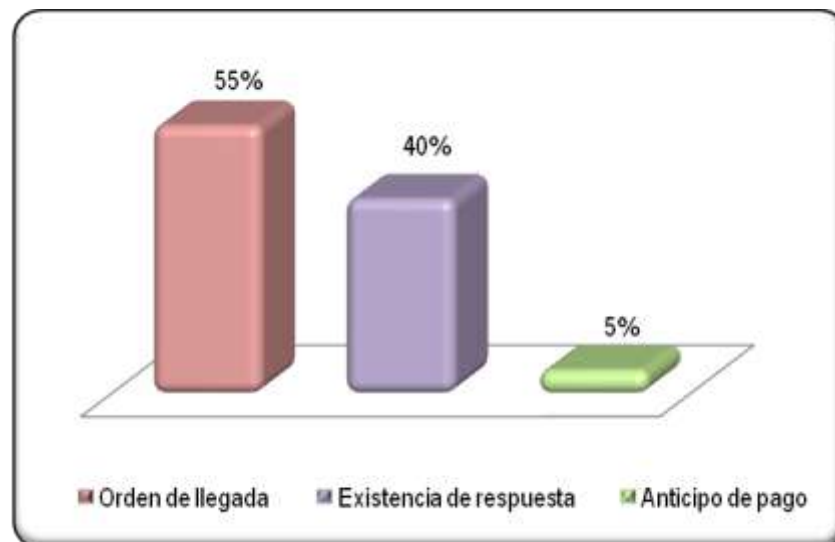
¿Qué aspecto considera para dar respuesta rápida en el mantenimiento de equipos informáticos?

**Objetivo:** Identificar los aspectos que las empresas consideran para atender en forma rápida al usuario.

Tabla 39

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Orden de llegada	11	55%
Existencia de respuesta	8	40%
Anticipo de pago	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 39



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos los encargados de las empresas o negocios manifiestan que para dar respuesta rápida en el mantenimiento de equipos informáticos lo realizan por orden de llegada, significando que las empresas deben identificar su capacidad de operaciones de servicios, evitando así largo tiempo de espera en lo clientes y muestras de desorden en sus instalación.



### III. PRECIO DEL SERVICIO

#### Pregunta 4

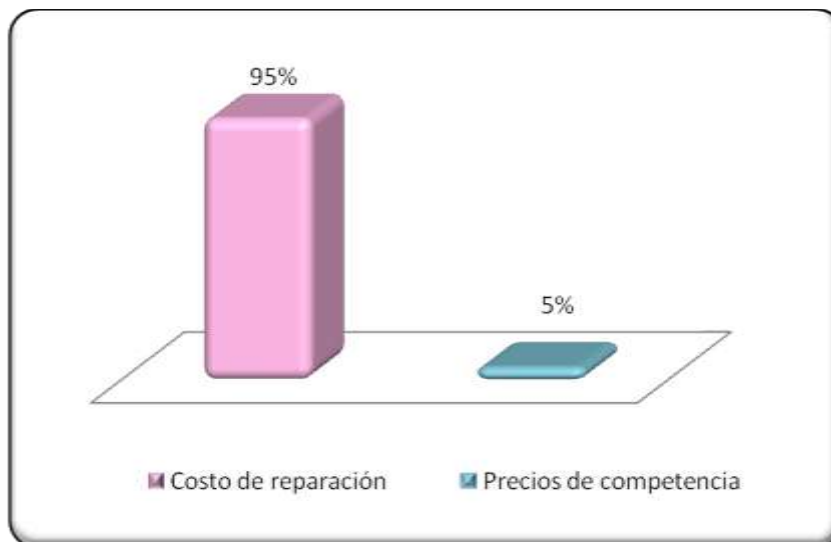
¿Qué criterios utiliza la empresa o negocio para fijar precios de los servicios de mantenimiento de hardware y software?

**Objetivo:** Determinar los criterios que utiliza la empresa o negocio que brinda servicios de mantenimiento informático para fijar los precios.

Tabla 40

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costo de reparación	19	95%
Precios de competencia	1	5%
Costo de operación del negocio	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 40



**Comentario:** De la información obtenida la mayoría de encargados de empresas o negocios opinan que el criterio para fijar precios es de acuerdo al costo de reparación, sin embargo en la decisión para fijar los precios las empresas o negocios deben tomar en consideración tanto factores internos como costos, estrategias; y factores externos entre ellos demanda, competencia y proveedores.

#### IV. GARANTÍA DEL SERVICIO

##### Pregunta 5

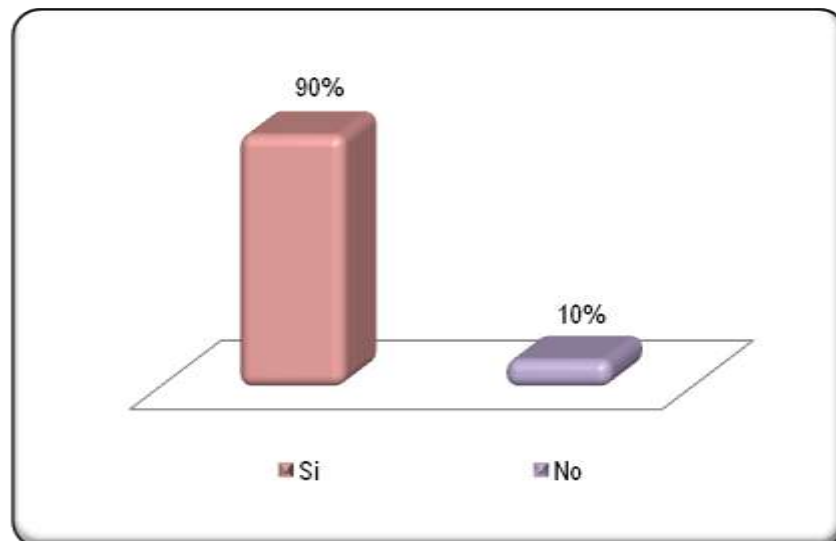
¿La empresa ofrece garantía en los servicios brindados a sus clientes?

**Objetivo:** Conocer si las empresas o negocios que brindan servicios de mantenimiento de hardware y software ofrecen garantía para fidelizar a sus clientes.

Tabla 41

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	18	90%
No	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 41



**Comentario:** La mayoría de encargados de empresas o negocios encuestados ofrecen garantía por los servicios prestados; no obstante existe un menor número de empresa que no la brindan, por ello se debe emplear una garantía enfocada en la calidad, lo cual les permita ejercer un control óptimo sobre la empresa.

### Pregunta 6

¿Qué tipo de garantía brinda a sus clientes en caso de fallos en el servicio?

**Objetivo:** Identificar el tipo de garantía que ofrecen las empresas o negocios a sus clientes cuando sus equipos presentan falla.

Tabla 42

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Repararlo sin ningún costo	15	83%
Repararlo con un costo adicional	2	11%
Reembolso de pago	1	6%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Tabla 42



**Comentario:** De acuerdo a la información obtenida la mayoría de encargados de empresas o negocios manifestaron que la garantía que ofrecen en caso de fallos en el equipo es repararlo sin ningún costo; sin embargo esto no representa una garantía real; lo ideal es que las empresas ofrezcan un servicio que no falle.

**Nota:** La referencia de 18 encargados de empresas o negocios encuestados son los que ofrecen garantía en los servicios brindados a sus clientes

### Pregunta 7

¿Qué opinión tiene acerca de la garantía que brinda a los clientes en relación con los siguientes aspectos?

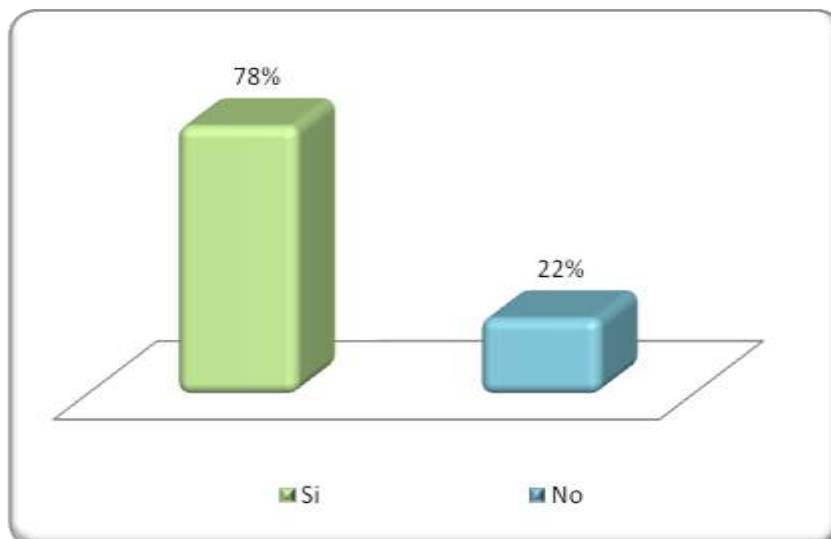
#### a. Se le otorga sin excepción

**Objetivo:** Conocer si la garantía ofrecida por la empresa o negocio se otorga sin excepción.

Tabla 43

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	78%
No	4	22%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico 43



**Comentario:** La mayoría de encargados de empresas o negocios afirman que la garantía que ofrecen a sus clientes se otorga sin excepción, permitiendo al cliente una satisfacción sin condiciones, no obstante existe un menor número de empresas o negocios que no la brindan de manera incondicional causando inconformidad a los clientes.

**Nota:** La referencia de 18 encargados de empresas o negocios encuestados son los que ofrecen garantía en los servicios brindados a sus clientes

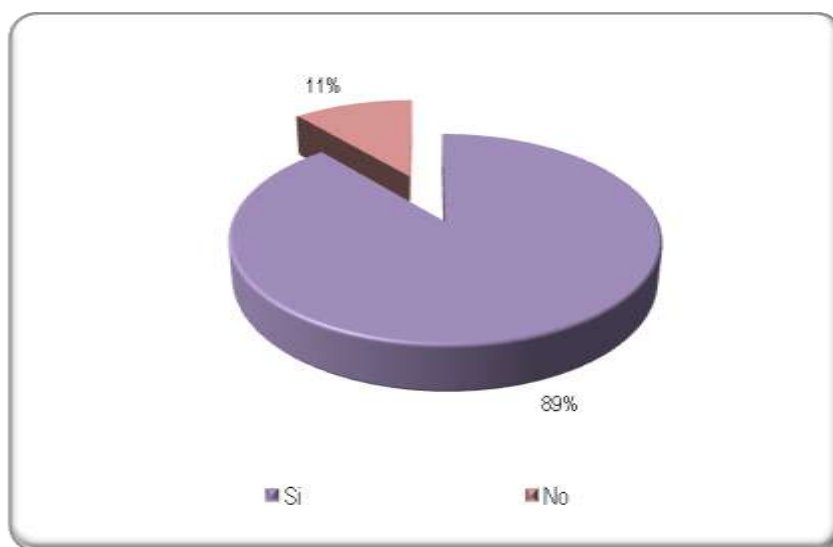
**b. Se le da a conocer desde un inicio**

**Objetivo:** Identificar si la empresa o negocio comunica al usuario la garantía que ofrece desde un inicio

Tabla 44

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	16	89%
No	2	11%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Gráfico 44



**Comentario:** Según la información presentada la mayoría de encargados de empresas o negocios opinan que la garantía se da a conocer desde un inicio a los usuarios; permitiendo saber exactamente qué puedan esperar, no obstante existen empresas o negocios que no dan a conocer a los clientes la garantía desde un inicio generando en muchos de los casos insatisfacción en los clientes.

**Nota:** La referencia de 18 encargados de empresas o negocios encuestados son los que ofrecen garantía en los servicios brindados a sus clientes

**c. La garantía es fácil y rápida de cobrar.**

**Objetivo:** Identificar si la empresa o negociobrinda una garantía fácil y rápida de cobrar a los usuarios.

**Tabla 45**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	18	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100.0</b>

**Comentario:** El total de encuestados afirman que la garantía que ofrecen a sus clientes es fácil y rápida de cobrar eliminando el exceso de requerimientos y contribuyendo a satisfacer al cliente.

**Nota:** La referencia de 18 encargados de empresas o negocios encuestados son los que ofrecen garantía en los servicios brindados a sus clientes

## V. CALIDAD DEL SERVICIO

### Pregunta 8

¿De acuerdo a su criterio que aspectos considera importantes al momento de ofrecer sus servicios?(Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)

**Objetivo:** Identificar los criterios importantes que consideran las empresas o negocios para ofrecer sus servicios.

Tabla 46

OPCIONES	PRIORIDAD			
	1		2	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rapidez	9	45%	1	5%
Confianza	4	20%	6	30%
Regalos	0	0%	1	5%
Calidad	6	30%	4	20%
Cortesía	0	0%	4	20%
Experiencia	1	5%	3	15%
Seguridad	0	0%	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 45 a

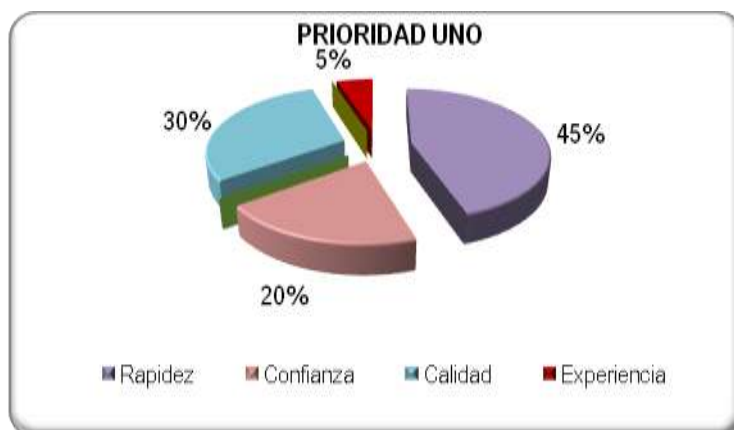


Gráfico 45 b



**Comentario:** De acuerdo a los resultados obtenidos los encargados de las empresas o negocios para ofrecer sus servicios tienen como primera prioridad la rapidez y la calidad además toman en consideración una segunda prioridad en la cual hacen énfasis como la confianza, cortesía y experiencia; siendo estos factores importantes para la satisfacción del cliente.

## VI. RETROALIMENTACIÓN EN EL SERVICIO

### Pregunta 9

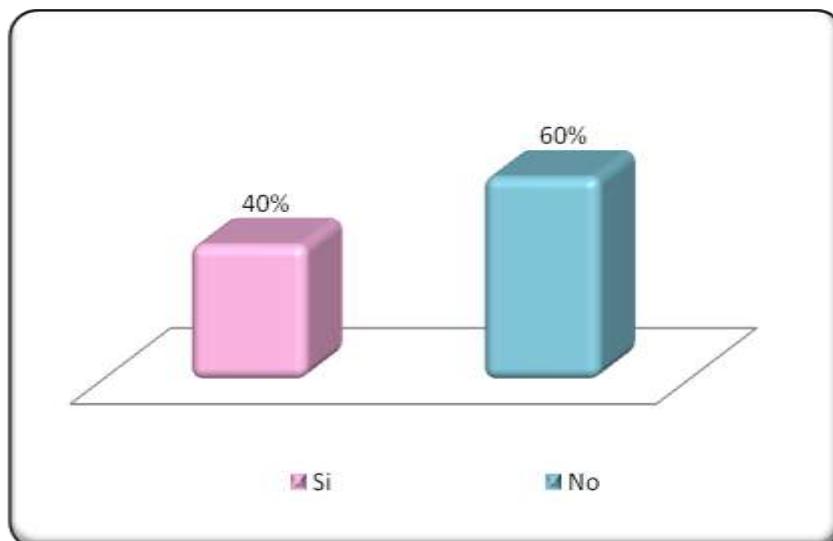
¿Realiza su empresa seguimiento al servicio brindado?

**Objetivo:** Determinar si la empresa o negocio brinda seguimiento por el servicio brindado para establecer vínculos entre la empresa y el cliente.

Tabla 47

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	40%
No	12	60%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 46



**Comentario:** Del total de encargados de empresas o negocios encuestados existe un número significativo que manifiesta no brindar seguimiento por el servicio proporcionado generando falta de información sobre las posibles fallas o aciertos que se dan posteriores al servicio, por otra parte existe un número menor de empresas que brindan seguimiento a sus clientes contribuyendo a la fidelización de este.



### Pregunta 10

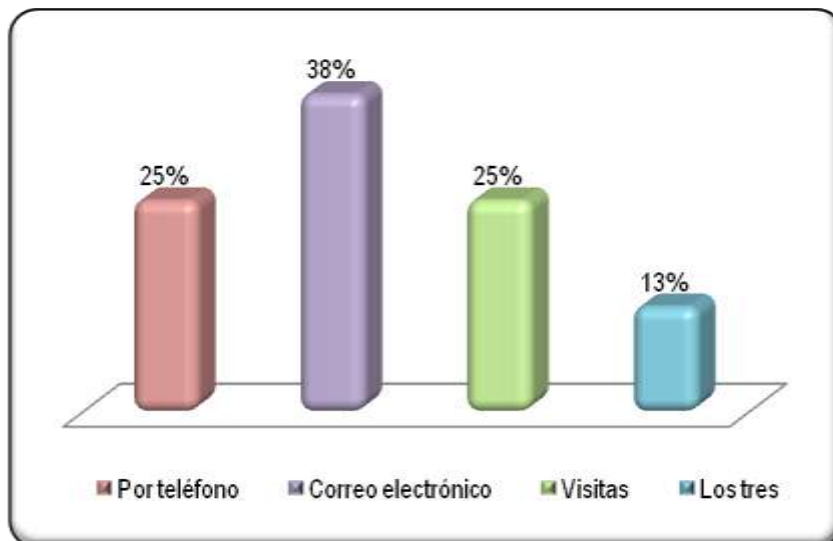
¿Cómo realiza el seguimiento al servicio brindado?

**Objetivo:** Determinar cómo realiza el seguimiento la empresa o negocio por el servicio de mantenimiento informático brindado.

Tabla 48

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por teléfono	2	25%
Correo electrónico	3	38%
Visitas	2	25%
Los tres	1	13%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Gráfico 47



**Comentario:** De los resultados obtenidos la mayoría de encargados de empresas o negocios encuestados manifestaron brindar seguimiento por medio del correo electrónico, no siendo éste el más adecuado ya que no permite un vínculo directo con el usuario; No obstante este se logra por medio de las visitas.

**Nota:** La referencia de 8 encargados de empresas o negocios encuestados son los que brindan seguimiento a los usuarios.

**Pregunta 11**

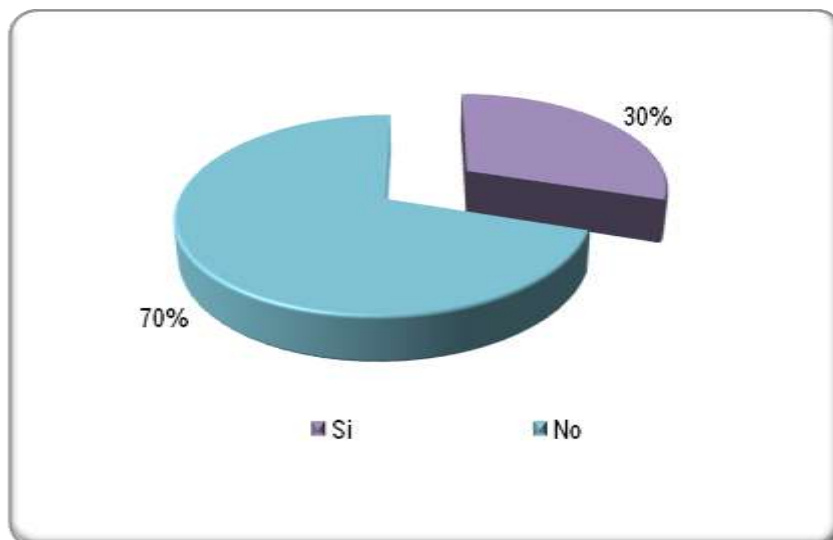
¿Ha recibido su empresa algún reclamo por el servicio prestado?

**Objetivo:** Conocer si la empresa o negocio ha recibido algún reclamo por el servicio prestado.

Tabla 49

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	30%
No	14	70%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 48



**Comentario:** La mayoría de encargados de empresas o negocios encuestados manifestaron no haber recibido ningún tipo de reclamo por su servicio; siendo necesario que se establezcan medios por los cuales los usuarios manifiesten sus reclamos o sugerencias esto contribuirá a realizar un análisis a la capacidad de operación ,generando el incremento y la fidelización de los clientes; sin embargo existe un menor número de empresas o negocios que han recibido reclamos, lo que permitirá descubrir debilidades de la empresa.

## Pregunta 12

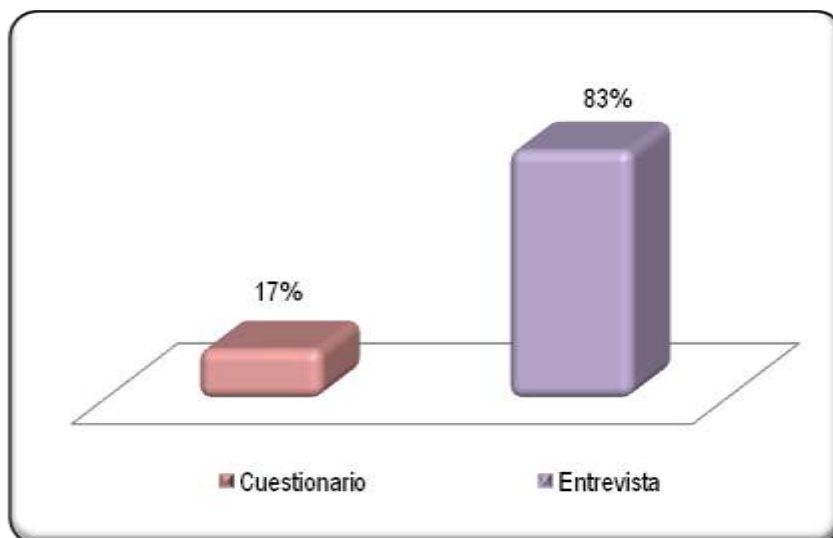
¿Qué herramientas utiliza su empresa para conocer los reclamos o sugerencias de los clientes?

**Objetivo:** Identificar las herramientas que utiliza la empresa o negocio para conocer los reclamos o sugerencias de los clientes.

Tabla 50

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuestionario	1	17%
Entrevista	5	83%
Buzón de sugerencias	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Gráfico 49



**Comentario:** De los resultados obtenidos la mayoría de encargados de empresas o negocios manifiesta que los usuarios realizan sus reclamos por medio de la entrevista la cual permite obtener de manera directa las razones de inconformidad y así mejorar los puntos débiles del servicio, no obstante existe un menor número que utiliza el cuestionario.

**Nota:** La referencia de 6 encargados de empresas o negocios encuestados son los que han recibido algún reclamo por el servicio brindado.

### Pregunta 13

¿Cuáles han sido las razones por las cuales el cliente realiza reclamos?

**Objetivo:** Identificar razones por las cuales ha recibido la empresa o negocio reclamos de sus clientes.

Tabla 51

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleados negligentes	0	0%
Incumplimiento de la garantía	1	16%
Pocas información de precios	0	0%
Tiempo de entrega	4	67%
Mala calidad del servicio	1	17%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Gráfico 50



**Comentario:** De la información obtenida la mayoría de encargados de empresas o negocios afirman que uno de los factores por los cuales los clientes realizan reclamos es el tiempo de entrega debido a esto la empresa debe de evaluar su capacidad de operación.

**Nota:** La referencia de 6 encargados de empresas o negocios encuestados son los que han recibido algún reclamo por el servicio brindado.

**Pregunta 14**

¿Cuándo el cliente realiza reclamos, se busca solucionarlos a la mayor brevedad?

**Objetivo:** Conocer que hace la empresa o negocio para solucionar los reclamos hechos por los clientes.

Tabla 52

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Comentario:** El total de encargados de empresas o negocios afirman que cuando el cliente realiza un reclamo se busca solucionarlo a la mayor brevedad logrando que el cliente se sienta importante; evitando que la imagen de la empresa o negocio se vea afectada ante clientes potenciales.

**Nota:** La referencia de 6 encargados de empresas o negocios encuestados son los que han recibido algún reclamo por el servicio brindado.

**Pregunta 15**

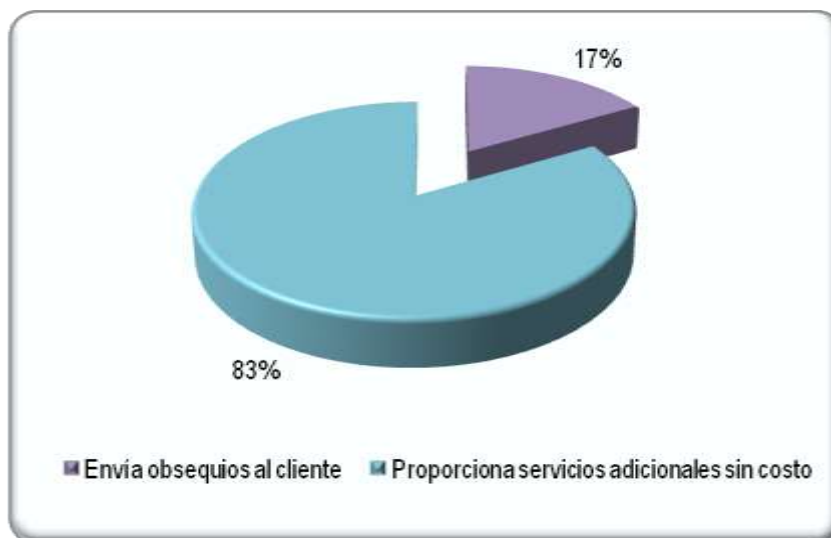
¿Qué medidas toma la empresa cuando recibe reclamos sobre el servicio prestado?

**Objetivo:** Conocer las medidas que emplea la empresa o negocio cuando recibe reclamos de los clientes por el servicio prestado.

Tabla 53

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sanciona al personal involucrado	0	0%
Envía obsequios al cliente	1	17%
Proporciona servicios adicionales sin costo	5	83%
Evalúa internamente las razones del mal servicio	0	0%
Proporciona descuentos a los clientes	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Gráfico 51



**Comentario:** Según la mayoría de encargados de empresas o negocios cuando se realiza un reclamo se le proporciona servicios adicionales sin costo al cliente esto ayuda a que no se sienta inconforme totalmente por el servicio; además otra medida que se lleva a cabo es enviar obsequios al cliente.

**Nota:** La referencia de 6 encargados de empresas o negocios encuestados son los que han recibido algún reclamo por el servicio brindado.

## VII. PERSONAL QUE REALIZA EL MANTENIMIENTO

### Pregunta 16

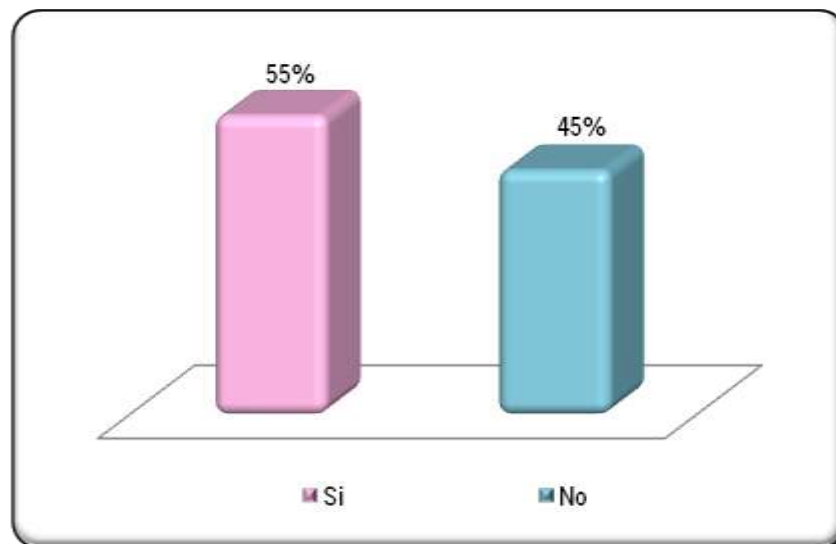
¿Realiza programas de capacitación a los empleados que brindan el servicio?

**Objetivo:** Determinar si la empresa o negocio realiza programas de capacitación a los empleados que brindan los servicios de mantenimiento informático.

Tabla 54

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	55%
No	9	45%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 52



**Comentario:** Según los encargados de empresas o negocios más de la mitad realizan programas de capacitación a sus empleados permitiéndoles desarrollar las destrezas y conocimientos necesarios, garantizando de esta forma la calidad de los servicios; no obstante existe un número significativo de empresas que no capacita a sus empleados, colocando en riesgo la imagen de éstas.

### Pregunta 17

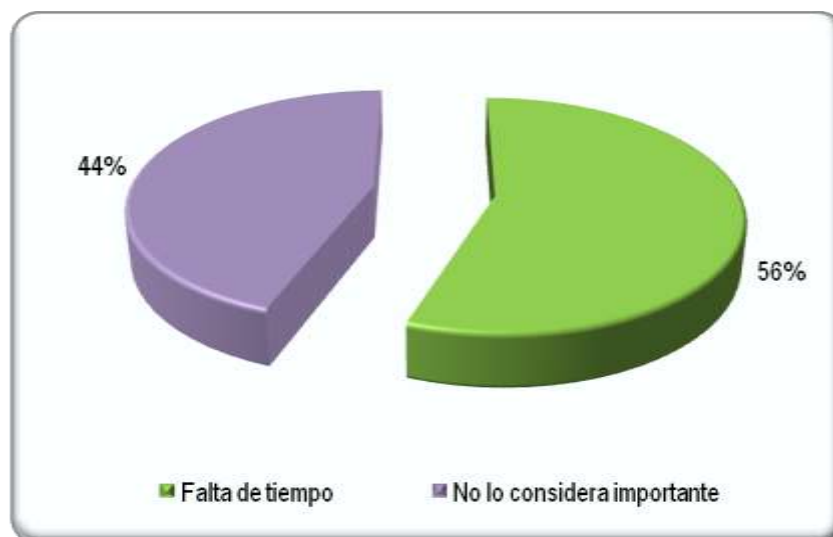
¿Cuáles son las razones por las que no ha capacitado al personal?

**Objetivo:** Saber las razones por las cuales la empresa no capacita al personal que brinda los servicios de mantenimiento de hardware y software.

Tabla 55

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de recursos	0	0%
Falta de tiempo	5	56%
No lo considera importante	4	44%
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Gráfico 53



**Comentario:** De acuerdo a los encargados de empresas o negocios más de la mitad no capacitan al personal debido a la falta de tiempo; por ello se dificulta el brindar un buen servicio ya que los empleados no logran desarrollar destrezas y conocimientos; otros no consideran importante capacitar a sus empleados, siendo necesario que las empresas enfaticen en esto como un elemento clave para lograr el éxito.

**Nota:** La referencia de 9 encargados de empresas o negocios encuestados, son los que no realizan programas de capacitación



## VIII. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

### Pregunta 18

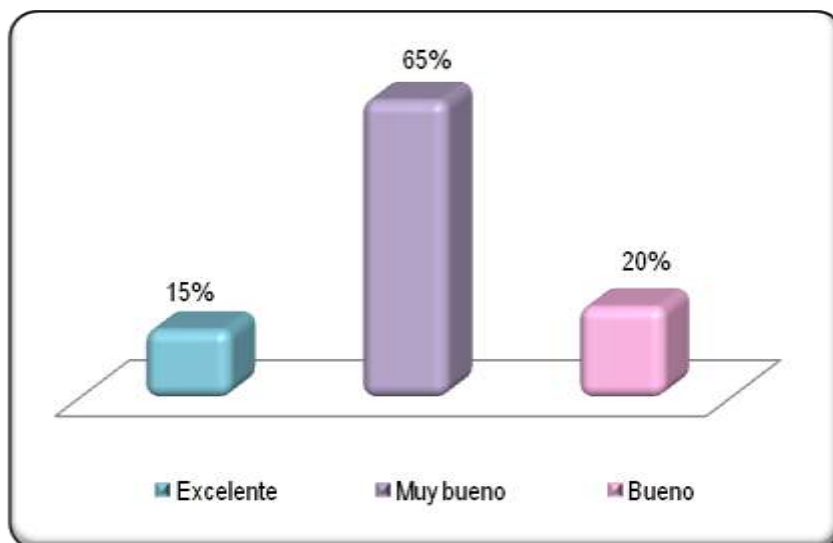
¿Cómo considera el acceso a las instalaciones de su empresa?

**Objetivo:** Conocer como considera el encargado de la empresa o negocio el acceso a sus instalaciones.

Tabla 56

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	15%
Muy bueno	13	65%
Bueno	4	20%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 54



**Comentario:** Según lo manifestado más de la mitad de los encargados de empresas o negocios consideran que el acceso a sus instalaciones es muy bueno, éste factor debe tomarse en cuenta para evitar incomodidad a los usuarios, sin embargo existe un menor número que opina que el acceso a las instalaciones es bueno.

### Pregunta 19

¿Qué opinión le merece el ambiente físico de las instalaciones de su empresa?

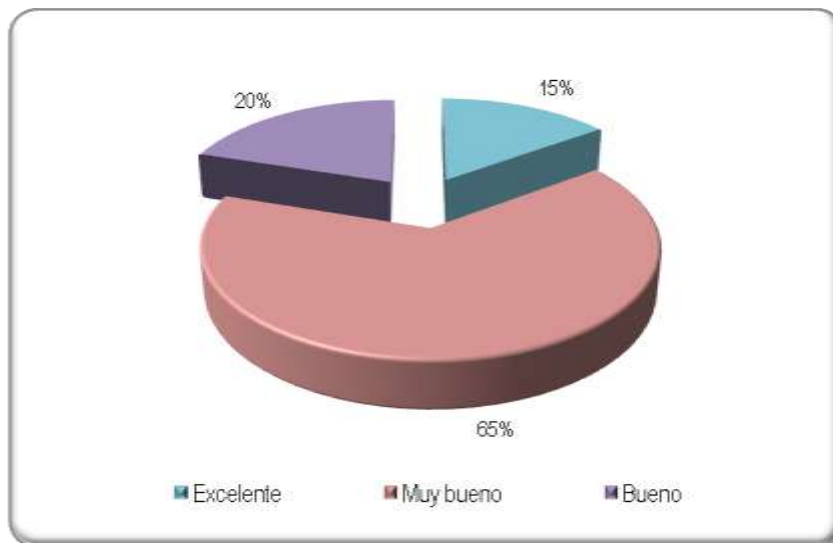
#### a. Mobiliario y equipo

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto al mobiliario y equipo

Tabla 57

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	15%
Muy bueno	13	65%
Bueno	4	20%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 55



**Comentario:** Del total de encuestados la mayoría considera que el mobiliario y equipo que su empresa posee se encuentra en condiciones muy buenas, siendo necesario invertir para superar las expectativas del cliente.

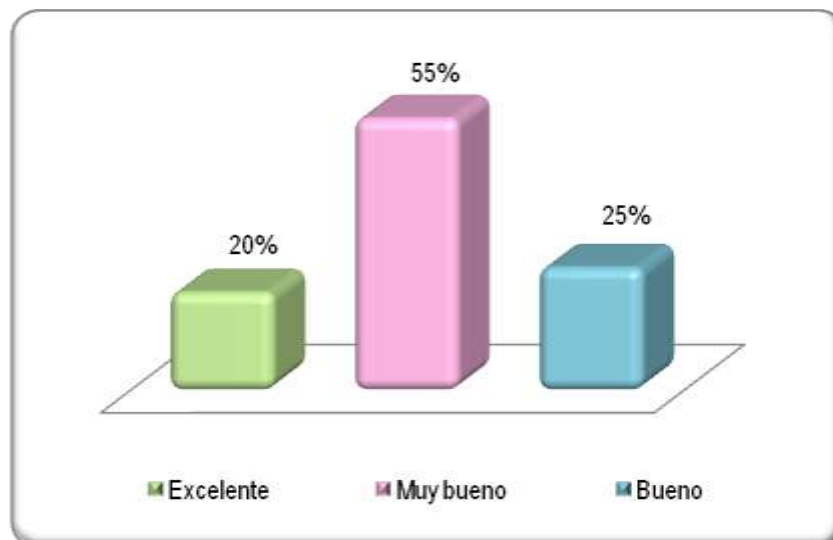
## b. Iluminación

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la iluminación de las instalaciones.

Tabla 58

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	4	20%
Muy bueno	11	55%
Bueno	5	25%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 56



**Comentario:** La mayoría de encargados de empresas o negocios encuestados afirman que la iluminación en sus instalaciones es muy buenas, sin embargo existe un número significativo que considera que se encuentran en buenas condiciones por ello las empresas deben buscar alternativas para mejorar estas condiciones.

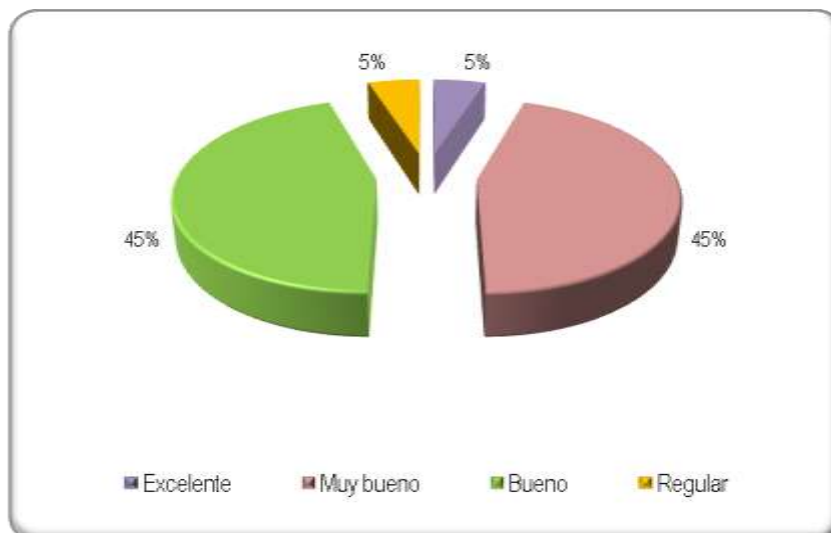
### c. Ventilación

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la ventilación de las instalaciones.

Tabla 59

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	5%
Muy bueno	9	45%
Bueno	9	45%
Regular	1	5%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 57



**Comentario:** Del total encuestados la mayoría opina que la ventilación se encuentra en muy buenas condiciones; y en igual número manifiestan que es buena lo cual beneficia a la empresa y genera en los usuarios un ambiente agradable, no obstante es necesario que busquen mejorar la ventilación en sus instalaciones.

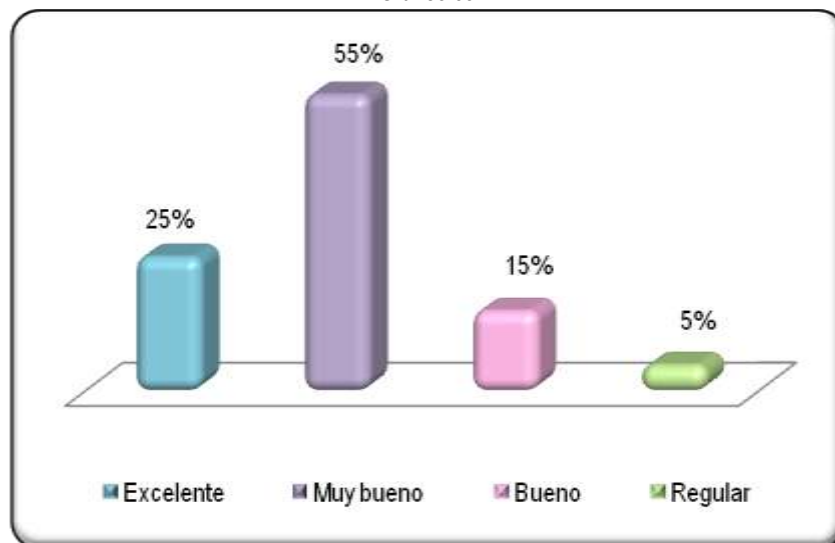
#### d. Seguridad

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la seguridad de las instalaciones.

Tabla 60

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	25%
Muy bueno	11	55%
Bueno	3	15%
Regular	1	5%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 58



**Comentario:** La mayoría de los encargados de las empresas o negocios encuestados manifiestan que las condiciones de seguridad en sus instalaciones son muy buenas; sin embargo es importante que éstas ofrezcan una completa seguridad que propicie a los usuarios confiar en acercarse a las instalaciones de la empresa.

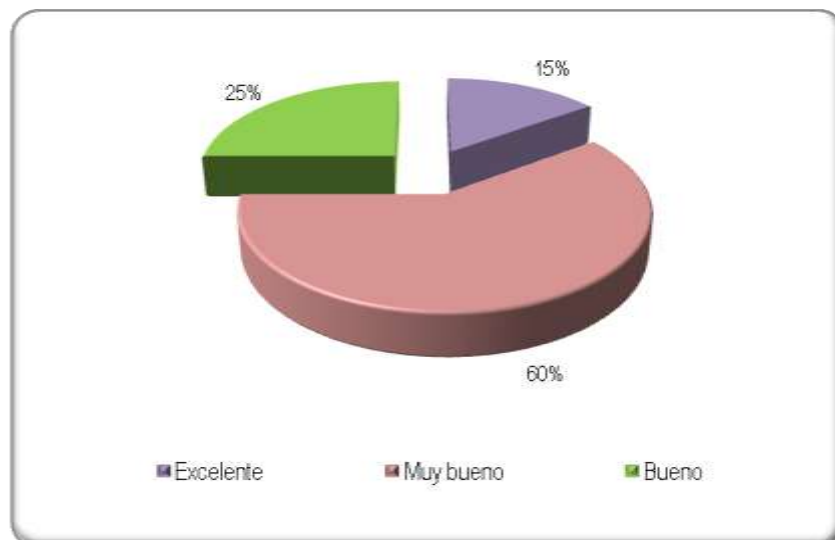
### e. Limpieza en instalaciones

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la limpieza de las instalaciones.

Tabla 61

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	15%
Muy bueno	12	60%
Bueno	5	25%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 59



**Comentario:** De acuerdo a los resultados, la mayoría de encargados de las empresas o negocios comentan que la limpieza en sus instalaciones es muy buena lo cual indica que éstas se preocupan por mantenerla limpia beneficiando la percepción de sus usuarios.

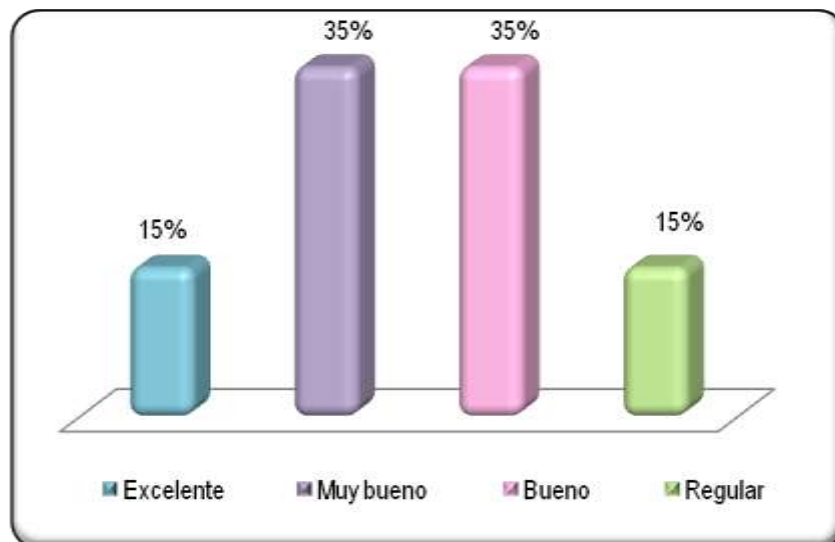
## f. Espacio Físico

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto al espacio en las instalaciones.

Tabla 62

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	15%
Muy bueno	7	35%
Bueno	7	35%
Regular	3	15%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 60



**Comentario:** Del total encuestados la mayoría opina que el espacio de las instalaciones se encuentra en muy buenas condiciones; y en igual número manifiestan que es buena, esto significa que éstas poseen la capacidad para una organización adecuada y satisfacer la demanda.

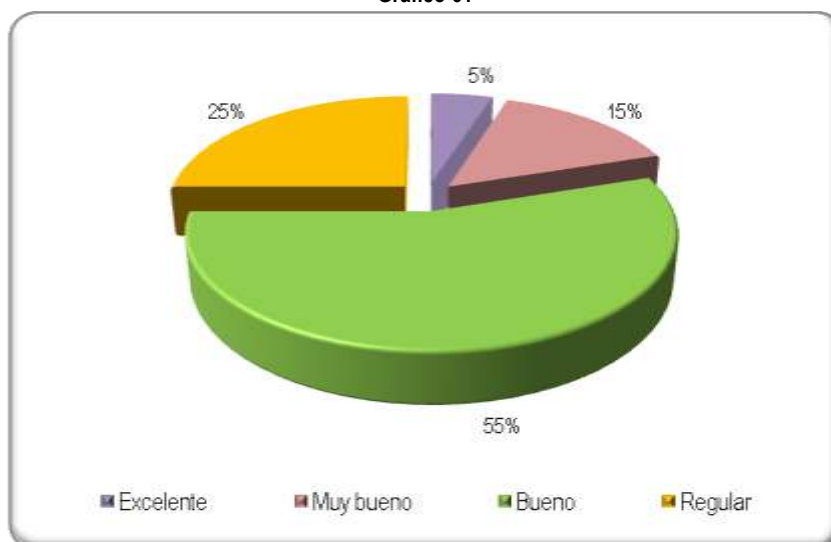
### g. Decoración

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la decoración de las instalaciones.

Tabla 63

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	5%
Muy bueno	3	15%
Bueno	11	55%
Regular	5	25%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 61



**Comentario:** En cuanto a la decoración de las instalaciones de las empresas o negocios la mayoría de encargados manifiestan que es buena, en este aspecto las empresas deben prestar atención ya que permite que los clientes se identifiquen con los servicios que las empresas o negocios brindan.



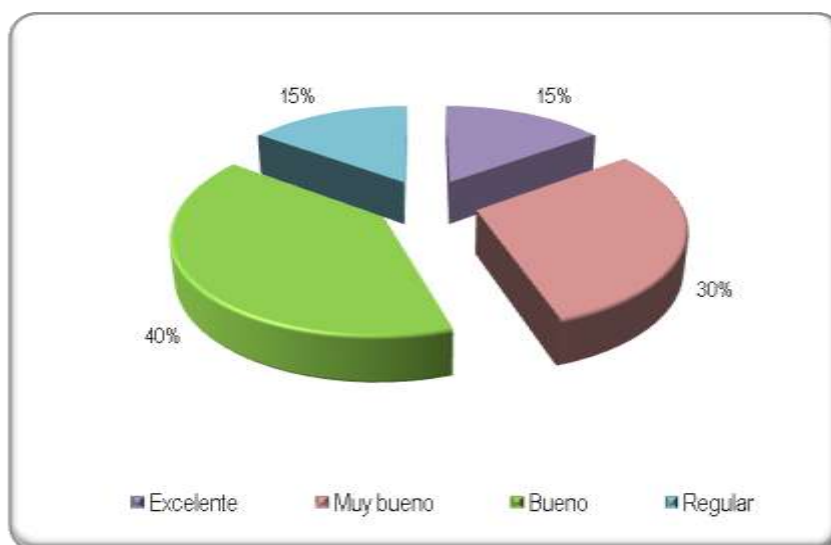
## h. Comodidad

**Objetivo:** Conocer la opinión que tiene el encargado de la empresa o negocio respecto a la comodidad de las instalaciones.

Tabla 64

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	3	15%
Muy bueno	6	30%
Bueno	8	40%
Regular	3	15%
Malo	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Gráfico 62



**Comentario:** La mayoría de los encargados de empresas o negocios encuestados opinan que la comodidad de las instalaciones es buena siendo necesario mejorarlas y crear condiciones que los clientes consideren idóneas para un ambiente agradable.

## 2.6. Diagnóstico

Luego de analizar los resultados obtenidos respecto a la población en estudio se puede diagnosticar lo siguiente

1. El tipo de computadora que posee la mayoría de los encuestados son de escritorio, sin embargo es notable que un menor número de personas hacen uso de laptop ya que estas han adquirido importancia debido a la facilidad de trasladarla a los lugares de estudio, trabajo y otros; en su mayoría los equipos informáticos poseen un tiempo de adquisición de más de tres años esto significa que a mayor tiempo de uso requerirán mantenimiento con mayor frecuencia. Cabe mencionar que las empresas o negocios que brindan servicios de mantenimiento de equipos informático tienen más de tres años de ofrecer estos servicios permitiéndoles contar con una cartera de clientes. (Cuestionario usuarios pregunta número 1 y 2; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 1)
2. De la información obtenida se determinó que la mayoría de usuarios han tenido más de un equipo informático, el cual fue reemplazado debido a la obsolescencia e innovación o por los constantes avances tecnológicos. Sin embargo existe un número significativo de usuarios que deciden brindarle mantenimiento a los equipos informáticos cuando presentan fallas, siendo esta una oportunidad para las empresas o negocios que ofrecen estos servicios. (Cuestionario usuarios pregunta número 3 y 4)
3. De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor competencia para las empresa o negocios que ofrecen servicios de mantenimiento de equipos informáticos son amigos o conocidos de los usuarios afectando el posicionamiento de las empresas en el mercado; dado que los factores que ejercen mayor influencia al decidir la empresa o negocio que brindará el servicio son precio, confianza y garantía (Cuestionario usuarios pregunta número 6 y 7)

4. De acuerdo a la información obtenida el tipo de mantenimiento informático que solicitan con mayor frecuencia los usuarios son el preventivo, la actualización de hardware y correctivo; cabe mencionar que los tipos de mantenimiento ofrecidos con mayor frecuencia por las empresas son el preventivo, correctivo y actualización de hardware. (Cuestionario usuarios pregunta número 8; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 2)
5. En su mayoría los usuarios consideran que el servicio recibido es muy bueno, razón por la cual recomendarían la empresa o negocio por las siguientes razones calidad, confianza y costo del servicio; siendo estos factores que las empresas deben potenciar para lograr la fidelización de los clientes. (Cuestionario usuarios pregunta número 9 y 11)
6. La mayoría de usuarios consideran muy bueno el tiempo de entrega lo que contribuye a la satisfacción de los clientes; sin embargo se debe considerar de suma importancia que las empresas busquen superar las expectativas de estos ya que son cada vez más exigentes al decidir a quienes solicitar los servicios de mantenimiento de equipo informático; por otra parte la mayoría de encargados consideran para brindar una respuesta rápida el orden de llegada, esto permite que la empresa identifique la capacidad de operaciones de sus servicios evitando largo tiempo de espera en los clientes y muestras de desorden en sus instalaciones. En cuanto al costo del servicio se puede comentar que los usuarios lo consideran muy bueno ya que las empresas o negocios utilizan como criterio al fijar los precios el costo de reparación. (Cuestionario usuarios pregunta número 12 y 13; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 3 y 4)
7. Del total de usuarios encuestados más de la mitad manifiestan haber recibido garantía de la empresa la cual fue reparar el equipo sin ningún costo; no obstante un menor número de personas afirmó recibir una garantía de reembolso del pago por el mal servicio recibido; esta garantía es otorgada sin excepción, es fácil y rápida de cobrar y se da a conocer desde un inicio generándole confianza a los usuarios por el servicio recibido.

Respecto a las empresas o negocios en su mayoría manifestaron que la garantía ofrecida en caso de fallos en los equipos informáticos es repararlos sin ningún costo la cual no representa una garantía real; sin embargo es otorgada sin excepción a sus usuarios, se da a conocer desde

un inicio, además es fácil y rápida de hacer valer eliminando así el exceso de requerimientos. (Cuestionario usuarios pregunta número 14, 15 y 16; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 6 y 7)

8. Respecto a los resultados obtenidos la mayoría de usuarios consideran como criterios al momento de solicitar los servicios de mantenimiento informático la rapidez, confianza, calidad y experiencia, de igual manera las empresas o negocios los consideran importantes agregando a estos la cortesía, respecto al seguimiento por parte de la empresa; la mayoría de encargados de empresas o negocios manifiestan no brindar seguimiento no obstante las empresas que realizan el seguimiento en su mayoría lo hacen por correo electrónico.

La mayoría de usuarios manifestaron no haber realizado ningún reclamo por el servicio; no obstante existe un menor número de usuarios que realizaron reclamos por medio de la entrevista siendo esta una herramienta utilizada por la empresa para conocer la inconformidad de los usuarios la cual es tomada con mucha importancia a pesar que han sido por causa de empleados negligentes y tiempo de entrega solucionándolos a la mayor brevedad por el contrario la mayoría de usuarios manifiestan que el personal que brinda los servicios de mantenimiento está capacitado esto se debe a que más de la mitad de encargados de empresas o negocios realizan programas de capacitación para sus empleados permitiéndoles desarrollar las destrezas o conocimientos necesarios para ofrecer un buen servicio. Las empresas que no realizan capacitaciones manifiestan que es por falta de tiempo y otras por no considerarlo importante. (Cuestionario usuarios pregunta número 17, 20, 21, 23 y 24; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 8, 9, 10, 13, 16 y 17)

9. Según lo manifestado por usuarios y empresas o negocios de servicios informáticos el acceso a las instalaciones es muy bueno, de igual manera es considerado el ambiente físico el cual se conforma por mobiliario y equipo, iluminación, ventilación, seguridad, limpieza en instalaciones, espacio físico, decoración y comodidad lo que beneficia tanto a las empresas como a los clientes. (Cuestionario usuarios pregunta número 26 de micro y pequeñas empresas pregunta número 19)

## 2.7. Conclusiones

Luego de analizar los resultados obtenidos de la población en estudio se concluye lo siguiente:

1. Existe una demanda de mercado atractiva para las empresas o negocios que ofrecen los servicios de mantenimiento de hardware y software. (Cuestionario usuarios preguntas 2 y 5)
2. Los tipos de mantenimiento en equipos informáticos solicitados con mayor frecuencia por los usuarios son el preventivo y la actualización de hardware.(Cuestionario usuarios pregunta 8)
3. Los usuarios consideran muy bueno el tiempo de entrega de sus equipos informáticos; por otra parte las empresas para ofrecer servicio rápido toman en consideración el orden de llegada.(Cuestionario usuarios pregunta número 12; de micro y pequeñas empresas pregunta número 3)
4. Los usuarios opinan que el costo del servicio de mantenimiento informático es adecuado debido a que las empresas o negocios fijan los precios en base al costo de reparación de los equipos.(Cuestionario usuarios pregunta número 13; de micro y pequeñas empresas pregunta número 4)
5. Las empresas o negocios que ofrecen servicios de mantenimiento informático otorgan como garantía en caso de fallos en el equipo repararlo sin ningún costo; la cual se otorga sin excepción, se da a conocer desde el inicio, y es fácil y rápida de cobrar.(Cuestionario de micro y pequeñas empresas pregunta número 5 y 6)
6. Las empresas brindan servicios de mantenimiento a equipo informático usualmente no dan seguimiento(Cuestionario de micro y pequeñas empresas pregunta número 9)

7. Los reclamos que los usuarios realizan es a causa de empleados negligentes y tiempo de entrega; en tal caso las empresas compensan por el reclamo proporcionándoles servicios adicionales y enviándole obsequios (Cuestionario usuarios pregunta número 23; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 15)
  
8. Los usuarios consideran capacitado al personal que les brindan los servicios de mantenimiento informático, debido a que algunas empresas o negocios invierten en programas de capacitación para sus empleados. (Cuestionario usuarios pregunta número 24; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 16)
  
9. Las instalaciones de las empresas cuenta con buen ambiente físico el cual incluye mobiliario y equipo, espacio físico iluminación, ventilación, seguridad, decoración, comodidad y limpieza de las instalaciones (Cuestionario usuarios pregunta número 26 y de micro y pequeñas empresas pregunta número 19)

## 2.8. Recomendaciones

Basándose en las conclusiones anteriormente descritas se recomienda que:

1. Las empresas o negocios que brindan servicios de mantenimiento informático deben diseñar e implementar una estrategia enfocada a garantizar la calidad de los servicios para generar confianza en los usuarios y lograr posicionamiento en el mercado. (Cuestionario usuarios preguntas 2 y 5)
2. Las empresas o negocios deben ofrecer un valor agregado como un diagnóstico general a los equipos, paquetes en los cuales ofrezcan servicios adicionales al solicitado, entre otros; todo ello para fidelizar a los clientes, y promocionarse.(Cuestionario usuarios pregunta 8)
3. La empresa o negocio que brinda servicios de mantenimiento informático debe evaluar su capacidad de operaciones de servicio lo que incluye el número de empleados, equipo y espacio físico, lo que apoyara directamente la calidad y rapidez del servicio.(Cuestionario usuarios pregunta número 12; de micro y pequeñas empresas pregunta número 3)
4. Para fijar los precios las empresas o negocios deben tener en consideración los factores internos como las estrategias y costos; así también los factores externos como la demanda, competencia y proveedores.(Cuestionario usuarios pregunta número 13; de micro y pequeñas empresas pregunta número 4)
5. La garantía que brindan las empresas o negocios debe ser enfocada en la calidad del servicio lo que les permitirá superar las expectativas de los clientes; además la calidad del servicio debe enfocarse en los factores que los usuarios consideran significativos.(Cuestionario de micro y pequeñas empresas pregunta número 5 y 6)

6. Las empresas o negocios deben impulsar el seguimiento del servicio a través de la combinación de los diferentes medios que utiliza, con el propósito de establecer vínculos entre el usuario y la empresa. (Cuestionario de micro y pequeñas empresas pregunta número 9)
  
7. Las empresas o negocios deben invertir en la realización de programas de capacitación para sus empleados con el fin de actualizar sus habilidades y conocimientos debido a la naturaleza del servicio que se ofrece.(Cuestionario usuarios pregunta número 23; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 15)
  
8. Las empresas o negocios que ofrecen servicios de mantenimiento informático deben aprovechar todas las ventajas posibles del lugar donde están ubicadas; así también invertir en el ambiente físico para lograr un clima de armonía, en donde el usuario se sienta satisfecho.(Cuestionario usuarios pregunta número 24; y de micro y pequeñas empresas pregunta número 16)



### **CAPITULO III. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE QUE CONTRIBUYA A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS A GENERAR CONFIANZA Y POSICIONAMIENTO EN LOS USUARIOS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.**

El presente capítulo contiene estrategias que han sido formuladas a partir del resultado del análisis en los capítulos anteriores para garantizar la calidad de los servicios generando confianza en los usuarios lo que proporcionará beneficios tanto a las empresas como a los clientes.

En la actualidad existe un gran número de empresas o negocios que ofertan los servicios de mantenimiento de hardware y software lo que genera una competencia más agresiva obligando a una disminución en los precios, basado en la reducción de los costos lo que afecta de manera significativa la calidad de los servicios prestados, y la confianza de los clientes ya que ha disminuido por temor a que sus equipos sean dañados o que las piezas se sustituyan por otras de menor calidad.

Por lo que se proponen estrategias que servirán de guías para garantizar un buen servicio, permitiéndoles a las empresas los siguientes beneficios: centrarse en superar las expectativas de los clientes, establecer estándares claros que contribuyan a mejorar la moral y la actuación de los empleados de igual manera obtener información precisa cuando el servicio es deficiente obligando así a los encargados de las empresas o negocios a examinar todo su sistema de prestación del servicio en busca de posibles puntos débiles; contar con una cultura de mejora continua, un personal capacitado, disminución en los reclamos y finalmente fomentará la lealtad de los cliente hacia la empresa, mejorará las ventas y la participación en el mercado.

Se presentan a continuación diez estrategias que contribuirán a generar confianza en los usuarios y el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas que brindan servicios de mantenimiento informático.

**Estrategia N° 1:** Capacitar al personal en las empresas o negocios que brindan mantenimiento a equipos informáticos.

**Estrategia N° 2.** Fomentar el liderazgo en los empleados de las micro y pequeñas empresas que ofrecen mantenimiento a equipo informáticos.

**Estrategia N° 3.** Establecer políticas de calidad en los servicios de mantenimiento de equipo informático.

**Estrategia N° 4:** Ofrecer una garantía para los servicios de mantenimiento de equipo informático para generar confianza en los usuarios

**Estrategia N° 5:** Establecer un sistema de administración de reclamos

**Estrategia N° 6:** Como tratar a los clientes difíciles

**Estrategia N° 7:** Realizar seguimiento al servicio”

**Estrategia N° 8:** Mejorar las instalaciones de la empresa

**Estrategia N° 9:** Contratar el personal idóneo

**Estrategia N°10:**Elaboración de un comprobante de ingreso del equipo informático para genera confianza en los clientes

Para el desarrollo de las estrategias las empresas o negocios deberán destinar los esfuerzos y recursos que faciliten su implementación; ya que al tratarse de estrategias que ponen en énfasis el ámbito laboral en el cual los principales actores de cambio son los empleados y solo con el aprovechamiento de sus capacidades las estrategias para garantizar servicios de calidad serán exitosas.

**ESTRATEGIA N° 1 “CAPACITAR AL PERSONAL EN LAS EMPRESAS O NEGOCIOS QUE  
BRINDAN MANTENIMIENTO A EQUIPOS INFORMÁTICOS.”**

Esta estrategia tiene como propósito desarrollar las destrezas y habilidades del personal, a través de la capacitación la cual se realizará por requerimientos de los empleados; permitiéndoles actualizar los conocimientos necesarios para garantizar la calidad de los servicios. A continuación se presentan los pasos para el desarrollo de esta estrategia:

**PASO 1:** El encargado o dueño del negocio deberá identificar las áreas que requieren ser capacitadas; siendo necesario la elaboración de una lista de requerimientos la cual se muestra a continuación

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGO
Nombre del empleado	Fecha:
<b>REQUERIMIENTOS DE CAPACITACIÓN</b>	
La presente lista de requerimientos tiene como finalidad conocer las áreas en la cuales los empleados necesitan ser capacitados.	
Indicaciones: Marque con una “X” las áreas en la cuales necesita capacitación	
<b>CONOCIMIENTOS DE HARDWARE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reparación y cambio de componentes de PC ( )</li> <li>• Ensamble de PC ( )</li> <li>• Mantenimiento preventivo ( )</li> <li>• Mantenimiento correctivo ( )</li> <li>• Instalación eléctrica/protección del PC ( )</li> <li>• Soporte técnico ( )</li> <li>• Otros. Especifique _____</li> </ul>	
<b>CONOCIMIENTO DE SOFTWARE:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drivers ( )</li> <li>• Mantenimiento preventivo ( )</li> <li>• Mantenimiento correctivo ( )</li> <li>• Instalación de programas ( )</li> <li>• Mantenimiento de redes ( )</li> <li>• Otros. Especifique _____</li> </ul>	
<b>HABILIDADES Y DESTREZAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio al cliente ( )</li> <li>• Motivación ( )</li> <li>• Trabajo en equipo ( )</li> <li>• Autocontrol ( )</li> <li>• Comunicación ( )</li> <li>• Liderazgo ( )</li> <li>• Cursos de inglés ( )</li> <li>• Otros. Especifique _____</li> </ul>	

Esta lista será completada por los empleados, posteriormente el encargado de la empresa o negocio realizara una autoevaluación para seleccionar las áreas en que se capacitara al personal, así como los cambios sujetos a su consideración.

**PASO 2:** El encargado o dueño del negocios deberá tomar en cuenta diversas alternativas que le permitan capacitar a sus empleados; entre las cuales se mencionan:

- Establecer alianzas entre micro y pequeñas empresas dedicadas a ofrecer servicios de mantenimiento informático para solicitar los servicios de capacitación.
- Hacer convenios con instituciones y universidades que puedan colaborar capacitando al personal. Algunas de estas son:

**CONAMYPE (Comisión Nacional de Micro y Pequeños Empresarios)** cuenta con oficinas en diferentes puntos del territorio nacional, para que empresarias, empresarios y personas emprendedoras, puedan obtener servicios de apoyo con mayor facilidad.

San Salvador

25 Av. Norte y 25 calle Poniente, Edificio Gazzolo, San Salvador

Teléfonos: 2521- 2243, 2521-2261

Contacto: Margarita Zaldaña

e-mail: [mzaldana@conamaype.gob.sv](mailto:mzaldana@conamaype.gob.sv)

Datos consultados el 29-Julio-2010

#### **INSTITUTO TÉCNICO RICALDONE**

Con el apoyo del INSAFORP, ofrecen capacitación respecto a Mantenimiento y Reparación de Computadores y otras áreas.

Avenida Aguilares N° 218, Centro Urbano Libertad

Teléfono: 2234-6000

Contacto Lic. Lorena Beatriz Flores

[cfp@ricaldone.edu.sv](mailto:cfp@ricaldone.edu.sv)/ 2234-6047, 2234-6042

Datos consultados el 29-Julio-2010

**UNIVERSIDAD DON BOSCO - ESCUELA DE IDIOMAS**

La Escuela de Idiomas de la Universidad Don Bosco, bajo el patrocinio de INSAFORP, ofrecen cursos libres de inglés

Teléfonos:

2251-8219; PBX 2251-8200 Ext. 1709

Contacto:

Loyda Ivette Soriano

e-mail: idiomas@udb.edu.sv

Datos consultados el 29-Julio-2010

- Adquirir revistas relacionadas con el servicio de mantenimiento informático así como todos aquellos documentos físicos y virtuales necesarios para actualizar los conocimientos de los empleados.

Se recomienda a los encargados de las empresas o negocios que realicen una evaluación previa a la capacitación que refleje los conocimientos que posee el empleado; así también debe realizar una evaluación posterior a la capacitación que permita conocer los resultados obtenidos.

## **ESTRATEGIA N° 2 “FOMENTAR EL LIDERAZGO EN LOS EMPLEADOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE OFRECEN MANTENIMIENTO A EQUIPO INFORMÁTICOS.”**

La estrategia permitirá promover el liderazgo en el personal que brinda servicios de mantenimiento informático comprometiéndolos con todas las actividades que realizan en la empresa con la finalidad de brindar un servicio que supere las expectativas de los clientes.

Los encargados de las micro y pequeñas empresas deberán identificar las razones por las cuales los empleados no ofrecen un servicio excelente; algunas de ellas son:

- Tensiones de desempeño demasiado grandes.
- Atender a muchos clientes en poco tiempo.
- Sufrir con clientes desagradables y groseros.

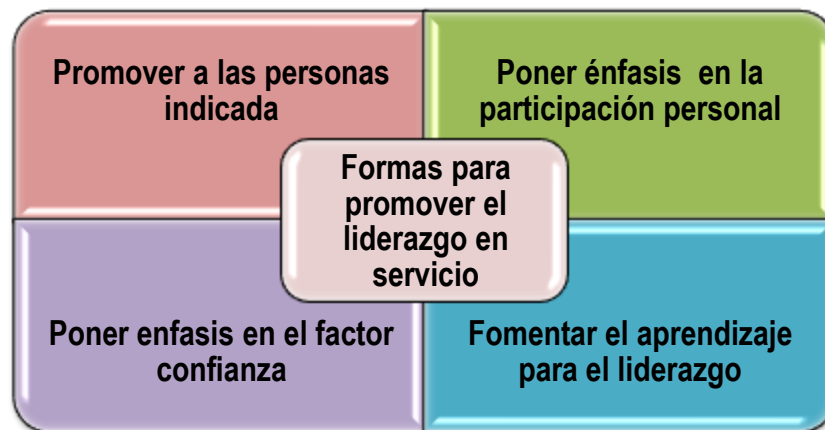
Estas situaciones provocan en los empleados fatiga y desanimo, debido a esto las micro y pequeñas empresas deben proporcionar un ambiente que los haga sentir parte de un equipo y de la empresa.

Se deberán identificar en los empleados las competencias necesarias para ofrecer un servicio de mantenimiento informático sobresaliente; dichas cualidades se mencionan a continuación:

- Manifestar confianza total en las capacidades de los demás trabajadores.
- Aprovechar las oportunidades que permitan superar las expectativas de los clientes.
- Capacidad de ubicarse mentalmente en la situación de otra persona para comprender lo que ella siente.
- Capacidad de esfuerzo para alcanzar metas difíciles.
- Aprendizaje y comprensión con facilidad
- Expresión en forma clara y fácil de comprender.
- Capacidad de soportar presiones y ritmo acelerado del trabajo.
- Alto nivel de desempeño.

### Formas para promover el liderazgo en el personal que brinda servicios de mantenimiento de equipo informático.

Para fomentar el liderazgo en servicios los encargados de las empresas o negocios deberán hacerlo por medio de cuatro maneras las cuales se presentan a continuación:



- **Promover a las personas indicadas:** Deberán identificar las responsabilidades o cualidades de cada uno de los empleados para ascenderlos y obtener los siguientes beneficios: mayor desarrollo de capacidad de liderazgo, oportunidad para ayudar a la empresa a mejorar el servicio de mantenimiento de equipo informático de tal forma que estos empleados sean ejemplo para sus compañeros de trabajo.
- **Poner énfasis en la participación personal:** Los encargados de las micro y pequeñas empresas deben participar personalmente en mejorar el servicio de mantenimiento informático; realizando reuniones con los empleados para obtener información acerca de cómo se está brindado el servicio, esto para identificar puntos débiles que requieran ser mejorados.
- **Poner énfasis en el factor confianza:** Otra forma en la cual las micro y pequeñas empresas deben cultivar el liderazgo es mediante la confianza en sus empleados; inspirando en estos una sensación de pertenencia a la empresa o negocio.
- **Fomentar el aprendizaje para el liderazgo:** Los encargados de empresas o negocios deben fomentar el liderazgo colocando a una persona o grupo de personas en diferentes escenarios en los cuales tomen decisiones y busquen posibles alternativas de solución.

### **ESTRATEGIA N° 3 “ESTABLECER POLÍTICAS DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO INFORMÁTICO.”**

La finalidad de la estrategia es aplicar las dimensiones de calidad en los servicios de mantenimiento de equipos informáticos lo que permitirá eliminar las fallas que puedan darse en la prestación de servicios, generando con ello la confianza en los usuarios.

Políticas para brindar calidad en los servicios de mantenimiento de equipo informático :

- Se brindará una garantía por los servicios de mantenimiento de equipo informático cumpliendo con los compromisos adquiridos con los clientes de tal forma que la empresa no ofrecerá más de lo que su capacidad le permite
- Se ofrecerá al cliente un servicio adicional de acuerdo a sus necesidades de tal manera que sus expectativas sean superadas. Ejemplo: Un diagnóstico y servicio adicional en la próxima visita del cliente a la empresa.
- Se deberán establecer estándares aplicados al tiempo de entrega del servicio. Ejemplo: Se brindara al cliente un servicio con rapidez devolviéndole su equipo en cinco días después de haber sido recibido.
- Los servicios de mantenimiento de equipos informáticos deberán ser ofrecidos con cortesía, es decir el grado con que el empleado demuestra un comportamiento cortés y profesional por ejemplo cuando un cliente realiza un reclamo por el servicio recibido será tomado con importancia por el empleado; así también las empresas deben ofrecer facilidad para la recuperación del servicio.
- Las empresas o negocios que brindan servicios de mantenimiento informático deberán establecer vínculos con los clientes; ya que indudablemente la calidad en el servicio la definen ellos y con la percepción de una experiencia recibida del servicio permitirá al cliente evaluar la calidad del servicio brindado por la empresa.



**ESTRATEGIA N° 4: “OFRECER UNA GARANTÍA PARA LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO INFORMÁTICO PARA GENERAR CONFIANZA EN LOS USUARIOS”**

Esta estrategia permitirá emplear una garantía enfocada a garantizar la calidad de los servicios en las micro y pequeñas empresas que brindan servicios de mantenimiento informático generando con ello fidelización de sus clientes, y posicionamiento en el mercado; la garantía que ofrecerá la empresa estará respaldada por una boleta, la cual contiene las especificaciones de la garantía; también se incluirá un instructivo para el uso de la misma.

**Boleta de garantía por el servicio**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>		<b>LOGO</b>
Boleta de garantía N°:		
Nombre del usuario:		
Dirección:		
Correo Electrónico:	Teléfono:	
Tipo de Computadora:	Servicio Solicitado:	
Marca:	Modelo:	Serie:
Fecha en la que se realizó el servicio:	N° de factura:	
Firma y sello de la empresa		

**Agradecemos la confianza que ha depositado en nosotros; “. Nuestra garantía incluye la reparación, reposición o cambio de los componentes del equipo informático, incluyendo mano de obra y el reembolso del 100% del pago.**

El periodo cubierto por esta garantía es de seis meses a partir de fecha en la que se realizó el servicio

Nos comprometemos a entregar el equipo en un lapso no mayor de quince días contados a partir de la fecha de recepción del mismo en nuestros talleres de servicio. Para hacer efectiva esta garantía, no se exigirán mayores requisitos que presentar este formulario sellado por el establecimiento donde se brindó el servicio, de no contar con éste bastara la factura de pago por el servicio recibido.

**ESTA GARANTÍA NO SERA VALIDA BAJO LAS SIGUIENTES CONDICIONES:**

- Cuando este formulario manifieste claros signos de haber sido alterado en los datos originales consignados en el.
- Cuando el equipo haya sido usado fuera de su capacidad, maltratado, golpeado, expuesto a la humedad, mojado por algún liquido o sustancia corrosiva.
- Cuando el equipo informático haya sido desarmado, modificado o reparado por personas no autorizada por esta empresa.
- Cuando la falla sea originada por el desgaste normal de las piezas debido al uso.

Ninguna otra garantía verbal o escrita diferente a la expresada será reconocida por la empresa.

A continuación se muestra el **Instructivo para el uso de la garantía**

### **INSTRUCTIVO PARA EL USO DE SERVICIO DE GARANTÍA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INFORMÁTICOS.**

#### **1. INTRODUCCIÓN**

Este instructivo tiene como propósito orientar a los usuarios de servicios de mantenimiento informático, sobre el uso de la garantía, en caso que lo requieran.

#### **2. CONDICIONES DE LA GARANTÍA**

Conforme lo establecido en la boleta de garantía

#### **3. USO DE LA GARANTÍA**

- a) El usuario del servicio de mantenimiento de equipo informático ante cualquier situación de falla cubierta por la Garantía, deberá comunicarse directamente con la empresa responsable que le brindo el servicio llamando a los siguientes números telefónicos:

#### **Teléfonos de contacto**

**Desde red fija nacional:**

**0000-0000**

**Desde teléfono móvil, llamar al número:**

**0000-0000**

**INDICANDO:**

- El número de la boleta de garantía
- Nombre del usuario
- Dirección del usuario
- Correo electrónico
- Teléfono
- Tipo de computadora
- Servicio solicitado
- Falla o problema a reportar.
- Marca, modelo y serie de la computadora
- Fecha en que se realizó el servicio
- Numero de factura

b) El servicio telefónico en las micro y pequeñas empresas que brindan servicios de mantenimiento de equipo informático, estará disponible de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 pm.

c) Adicionalmente, también se podrá solicitar información acerca de garantía a través de correo electrónico a las siguiente dirección:

**Correo Electronico de contacto**

00000@hotmail.com

Indicando: los requerimientos establecidos en el literal a) además

- Nombre de contacto
- Teléfono de contacto

#### 4. LIMITACIONES DE LA GARANTÍA

Conforme a lo establecido en la boleta garantía

#### 5. EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA

a) En caso que el establecimiento no obtenga solución a su solicitud de garantía por fallas en el servicio brindado de parte de La Empresa, en los plazos mencionados, o bien no quede conforme con la solución dada por La Empresa, los usuarios deben enviar un correo electrónico dirigido a:

**Nombre del encargado**

\*\*\*\*@hotmail.com

**INDICANDO:**

- Número del caso (proporcionado por la empresa).
- Fecha de petición del servicio
- Requerimientos establecidos en el literal a)

La garantía permitirá que las empresas o negocios que brindan servicios de mantenimiento de equipo informático establezcan objetivos claros a los empleados y así fortalecer la moral de estos

Algunos de los beneficios que se obtendrán por medio de la implementación de la garantía son:

- Genera información inmediata y significativa de parte de los clientes que demanden los servicios de equipo informático
- La garantía le permitirá dar seguimiento e integrará esfuerzos de mejora continua.
- Minimizará el riesgo para los usuarios de los servicios de mantenimiento informático ya que garantizará la calidad de los servicios y generará confianza en la empresa.

Los elementos que las empresas o negocios deben tomar en cuenta para ofrecer una buena garantía en la calidad de los servicios son los siguientes:

- La garantía que se ofrecerá debe ser incondicional, lo que significa no establecer demasiadas restricciones a los clientes al momento de solicitarla como papeleo, trámites a realizar y demasiados requisitos.
- La garantía ofrecida debe ser escrita en un lenguaje sencillo de tal manera que resulte fácil de comprender por los clientes que solicitan servicios de mantenimiento informático.
- La garantía que se ofrecerá debe ser significativa para los clientes es decir que perciban que la empresa se responsabiliza por el servicio recibido ante cualquier falla que se presente. Por ejemplo obsequiar accesorios para los equipos informáticos proporcionales a los servicios solicitados.
- Se deben eliminar los obstáculos que impidan a los clientes hacer valer la garantía; para ello facultarán a los empleados para que tomen las decisiones y así cumplir con la garantía para superar las expectativas de los clientes. Ejemplo Cada empleado podrá brindarle la garantía al cliente sin ninguna restricción

**Para el funcionamiento de la garantía de servicio las empresas deberán emplear algunas medidas como:**

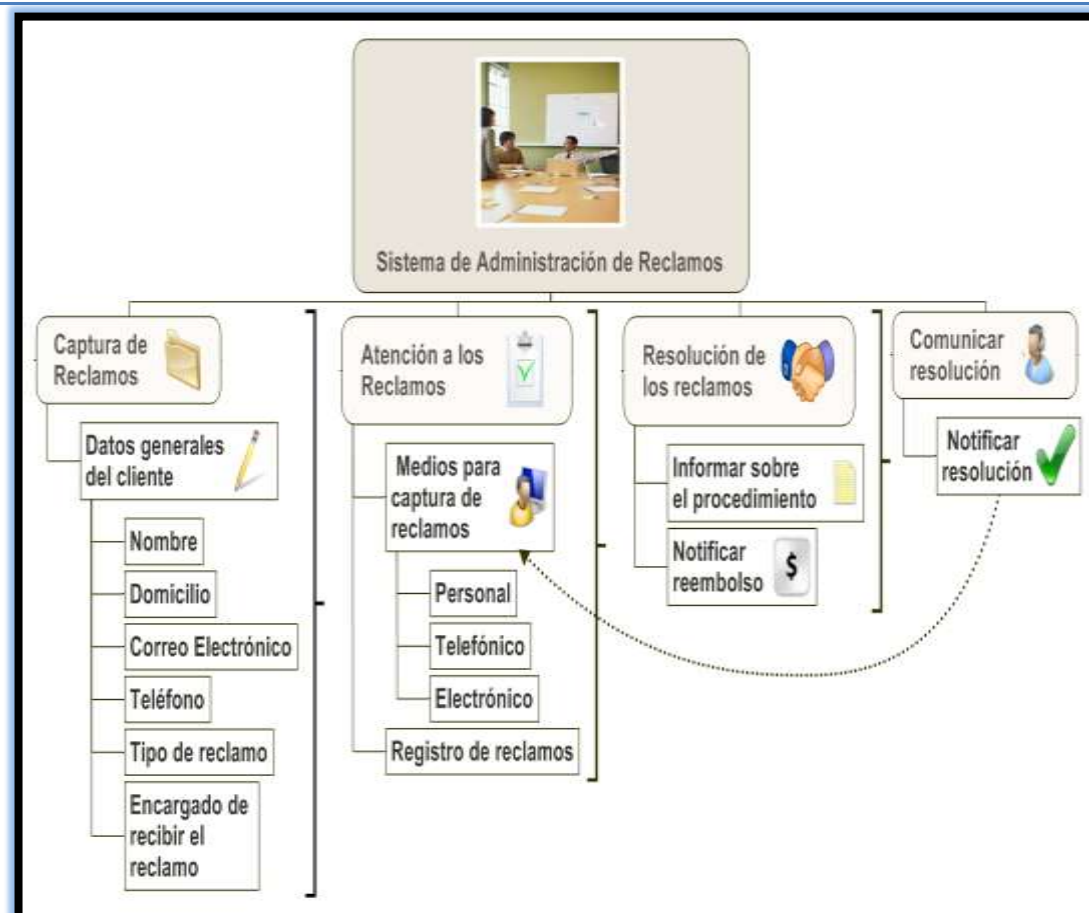
- Deberán establecer plenamente los requerimientos y expectativas de los clientes basándose en los principios de honestidad, confianza y liderazgo.
- Brindar a los clientes un trato justo y esmerado respecto a las solicitudes y reclamos
- Definir por escrito la garantía proporcionada por la empresa para su cumplimiento
- Realizar evaluaciones periódicas y permanentes a los empleados
- Impulsar el desarrollo del recurso humano por medio de capacitaciones.
- Difundir la razón de ser de la empresa
- Realizar todo el servicio con excelencia
- Aumentar la confianza de los servicios, mediante una comunicación eficaz con los clientes

## ESTRATEGIA N° 5 “ESTABLECER UN SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE RECLAMOS”

La implementación de esta estrategia permitirá a las micro y pequeñas empresas que brindan servicio de mantenimiento informático establecer un sistema de administración de reclamos que contribuya a transformar estos reclamos en conocimientos importantes sobre el cliente, para mejorar el servicio.

Cuando se presentan reclamos sobre los servicios de mantenimiento informático, es porque existe una brecha entre el requerimiento esperado del cliente y su percepción con el servicio recibido, lo que provoca que sea él quien tome la iniciativa de dirigirse a la empresa sin ser “visitado” para asegurarse que su “voz” sea entendida claramente; Debido a esto las empresas deben diseñar, construir, operar y actualizar continuamente el sistema de administración de reclamos.

### Sistema de Administración de Reclamos



**Proceso para la administración de los reclamos**

El proceso para la administración de reclamos inicia con la recepción de reclamos realizados de manera personal, escrita, telefónica y electrónica por parte de los clientes; dichos reclamos deben ser considerados con mucha importancia ya que son la fuente de información para conocer la insatisfacción de los clientes permitiendo resolver los reclamos recibidos a la mayor brevedad.

**En forma personal:** Los empleados deberán estar facultados para solucionar los problemas de los clientes estableciendo un proceso para la resolución.

**En forma telefónica:** Cuando el reclamo se realice por este medio, los empleados deberán darle seriedad a este y notificarlos al encargado de la empresa, para brindarle solución.

**En forma electrónica:** esta puede recibirse por correo electrónico. Por lo tanto deberá establecerse un hábito de leer diariamente los correos.

El método que las empresas deben emplear para la captura de reclamos deberá ajustarse a las necesidades de sus clientes, de manera que facilite expresarse de manera concreta y abierta; y que el costo de mantenerlo para la empresa no sea excesivamente alto. Sin importar el medio utilizado para recibir los reclamos deberán registrarse en forma escrita a través, de una boleta de reclamo. **Ver boleta de reclamo**

**Para el procesamiento de los reclamos las empresas deberán llevar a cabo las siguientes acciones :**

- Sin importar la forma de recibir el reclamo, las empresas deben darle seguimiento; para ello es necesario consolidar los reclamos en una sola área, o persona.
- Los reclamos deben ser anotados y registrados por número consecutivo, de acuerdo a fecha y hora de recibido.
- Es fundamental que se lleve un record de reclamos recibidos, contra los atendidos y los que están pendientes con el fin de darle el seguimiento.
- La empresa deberá comunicarse con el cliente e informarle el proceso del reclamo.
- Es fundamental comunicarle al cliente sobre la resolución, sea positiva o negativa. Ya que eso espera el cliente por parte de la empresa; dicha resolución puede ser comunicada por diversos medios: escritos, telefónicos y electrónicos.

**Boleta de Reclamo**

<b>Logo de la empresa</b>	<b>Nombre de la empresa</b>	<b>N° _____</b>
<b>FORMULARIO DE RECLAMO DEL USUARIO DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO INFORMÁTICO</b>		
Nombre		
Domicilio:		
Correo electrónico: Teléfono:		
<b>NATURALEZA DEL RECLAMO</b>		
Empleados negligentes	_____	Incumplimiento de la garantía
Poca información de precio	_____	Tiempo de entrega
Mala calidad servicios	_____	Otros, especifique: _____
<b>DETALLE DEL RECLAMO</b>		
<b>Firma y sello de la empresa</b>		



**Pasos que los empleados de las micro y pequeñas empresas deberán seguir para la recepción de un reclamo**

- Mantener una actitud de servicio
- Ser amable en todo momento,
- Escuchar al cliente sin interrumpir
- Ofrecer una disculpa y ponerse en lugar y del lado del cliente, entender que para él es un problema
- Repetir su queja a él mismo demostrando que se le entiende
- Explicarle como se le dará solución al problema
- Resolver o tramitar personalmente el problema o canalizarlo a otra instancia
- Dar seguimiento hasta el final de la solución del problema
- Dar las gracias al cliente por la oportunidad de servirle

## ESTRATEGIA N° 6 “COMO TRATAR A LOS CLIENTES DIFÍCILES”

Por medio de esta estrategia las micro y pequeñas empresas desarrollarán en sus empleados las cualidades necesarias para el trato con clientes difíciles ya que representa una oportunidad para recuperar los clientes insatisfechos y lograr la lealtad de estos.

**A continuación se presentan como los empleados deben atender a los clientes difíciles:**

- **Transmita calma y confianza:** Informándole al cliente sobre el tipo de equipo informático que posee, modelo, capacidad y su obsolescencia; así también garantizarle al cliente que la información almacenada en su equipo será recuperada y tratada con confidencialidad ayudando al cliente a reponerse del enojo debido a los inconvenientes presentados
- **Corrija los errores y asegúrese que no vuelvan a ocurrir.** Una vez determinado el problema y cómo se originó, tomar las medidas necesarias para asegurarse que no va a volver a suceder.
- **Anticípese a las objeciones:** infórmele al cliente sobre riesgos, retrasos o cambios en los componentes del equipo, ya que generalmente esto es sinónimo de incomodidades, que si no son advertidas pueden convertirse en quejas
- **Agradezca al cliente:** Por la comprensión en el atraso o dificultad por la entrega del equipo informático y la cooperación para resolverlo
- **Manténgase en contacto con su cliente:** Elabore una base de datos de los clientes que solicitaron los servicios de mantenimiento de equipos informáticos; clasificándolos por tipos de computadora, tipos de mantenimiento para informarle sobre el estado de su caso.
- **Hacer sentir al cliente parte de la empresa:** convierta una experiencia de enojo y queja, para el cliente, en un reflejo de profesionalismo y compromiso hacia él.

## ESTRATEGIA N° 7 “REALIZAR SEGUIMIENTO AL SERVICIO”

Por medio de esta estrategia las empresas o negocios lograrán establecer relaciones sólidas con los clientes y con ello obtener información acerca de los servicios para mejorarlo.

En su mayoría las empresas que brindan servicios de mantenimiento informático no realizan seguimiento al servicio prestado, lo que no permite identificar las áreas en las cuales el servicio es deficiente

Algunos de los beneficios que proporcionara el seguimiento a las empresas o negocios son:

- Mantendrá la satisfacción de los clientes
- Mejorará la calidad de los servicios
- Atraerá a nuevos clientes
- Obtendrá información sobre los servicios

Todo esto debido al vínculo establecido de la empresa con el cliente.

Formas por las cuales las micro y pequeñas empresas pueden realizar seguimiento al servicio brindado:

- Las empresas o negocios deberán realizar llamadas telefónicas a los clientes, con el fin de conocer los resultados por los servicios prestados.
- Se deberá elaborar una lista de destinatarios a los cuales se les enviará por correo electrónico un cuestionario que contenga preguntas relacionadas con el servicio brindado permitiendo recuperar la respuesta de los clientes.
- Utilizar redes sociales (como facebook y twitter) para conocer la percepción del cliente por el servicio.

De igual manera las empresas o negocios deben realizar seguimiento a los clientes que no lograron fidelizar ya que son estos los que conocen los puntos débiles de los servicios, y su percepción es fundamental para cambiar o mejorar ciertos aspectos que pueden ocasionar insatisfacción en los clientes.

## ESTRATEGIA N° 8 “MEJORAR LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA”

Esta estrategia tiene como finalidad mejorar las instalaciones de la empresa para crear un ambiente agradable tanto para los empleados como a los clientes.

La mayoría de las empresas que ofrecen servicios de mantenimiento de equipo informático no poseen las instalaciones adecuadas, generando con ello incomodidad a los clientes, disminución en el desempeño de los trabajadores, afectando así la imagen de la empresa. Es por ello que se deben adaptar las actividades, espacios físicos y las necesidades de las personas logrando así mejorar el bienestar de los empleados y los clientes.

### **Acciones que las empresas o negocios deben llevar a cabo para mejorar sus instalaciones:**

- Los empleados deberán codificar los equipos informáticos al momento de ser recibidos que permita clasificarlas evitando así que se pierdan o sean cambiadas con las de otro equipo informático; además se deberá entregar al cliente un comprobante para el reclamo de su equipo.
- Las empresas o negocios deben generar un ambiente idóneo es decir con buena iluminación y ventilación; además debe contar con vitrinas para guardar accesorios y piezas de las computadoras en donde el empleado realice sus actividades de manera eficaz
- Proporcionar a los empleados el espacio suficiente, adecuado y necesario para desarrollar sus funciones de manera eficiente y eficaz; al mismo tiempo permitirá a los clientes percibir que está en un lugar ordenado y limpio.
- Se deberán realizar revisiones periódicas a las instalaciones físicas de la empresa, evitando así problemas en las tuberías de agua, fallos en el sistema eléctrico y daños a la infraestructura.
- Fomentar una cultura de cuidado y respeto en los empleados de las distintas áreas de la empresa.

## ESTRATEGIA N° 9 “CONTRATAR EL PERSONAL IDÓNEO”

El propósito de esta estrategia es que las micro y pequeñas empresas recluten y seleccionen al personal que cumplan con el perfil establecido por las empresas, lo que permitirá ofrecer servicios de mantenimiento de equipo informático de tal manera que superen las expectativas de los clientes.

### **Perfil que debe cumplir el personal encargado de ofrecer servicios de mantenimiento de equipo informático**

- **Conocimientos:** relacionados al mantenimiento de equipos informáticos en hardware y software así como las habilidades y destrezas necesarias para brindar estos servicios.
- **Comunicación y cortesía:** deberá establecer una comunicación sencilla, sincera y personalizada para aumentar la confianza de los usuarios; además los empleados deben mostrar amabilidad en todo momento, sin importar los tipos de clientes que se presenten en la empresa.
- **Responsable y honesto:** deberá ofrecer los servicios sin ningún tipo de alteración en la información o el estado de los equipos informáticos además el personal deberá ser prudente con el manejo de información de tipo confidencial que posee cada cliente.
- **Capacidad para trabajo en equipo:** para lograr un mejor desempeño, y evitar pérdida de tiempo para los clientes

### **Procesos para reclutar el personal idóneo**

Las micro y pequeñas empresas deberán elaborar una boleta en la cual se detallen los requisitos que deberán cumplir las personas que soliciten ser contratadas, además describirá las prestaciones que serán ofrecidas por las empresas.

Las micro y pequeñas empresas deberán tomar en consideración lugares en los se imparten estudios técnicos relacionados con el mantenimiento de equipos informáticos como: ITCA ( Instituto Tecnológico Centroamericano), INSAFORP ( Instituto Salvadoreño de Formación Profesional), Colegio Santa Cecilia, Instituto Técnico Ricaldone,

**Dicha boleta se presenta a continuación:**

EMPRESAS ORIENTADAS A BRINDAR SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO  
INFORMÁTICO REQUIERE CONTRATAR:

## TÉCNICOS EN MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INFORMÁTICOS

### Requisitos:

- Indispensable título o diploma de técnico en computación.
- Conocimientos en mantenimiento de hardware y software
- Conocimientos técnicos en reparación de equipos informáticos
- Disponibilidad para horarios flexibles
- Honrado, responsable
- Buena presentación
- Trabajo en equipo y buenas relaciones interpersonales



### Prestaciones:

- Sueldo base
- Premios por metas alcanzadas
- Capacitación y desarrollo en la empresa
- Prestaciones de ley

Enviar curriculum a:

Correo electrónico:

\*\*\*\*\*@hotmail.com

☐ cita al: 0000-0000

**Pasos a seguir para seleccionar el personal idóneo:****Paso 1:**

Los encargados de las micro y pequeñas empresas deberán seleccionar los curriculum de las personas que cumplen con el perfil establecido.

**Paso 2:**

Se entrevistará al personal seleccionado a los cuales se les realizaran preguntas con la finalidad de evaluar sus capacidades.

**Paso 3:**

Las empresas deben establecer un período de prueba en el cual las personas que han sido seleccionadas realicen los diferentes tipos de mantenimiento que ofrece la empresa; de igual manera la forma en como atiende a los clientes.

**Paso 4:**

De acuerdo al resultado obtenido en la evaluación del desempeño de las personas sometidas a prueba se deberán contratar a aquellas que se hayan comprometido con los objetivos de la empresa.

**ESTRATEGIA N° 10 “ELABORACIÓN DE UN COMPROBANTE DE INGRESO DEL EQUIPO  
INFORMÁTICO PARA GENERA CONFIANZA EN LOS CLIENTES”**

El propósito de esta estrategia es que las micro y pequeñas empresas elaboren una boleta que se use como comprobante de ingreso del equipo informático que contribuya a mantener un control de las piezas, la identificación del tipo de mantenimiento brindado e información general del cliente con la finalidad de generarles confianza.

Cada empleado que brinda servicios de mantenimiento informático deberá hacer uso de la boleta que se presenta a continuación:

<b>Logo de la empresa</b>	<b>Nombre de la empresa</b>	<b>N° _____</b>
<b>COMPROBANTE DE INGRESO DE EQUIPO INFORMÁTICO</b>		
Nombre		Código del equipo:
Domicilio:		
Correo electrónico: Teléfono:		
<b>DATOS DEL EQUIPO INFORMÁTICO</b>		
Tipo de computadora:	Marca:	Modelo: Serie:
Tiempo de uso:		Tipo de mantenimiento:
Encargado de realizar el mantenimiento:		
Fecha en que se realiza el mantenimiento:		
Fecha de entrega del equipo informático:		
Firma y sello		



Los formularios debe estar numerado correlativamente; este incluirá un original que será archivado por la empresa que ha realizado el servicio de mantenimiento del equipo informático con la finalidad de incorporarlos a la base de datos de sus clientes y una copia para el usuario con la cual solicite su equipo

Además los encargados de las micro y pequeñas empresas deben elaborar un libro el cual se registre un expediente por cada cliente en el que se detalle el tipo de computadora y mantenimiento realizado, la fecha en que se efectuó, el encargado de brindar el servicio.

Cada cliente deberá ser clasificado mediante categorías según la frecuencia con la que éstos solicitan los servicios de mantenimiento informáticos:

- A** : clientes que solicitan los servicios en el periodo de 1 a 3 meses,
- B**: clientes que solicitan los servicios en el periodo de 4 a 6 meses y
- C**: clientes que solicitan los servicios en el periodo de 7 meses en adelante,

Todo ello contribuirá a que las micro y pequeñas empresas posean una herramienta para el control de sus clientes; es conveniente que estos registros sean llevados de manera electrónica de manera que facilite su uso.

<b>PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HARDWARE Y SOFTWARE QUE CONTRIBUYA A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS A GENERAR CONFIANZA Y POSICIONAMIENTO EN LOS USUARIOS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.</b>			
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ASIGNACIÓN DE RECURSOS</b>	<b>DETALLE US \$</b>	<b>TOTAL US \$</b>
<b>ESTRATEGIA N° 1</b> “Capacitar al personal en las empresas o negocios que brindan mantenimiento a equipos informáticos.”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitadores</li> <li>Papelería y útiles</li> <li>Refrigerios</li> <li>Local</li> </ul>	\$500.00*	\$650.00
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revistas</li> <li>Libros digitales</li> <li>Papelería y útiles</li> </ul>	\$50.00 \$50.00 \$50.00	
<b>ESTRATEGIA N° 2</b> “Fomentar el liderazgo en los empleados de las micro y pequeñas empresas que ofrecen mantenimiento a equipo informáticos.”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso Humano</li> <li>Material didáctico</li> </ul>	\$40.00	\$40.00
<b>ESTRATEGIA N° 3</b> “Ofrecer calidad en los servicios de mantenimiento de equipo informático mediante la aplicación de las dimensiones de la calidad.”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recurso Humano</li> <li>Papelería y útiles</li> </ul>	\$25.00	\$25.00

ESTRATEGIA	ASIGNACIÓN DE RECURSOS	DETALLE US \$	TOTAL US \$
<b>ESTRATEGIA N° 4:</b> “Ofrecer una garantía para los servicios de mantenimiento de equipo informático para generar confianza en los usuarios”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Papelería y útiles</li> </ul>	\$30.00	\$30.00
<b>ESTRATEGIA N° 5</b> “Sistema de administración de reclamos”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Papelería y útiles</li> </ul>	\$10.00	\$10.00
<b>ESTRATEGIA N° 6</b> “Como tratar a los clientes difíciles”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Papelería y útiles</li> </ul>	\$45.00	\$45.00
<b>ESTRATEGIA N° 7</b> “Realizar seguimiento al servicio”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso Humano</li> <li>• Papelería y útiles</li> <li>• Viáticos</li> </ul>	\$30.00 \$50.00	\$80.00
<b>ESTRATEGIA N° 8</b> “Mejorar las instalaciones de la empresa”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Mobiliario y equipo</li> </ul>	**	

ESTRATEGIA	ASIGNACIÓN DE RECURSOS	DETALLE US \$	TOTAL US \$
<b>ESTRATEGIA N° 9</b> "Contratar el personal idóneo"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Papelería y útiles</li> <li>• Viáticos</li> </ul>	 \$20.00 \$30.00	  \$50.00
<b>ESTRATEGIA N°10</b> "Elaboración de un comprobante de ingreso del equipo informático para genera confianza en los clientes"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Papelería</li> </ul>	 \$25.00	 \$25.00
<b>Total de inversión anual</b>			<b>\$955.00</b>

\*Este monto representa el pago a la empresa que realizará la capacitación.

\*\* El monto dependerá del tipo de trabajo que se realizara.

**Nota:** Es necesario aclarar que estos montos podrían variar de acuerdo con las necesidades de cada estrategia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### 1. Libros

Benjamín Franklin Enrique, Organización de Empresas, Análisis, diseño y estructura, Mc Graw Hill, 2002

Cohen Daniel, Sistemas de información para los negocios, editorial McGraw Hill 4ª. Edición, México, 2005

Davis Fred R, Administración Estratégica Prentice Hall 9ª. Edición 2003

Gómez Ceja Guillermo. Planeación y Organización de Empresas. Mc Graw Hill 8 Edición

Hair Bush Ortinav, investigación de mercados en un ambiente de información cambiante, 2ª edición Mc Graw- Hill.

Hanan Mack, Estrategias Recompetitivas, Editoriales Norma, Colombia, 1987

Heiebing Roman, Como preparar el exitoso plan de mercadotecnia, México, Mc Graw Hill, 1992

Hernández Sampiere, Roberto. Metodología de la investigación 2ª edición editorial edición Mc Graw -Hill 1998.

Juran Josep M, "Juran y la Planificación de la Calidad, Edición Díaz de Santo, Editorial Española, 1990

Leonard I. Berry, Un buen servicio ya no basta, editoriales Norma, 1995

Levine Gutiérrez Guillermo Computación y programación moderna: perspectiva integral de la informática, México Pearson Educación, 2001

Mejía Mesa Aurelio, Guía Práctica para Manejar y Reparar la Computadora, 10ª Edición, 2004.

Méndez Morales. José Silvestre Economía y la Empresa .3ª edición, México, McGraw-Hill. 2002,

Prieto Espinosa Alberto, Introducción a la Informática, Mc Graw Hill, 2002

Sanders Donald, Informática Presente y Futuro, Mc Graw Hill, 1990

Stanton William, Fundamentos de Marketing, 13ª ed McGraw Hill, 2004

Stoner James, Administración, 6ª edición, México D.F. Prentice Hall, 1996

Villareal de Anaya Sonia, Introducción a la computacional, México D.F. 3ª edición, Mc Graw Hill

## **2. Revistas y artículos.**

Competir en las ocho dimensiones de la calidad, Harvard-Deusto Business Review, 2º trimestre, 1988

Departamento de asuntos económicos y sociales, División estadística, Informes estadísticos, Serie M, N°4 /Rev. 4 Naciones Unidas, Nueva York 2009 “Clasificación Industrial Internacional Uniforme”

El poder de la garantía incondicional de los servicios, Christopher W. L. Hart, Harvard Business School, 1º trimestre, 1989

Libro Blanco de la microempresa. 1997. (FUSADES, ANEP, AMPES Y OTROS)

FUSADES Revista Dinámica Empresarial, tercer trimestre 2000

La estrategia de operaciones en empresas de servicios, Profesor Guillermo D. Selva, Gerencia de Operaciones de INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas) Business School, Alajuela, Costa Rica, Julio 2005.

Prando, Raúl R. Manual de Gestión de Mantenimiento a la Medida, 1996

## **3. Tesis consultadas**

Arbizú Menjívar Iris Carolina, Estudio de viabilidad para la creación de una agencia de la caja de crédito de Zacatecoluca. Universidad de El Salvador, Año 2007

Baires Ana Miriam y Otros. “Propuesta de estrategias para las micro y pequeñas empresas ante la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio”. Universidad Dr. Andrés Bello. Año 2006

Cáceres Montoya María Gertrudis y otros. “Diseño de un sistema de inventarios en las pequeñas empresas dedicadas a la fabricación de productos de polipropileno”, Universidad de El Salvador, Año 2008

Hernández Ana Miriam y otros.” Propuesta de estrategia para las micro y pequeñas empresas ante la entrada en vigencia del tratado de libre comercio.” Universidad Dr. Andrés Bello. Año 2006.

#### **4. Leyes**

Ley de Protección al Consumidor

#### **5. Websites visitados y accesados.**

[www. INCAE.ac.cr/ES/](http://www.INCAE.ac.cr/ES/); consultado el 5 de abril 2010

<http://es.wikipedia.org/wiki/tecnología>; consultado el 04 de mayo 2010

[www. monografias.com](http://www.monografias.com); consultado el 24 de mayo 2010

[www.dygestic.gob.sv](http://www.dygestic.gob.sv); consultado 17 Junio 2010

[www.sansalvador.gob.sv](http://www.sansalvador.gob.sv); consultado 20 Junio 2010

[www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota\\_completa.aspe](http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.aspe); consultado el 13 de Julio 2010

## GLOSARIO

**AMPES (Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios):** es una organización gremial empresarial creada por empresarios para el servicio de la Pequeña y Mediana Empresa Salvadoreña, que ofrecerá los socios diversos tipos de seminarios y ciclos de capacitación, acompañamientos a través de consultorías directas, asesorías técnicas individuales y colectivas que le permitan al empresario visualizar y entrar a la globalización.

**BITS:** unidad digital más pequeña que puede manejar una computadora, se maneja a través del sistema binario

**COBOL:** (COmmon Business –Oriented Language - Lenguaje Común Orientado a Negocios). COBOL es un lenguaje de programación creado en 1960 con el objetivo de crear un lenguaje universal para cualquier tipo de computadora, orientado a la informática de gestión.

**COMERCIO ELECTRÓNICO:** compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

**COMPETITIVIDAD:** capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible.

**COMPILADOR:** programa informático que traduce un programa escrito en un lenguaje de programación a otro lenguaje de programación, generando un programa equivalente que la máquina será capaz de interpretar.

**CONAMYPE (Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa):** contribuye al desarrollo de tejidos productivos con el propósito de que puedan integrarse a la economía local, nacional y regional.

**DEMANDA:** cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por un consumidor o conjunto de consumidores

**DISPOSITIVO ELECTRÓNICO:** combinación de componentes electrónicos organizados en circuitos, destinados a controlar y aprovechar las señales eléctricas.

**FIDELIZACIÓN DE CLIENTES:** mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, obteniendo una alta participación en sus compras



**FORTRAN:** lenguaje de programación desarrollado por IBM entre 1954 y 1957, este lenguaje es utilizado primordialmente en aplicaciones científicas y de análisis numérico.

**FUSADES (Fundación Salvadoreña para El Desarrollo Económico y Social):** Organización privada, sin fines de lucro, dedicada a la investigación y estudios para promover políticas públicas orientadas al desarrollo sostenible de El Salvador.

**LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN:** lenguaje artificial que puede ser usado para controlar el comportamiento de una máquina, especialmente una computadora.

**LIDERAZGO:** conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir en un colectivo de personas, haciendo que este colectivo trabaje con entusiasmo en el logro de objetivos comunes

**MERCADO META:** segmento del mercado al que está dirigido un bien, ya sea producto o servicio. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.

**OFERTA:** cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento.

**PASCAL:** lenguaje de programación desarrollado en los años 60 con el objetivo de convertirse en un lenguaje sencillo para el aprendizaje de la programación

**PROCEDIMIENTO:** modo de ejecutar determinadas acciones que suelen realizarse de la misma forma, con una serie común de pasos claramente definidos, que permiten realizar una ocupación, trabajo, investigación, o estudio correctamente.

**PRODUCTIVIDAD:** relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

**SISTEMA BINARIO:** sistema de numeración en el que los números se representan utilizando solamente las cifras cero y uno (0 y 1).

**TRANSISTOR:** dispositivo compuesto de un material semiconductor que amplifica una señal o abre o cierra un circuito

**VENTAJA COMPETITIVA:** ventaja que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras

## **ANEXOS**

ANEXO 1: Imagen de la computadora ENIAC.

ANEXO 2: Imagen del IBM S/360

ANEXO 3: Mapa del Distrito 2 del Municipio de San Salvador.

ANEXO 4: Cuestionario para los usuarios del servicio de mantenimiento de equipos informáticos.

ANEXO 5: Cuestionario para las empresas que ofrecen el servicio de mantenimiento de hardware y software.

ANEXO 6: Carta con el número de micro y pequeñas empresas en el distrito 2 del Municipio de San Salvador.

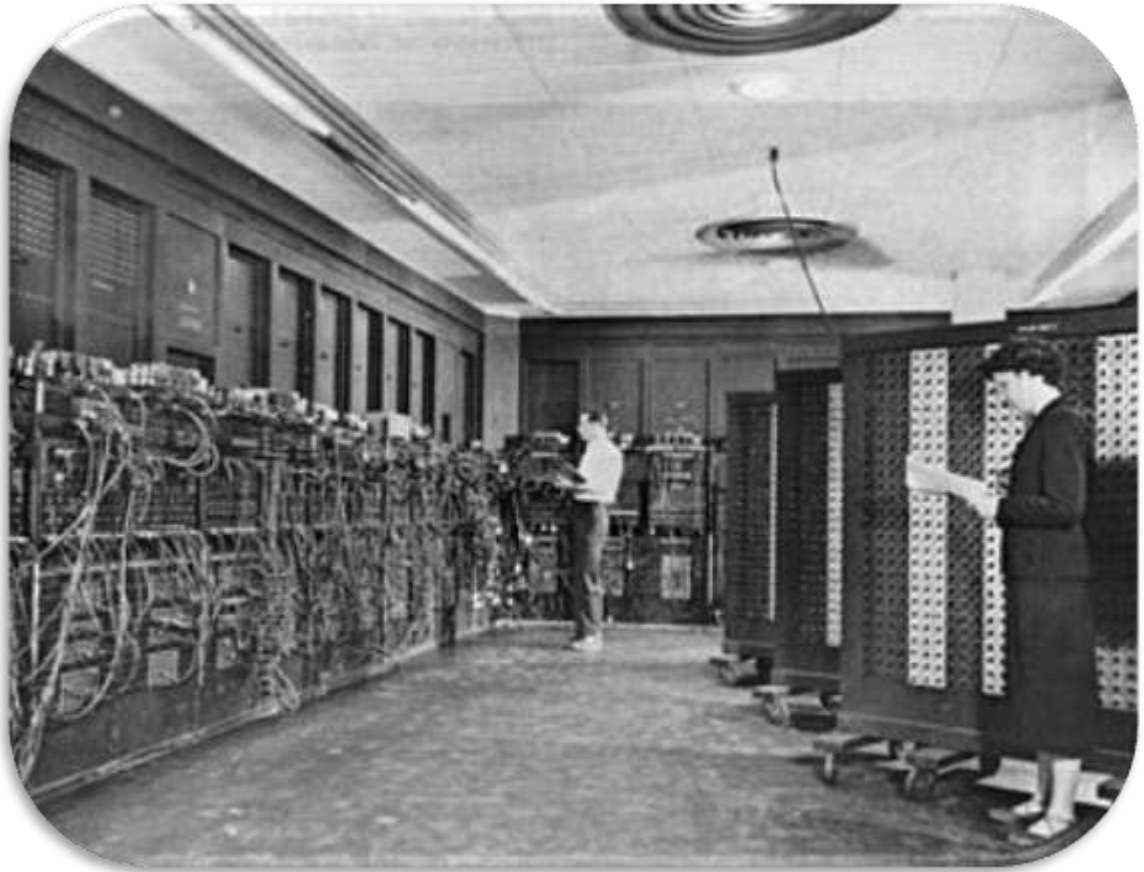
ANEXO 7: Nombres de Empresas Encuestadas del Distrito 2 del Municipio de San Salvador

ANEXO 8: Indicadores clave de la infraestructura de las TIC y el acceso a ellas.

## Anexo 1

ENIAC

*Electronic Numerical Integrator And Computer* (Computador e Integrador Numérico Electrónico),



Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/ENIAC>

La ENIAC fue construida en la Universidad de Pennsylvania por John Presper Eckert y John William Mauchly ocupaba una superficie de 167 m<sup>2</sup> y operaba con un total de 17.468 válvulas electrónicas o tubos de vacío que a su vez permitían realizar cerca de 5000 sumas y 300 multiplicaciones por segundo. Físicamente, la ENIAC tenía 17.468 tubos de vacío, 7.200 diodos de cristal, 1.500 relés, 70.000 resistencias, 10.000 condensadores y 5 millones de soldaduras. Pesaba 27 Tm, medía 2,4 m x 0,9 m x 30 m; utilizaba 1.500 conmutadores electromagnéticos y relés; requería la operación manual de unos 6.000 interruptores, y su programa o software, cuando requería modificaciones, demoraba semanas de instalación manual.

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/ENIAC>

## Anexo 2

El IBM S/360



Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/IBM\\_S/360](http://es.wikipedia.org/wiki/IBM_S/360)

El IBM S/360 (S/360) es un sistema de computación de la familia mainframe que IBM anunció el 7 de abril de 1964. Fue la primera familia de ordenadores diseñados para cubrir las aplicaciones independientemente de su tamaño o ambiente (científico, comercial). En el diseño se hizo una clara distinción entre la arquitectura e implementación, permitiendo a IBM sacar una serie de modelos compatibles a precios diferentes. Los modelos S/360 anunciados en 1964 variaban en velocidad de 0,034 MIPS a 1,700 MIPS (50 veces la velocidad) y entre 8 KB y 8 MB de memoria principal, aunque este último fue inusual.

Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/IBM\\_S/360](http://es.wikipedia.org/wiki/IBM_S/360)

## Anexo 3

### DISTRITO 2 DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

#### Mapa de Distrito



#### Información:

Población Total 110,475

Extensión Territorial 11.16 km<sup>2</sup>

#### Límites Geográficos

Norte:

Limita con el municipio de Mejicanos, en el tramo la intersección de la 29 avenida Norte.

Sur:

Parte de la quebrada La Mascota con la Alameda Manuel Enrique Araujo

Este:

Intersección de la 25 Avenida Norte con la quebrada La Mascota

Oeste:

Parte de la quebrada La Mascota con La Alameda Manuel Enrique Araujo



Anexo 4  
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Objetivo:** Obtener información referente las empresas o negocios en el municipio de San Salvador que brindan servicio de mantenimiento de hardware y software y la relación a la garantía en la calidad de estos servicios. La información a recolectar será utilizada solo para fines académicos –investigación para trabajo de graduación.

**Indicaciones:** Marcar con una “X” la respuesta que considere más conveniente y complemente cuando sea necesario. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

<b>I. DATOS GENERALES</b>	
Profesión u Oficio _____	a. Estudiante ___ b. Empleado(a) ___ c. Negocio Propio ___
<b>II. EQUIPOS INFORMÁTICOS</b>	
1. ¿Qué tipo de computadora posee?	a. De escritorio ___ b. Laptop ___
2. ¿Hace cuánto adquirió su equipo informático?	a. Menos de un año ___ b. De uno a tres años ___ c. Más de tres años ___
3. ¿Es su primer equipo informático el que posee?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es “Si” pase a la pregunta 5</b>
4. ¿Cuál fue la razón por la que cambio el equipo anterior?	a. Innovación ___ b. Se volvió obsoleto ___ c. Falta de repuestos ___ d. Mal servicio de mantenimiento ___
5. ¿Qué prefiere cuando sus equipos informáticos presentan fallas?	a. Cambiar el equipo ___ b. Brindarle mantenimiento ___
<b>III. SERVICIOS DE MANTENIMIENTO INFORMÁTICO</b>	
6. ¿Qué tipo de empresa o negocio dedicado al mantenimiento de computadoras fue el último en brindarle servicios?	a. Taller de reparación de computadora ___ b. Empresa de prestigio dedicadas al mantenimiento de computadoras ___ c. Amigos o conocidos ___
7. ¿Qué criterios considera que tiene mayor influencia en su decisión al elegir la empresa o negocio que le brinde mantenimiento de hardware y software? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Precio _____ b. Servicio al cliente _____ c. Garantía en el servicio _____ d. Formas de pago _____ e. Confianza en el servicio _____
8. ¿Qué tipo de mantenimiento solicita con frecuencia? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Preventivo _____ b. Actualizaciones de hardware _____ c. Correctivo _____ d. Instalación de programas _____
9. ¿Cómo considera el servicio que recibió por parte de la empresa o negocio?	a. Excelente ___ b. Muy bueno ___ c. Bueno ___ d. Regular ___ e. Malo ___
10. ¿Recomendaría a otros la empresa o negocio que le brindo el servicio?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es “No” pase a la pregunta 12</b>
11. ¿Cuáles han sido las razones por las cuales está conforme con el servicio recibido?  (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Calidad del servicio _____ b. Confianza _____ c. Agilidad de respuesta _____ d. Costo del servicio _____ e. Responsabilidad _____ f. Cumplimiento de garantía _____ g. Cumplimiento de expectativas _____ h. Asesoría y seguimiento al servicio _____
<b>IV. TIEMPO DE ENTREGA</b>	
12. ¿Cómo considera que es el tiempo de entrega del equipo informático por parte de la empresa o negocio?	a. Excelente ___ b. Muy bueno ___ c. Bueno ___ d. Regular ___ e. Malo ___
<b>V. COSTO DEL SERVICIO</b>	
13. ¿Cómo considera el costo del servicio de mantenimiento que recibió por parte de la empresa o negocio?	a. Excelente ___ b. Muy bueno ___ c. Bueno ___ d. Regular ___ e. Malo ___

<b>VI. GARANTÍA DEL SERVICIO</b>																																																							
14. ¿Ha recibido garantía por parte de la empresa o negocio al solicitar los servicios de mantenimiento?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 17</b>																																																						
15. ¿Qué tipo de garantía le brinda la empresa o negocio en caso de fallos en el servicio?	a. Repararlo sin ningún costo ___ b. Repararlo con un costo adicional ___ c. Reembolso de pago ___																																																						
16. ¿Cómo considera la garantía ofrecida por la empresa o negocio que brinda servicios de mantenimiento?	Se le otorga sin excepción a. Si ___ b. No ___ Se le da a conocer desde un inicio a. Si ___ b. No ___ Es fácil y rápida de cobrar a. Si ___ b. No ___																																																						
<b>VII. CALIDAD DEL SERVICIO</b>																																																							
17. ¿Al momento de solicitar servicios de mantenimiento que criterios considera de importancia?  (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Rapidez ___ b. Confianza ___ c. Regalos ___ d. Calidad ___ e. Cortesía ___ f. Experiencia ___ g. Seguridad ___																																																						
<b>VIII. RETROALIMENTACIÓN EN EL SERVICIO</b>																																																							
18. ¿Ha recibido seguimiento del servicio por parte de la empresa o negocio?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 20</b>																																																						
19. ¿Cómo le brindaron el seguimiento?	a. Por teléfono ___ b. Correo electrónico ___ c. Visitas ___																																																						
20. ¿Alguna vez ha hecho algún reclamo por el servicio recibido?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 24</b>																																																						
21. ¿Cuáles herramientas utiliza la empresa o negocio para que exprese sus reclamos o sugerencias acerca del servicio prestado?	a. Cuestionario ___ b. Entrevista ___ c. Buzón de sugerencia ___																																																						
22. ¿Cómo considera que fue tomado su reclamo o sugerencia por parte de la empresa o negocio que le brinda el servicio de mantenimiento?	a. Con mucha importancia ___ b. Poca importancia ___ c. Sin importancia ___																																																						
23. ¿Cuál ha sido la razón por la cual realizó el reclamo del servicio recibido?	a. Empleados negligentes ___ b. Incumplimiento de la garantía ___ c. Poca información de precio ___ d. Tiempo de entrega ___ e. Mala calidad servicios ___																																																						
<b>IX. PERSONAL QUE REALIZA EL MANTENIMIENTO</b>																																																							
24. ¿Cómo considera los conocimientos del personal que le brinda el servicio?	a. Capacitado ___ b. Conocimientos básico ___ c. En proceso de aprendizaje ___																																																						
<b>X. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES</b>																																																							
25. ¿Cómo considera el acceso a las instalaciones de la empresa o negocio que le brinda servicios de mantenimiento?	a. Excelente ___ b. Muy bueno ___ c. Bueno ___ d. Regular ___ e. Malo ___																																																						
26. ¿Qué opinión le merece el ambiente físico de las instalaciones de la empresa o negocio que le brinda los servicios de mantenimiento?	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Elementos</th> <th>Excelente</th> <th>Muy Bueno</th> <th>Bueno</th> <th>Regular</th> <th>Malo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mobiliario y equipo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Iluminación</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ventilación</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Limpieza en instalaciones</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Espacio físico</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Decoración</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Comodidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Elementos	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Mobiliario y equipo						Iluminación						Ventilación						Seguridad						Limpieza en instalaciones						Espacio físico						Decoración						Comodidad					
	Elementos	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo																																																	
	Mobiliario y equipo																																																						
	Iluminación																																																						
	Ventilación																																																						
	Seguridad																																																						
	Limpieza en instalaciones																																																						
	Espacio físico																																																						
Decoración																																																							
Comodidad																																																							

**Gracias por su colaboración**



**Anexo 5**  
**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Objetivo:** Obtener información referente las empresas o negocios en el municipio de San Salvador que brindan servicio de mantenimiento de hardware y software y la relación a la garantía en la calidad de estos servicios. La información a recolectar será utilizada solo para fines académicos –investigación para trabajo de graduación.

**Indicaciones:** Marcar con una “X” la respuesta que considere más conveniente y complemente cuando sea necesario. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

<b>I. EMPRESA</b>	
1. ¿Cuántos años tiene la empresa de brindar servicios de mantenimiento en hardware y software?	a. Menos de un año ___ b. De uno a tres años ___ c. Más de tres años ___
2. ¿Qué tipo de mantenimiento ofrece? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Preventivo _____ b. Actualizaciones de hardware _____ c. Correctivo _____ d. Instalación de programas _____
<b>II. TIEMPO DE ENTREGA</b>	
3. ¿Qué aspecto considera para dar respuesta rápida en el mantenimiento de equipos informáticos?	a. Orden de llegada ___ b. Existencia de repuestos ___ c. Anticipo de pago ___
<b>III. PRECIO DEL SERVICIO</b>	
4. ¿Qué criterios utiliza para fijar precios de los servicios de mantenimiento de hardware y software?	a. Costos de reparación ___ b. Precios de competencia ___ c. Costos de operación del negocio ___
<b>IV. GARANTÍA DEL SERVICIO</b>	
5. ¿La empresa ofrece garantía en los servicios brindados a sus clientes?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es “No” pase a la pregunta 8</b>
6. ¿Qué tipo de garantía brinda a sus clientes en caso de fallos en el servicio?	a. Repararlo sin ningún costo _____ b. Repararlo con un costo adicional _____ c. Reembolso de pago _____
7. ¿Qué opinión tiene acerca de la garantía que brinda a los clientes en relación con los siguientes aspectos?	Se le otorga sin excepción a. Si ___ b. No ___ Se le da a conocer desde un inicio a. Si ___ b. No ___ Es fácil y rápida de cobrar a. Si ___ b. No ___
<b>V. CALIDAD DEL SERVICIO</b>	
8. ¿De acuerdo a su criterio que aspectos considera importantes al momento de ofrecer sus servicios? (Seleccione solamente 2 e indique según nivel de importancia; siendo 1 el de mayor valor y 2 la última importancia)	a. Rapidez _____ b. Confianza _____ c. Regalos _____ d. Calidad _____ e. Cortesía _____ f. Experiencia _____ g. Seguridad _____
<b>VI. RETROALIMENTACIÓN EN EL SERVICIO</b>	
9. ¿Realiza su empresa seguimiento al servicio brindado?	a. Si ___ b. No ___ <b>Si su respuesta es “No” pase a la pregunta 11</b>
10. ¿Cómo realiza el seguimiento al servicio brindado?	a. Por teléfono ___ b. Correo electrónico ___ c. Visitas ___



11. ¿Ha recibido su empresa algún reclamo por el servicio prestado?	a. Si ____ b. No ____ <b>Si su respuesta es "No" pase a la pregunta 16</b>																																																						
12. ¿Qué herramientas utiliza su empresa para conocer los reclamos o sugerencias de los clientes?	a. Cuestionario ____ b. Entrevista ____ c. Buzón de sugerencia ____																																																						
13. ¿Cuáles han sido las razones por las cuales el cliente realiza reclamos? Seleccione dos opciones	a. Empleados negligentes ____ b. Incumplimiento de la garantía ____ c. Poca información de precio ____ d. Tiempo de entrega ____ e. Mala calidad servicios ____																																																						
14. ¿Cuándo el cliente realiza reclamos, se busca solucionarlos a la mayor brevedad?	a. Si ____ b. No ____																																																						
15. ¿Qué medidas toma la empresa cuando recibe reclamos sobre el servicio prestado? Seleccione dos opciones	a. Sanciona al personal involucrado ____ b. Envía obsequios al cliente ____ c. Proporciona servicios adicionales sin costo ____ d. Evalúa internamente las razones del mal servicios ____ e. Proporciona descuentos a los clientes ____																																																						
<b>VII. PERSONAL QUE REALIZA EL MANTENIMIENTO</b>																																																							
16. ¿Realiza programas de capacitación a los empleados que brindan el servicio?	a. Si ____ b. No ____ <b>Si su respuesta es "Si" pase a la pregunta 18</b>																																																						
17. ¿Cuáles son las razones por las que no ha capacitado al personal?	a. Falta de recursos ____ b. Falta de tiempo ____ c. No lo considera importante ____																																																						
<b>VIII. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES</b>																																																							
18. ¿Cómo considera el acceso a las instalaciones de su empresa?	a. Excelente ____ b. Muy bueno ____ c. Bueno ____ d. Regular ____ e. Malo ____																																																						
19. ¿Qué opinión le merece el ambiente físico de las instalaciones de su empresa?	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Elementos</th> <th>Excelente</th> <th>Muy Bueno</th> <th>Bueno</th> <th>Regular</th> <th>Malo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mobiliario y equipo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Iluminación</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ventilación</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Limpieza en instalaciones</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Espacio físico</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Decoración</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Comodidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Elementos	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Mobiliario y equipo						Iluminación						Ventilación						Seguridad						Limpieza en instalaciones						Espacio físico						Decoración						Comodidad					
Elementos	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo																																																		
Mobiliario y equipo																																																							
Iluminación																																																							
Ventilación																																																							
Seguridad																																																							
Limpieza en instalaciones																																																							
Espacio físico																																																							
Decoración																																																							
Comodidad																																																							

**Gracias por su colaboración**



San Salvador, 26 de mayo de 2010.

**Ing. Jose Ciriaco Gutiérrez Contreras**  
Docente Asesor  
Escuela de Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de El Salvador

Saludos cordiales y éxitos en sus labores diarias, de acuerdo a instrucciones recibidas por parte del Lic. Guillermo Jerez Magaña Gerente Financiero de esta Municipalidad, por medio del presente le doy el detalle de contribuyentes cuya actividad es la prestación de servicio de mantenimiento y de computación, registrados en nuestro sistema y que pertenecen al Distrito Numero Dos del Municipio de San Salvador.

Actividad Económica	Total de Contribuyentes Registrados
Venta, Reparación y Accesorios para Computadora	132
Asesoría y Consultaría en Computación	6
Consultaría y Servicios en Computación	18

No omito hacer de su conocimiento que dicha información es exclusiva para el uso de carácter estrictamente académico para el trabajo de graduación titulado "La garantía en la calidad de servicios como estrategia de posicionamiento en las micro y pequeñas empresas que brindan mantenimiento de hardware y software del distrito 2 del Departamento de San Salvador"

Atentamente,

  
**Lidia María del Carmen Monge**  
Jefa del Departamento de Impuestos



9ª. Calle Oriente y 4ª. Av. Norte N°. 320, Alameda Juan Pablo II.  
Tel. 2202-6000, Ext. 1252, Fax. 22026047  
Email: [ademonge@amss.gob.sv](mailto:ademonge@amss.gob.sv)  
[www.sansalvador.gob.sv](http://www.sansalvador.gob.sv)

**Anexo 7. Nombre de Empresas encuestadas del Distrito 2 del Municipio de San Salvador**

<b>NÚMERO</b>	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>
1.	COMPUSERVICE.
2.	SERMASAL S.A. DE C.V
3.	TATCOM TALLER TECNICO COMPUTADORAS
4.	PC ELECTRONICA
5.	SOLARE COMPUTER
6.	SERVICIOS ELECTRÓNICOS
7.	GREEN ENERGY TECHNOLOGIES, S. A. DE C.V.
8.	ISC COMPUTADORAS
9.	CITYCOMP
10.	RELESA
11.	ACCESS POINT
12.	GREEN ENERGY TECHNOLOGIES, S. A. DE C.V.
13.	MANTENIMIENTO MILENIUM
14.	MANTENIMIENTO ONLINE
15.	CENTRALION INDUSTRIAL DE EL SALVADOR
16.	IRWIN MANTENIMIENTO
17.	SERVICIOS ELECTRÓNICOS
18.	RYASA S.A. DE C.V
19.	SERVITOTAL
20.	COMPUMARKET

Anexo 8

**EL SALVADOR: INDICADORES CLAVE DE LA INFRAESTRUCTURA  
DE LAS TIC Y EL ACCESO A ELLAS.**

**EHPM 2005 - 2008**

<b>Indicadores clave básicos</b>		<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
A1	Líneas telefónicas fijas por cada 100 habitantes	9.94	10.17	10.10	9.34
A2	Abonados a telefonía celular móvil por cada 100 habitantes	11.56	15.94	26.41	35.70
A3	Computadoras por cada 100 habitantes	5.51	5.18	6.60	9.65
A4	Abonados a Internet por cada 100 habitantes	4.02	3.56	4.58	6.71
A5	Abonados a Internet banda ancha por cada 100 habitantes	n.d	n.d	n.d	n.d
A6	Ancho de banda internacional de Internet por habitante	n.d	n.d	n.d	n.d
A7	Porcentaje de la población con cobertura de telefonía celular móvil	11.56	15.94	26.41	35.70
A8	Tarifas de acceso a Internet(20 horas mensuales),en dólares de EE.UU. y como porcentaje del ingreso per cápita	16.99	16.50	14.96	14.27
A9	Tarifas de telefonía celular móvil(100 minutos de uso por mes),en dólares de EE.UU. y como porcentaje del ingreso per cápita	15.77	15.32	13.89	13.25
A10	Porcentaje de localidades con centros de acceso público a Internet por número de habitantes(rurales/urbanos)	n.d	n.d	n.d	n.d
<b>Indicadores clave extendidos</b>					
A11	Aparatos de radio por cada 100 habitantes	30.40	30.93	30.76	34.28
A12	Aparatos de televisión por cada 100 habitantes	21.76	22.74	23.41	24.02

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos. DIGESTYC.