



COMPUTACIÓN



HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT - CRM

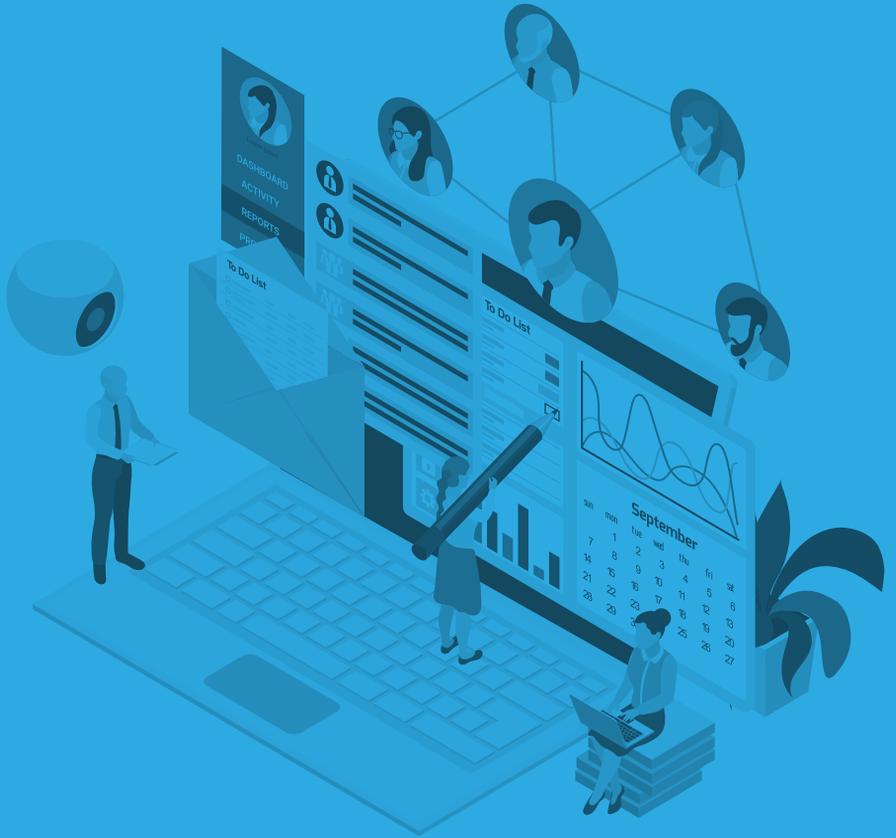
Ingrid Escobar

Carlos Gualsaqui

Jorge Miranda

COLECCIÓN LAUREADA





Herramientas para la gestión de las relaciones con los clientes

Customer Relationship
Management - CRM



Computación
Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Ingrid Escobar
Carlos Gualsaqui
Jorge Miranda

Herramientas para la gestión de las relaciones con los clientes

Customer Relationship
Management - CRM

Para referenciar este libro:

Escobar, I., Gualsaqui, C., & Miranda, J. (2022). *Herramientas para la gestión de las relaciones con los clientes. Customer Relationship Management – CRM*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

1. Customer Relationship Management - CRM; 2. Servicio al cliente; 3. metodología XP; Clasificación Thema: UFLS - SAP (sistemas, aplicaciones y productos en bases de datos) Clasificación Dewey: 005 - Programación. programas. datos de computadores
129 páginas; 15x21cm.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Dr. Jorge Mina – Rector

Dra. Teresa Sánchez – Vicerrectora

M. Sc. Hernán Benavides – Decano de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

M. Sc. Georgina Arcos – Directora de la carrera de Computación

PROCESO EDITORIAL

M. Sc. Marco Burbano – Director de Investigación

Dr. Duván Ávalos – Editor

Lic. Fernando Pazmiño – Diagramación y diseño

M. Sc. Johana Morillo – Gestión de publicación

AVAL ACADÉMICO

M. Sc. Pablo Francisco Puente Ponce – Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero.

M. Sc. Cruz Morales Sevilla – Eicono Soluciones Web 2.0

DATOS DE PUBLICACIÓN

Título: Herramientas para la gestión de las relaciones con los clientes. Customer Relationship Management – CRM.

Autores: Ingrid Escobar; ingrid.escobar@upec.edu.ec / Carlos Gualsaqui; carlos.gualsaqui@upec.edu.ec

/ Jorge Miranda; jorge.miranda@upec.edu.ec

Ilustración de portada: www.freepik.es

Concepto de portada: Lic. Fernando Pazmiño

Comentario de la solapa: M. Sc. Pablo Francisco Puente Ponce

DOI: <https://doi.org/10.32645/9789942914835>

ISBN: 978-9942-914-83-5

Disponibilidad digital: <https://www.publicacionesupec.org/index.php/carchi>

Edición: Primera, mayo del 2022.

© Universidad Politécnica Estatal del Carchi

© Ingrid Escobar; Carlos Gualsaqui; Jorge Miranda

Calle Antisana y Avenida Universitaria, Tucán, Carchi, Ecuador.

Tel: 06 2 224 079 / 06 2 224 080 / 06 2 224 081 Ext: 1300 / 1301

publicacionesupec@gmail.com

Ecuador, Tulcán. Mayo de 2022

Prohibida la reproducción de este libro, por cualquier medio, sin la previa autorización por escrito de los propietarios del copyright.

Contenido

INTRODUCCIÓN	12
Metodología	17
Muestra	20
EL EFECTO DE LOS CRM EN OTRAS EMPRESAS: ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	22
LOS CRM EN EMPRESAS DE INTERNET Y TELECOMUNICACIONES	26
Empresa de internet	26
Servicio al cliente	27
Tipos de atención al servicio	30
Funciones de servicio al cliente	31
Factores fundamentales de servicio al cliente	33
Herramienta de Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)	33
LOS CRM COMO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO	41
Metodología de desarrollo ágil	41
Modelo ISO 9126	43
Otros modelos	44

EL SENTIR DE LOS CLIENTES: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
Resultados de la encuesta aplicada	47
Resultados de la entrevista aplicada	58
APLICACIÓN WEB PARA GESTIONAR LAS RELACIONES CON EL CLIENTE	64
Asignación de roles	64
Historias de usuario	66
Valoración y estimación de tiempo de historias de usuario	73 74
Plan de entregas	75
Plan de iteraciones	77
Fases de diseño	100
Fase de desarrollo	102
Fase de pruebas	
BASES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES	117
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121
ACERCA DE LOS AUTORES	127

A nuestras familias,
que día a día con su presencia,
respaldo y cariño nos
impulsan para salir adelante.
Nuestros logros son los suyos.

Los autores.

Introducción

Las relaciones con los clientes son un factor esencial que permite el crecimiento empresarial. La necesidad de implementar técnicas y estrategias para conservar y atraer a nuevos consumidores ha ido incrementando; por ello, gran parte de las empresas ha optado por mejorar el servicio de atención. En Ecuador, la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) gestionó hasta mayo del 2019 8 684 requerimientos o reclamos de los ciudadanos, de los cuales el 39,44 % corresponde a reclamos, el 34,49 % a pedidos de información, el 26,06 % a denuncias y el 0,10 % a sugerencias, todas orientadas a mejorar la calidad de servicio a los clientes (Arcotel, 2019).

Cine Cable TV es una empresa que cuenta con siete sucursales: San Gabriel, Milagro, Quevedo, Babahoyo, Ibarra, Esmeraldas y Tulcán; ofrece los servicios de televisión por cable más internet banda ancha ilimitado; las actividades que se realizan dentro de la empresa son la atención de incidentes, el registro de solicitudes de servicio y el manejo del servicio de soporte técnico.

La empresa Cine Cable Tv sucursal Tulcán, en los últimos años, ha incrementado gran cantidad de clientes, presentando inadecuadas relaciones con los mismos. Debido a no enfocarse en brindar un buen servicio respecto a la atención, se han generado excesivas llamadas telefónicas para consultas, reclamos, sugerencias y peticiones de soporte técnico, todo lo cual, en ocasiones, congestiona las líneas telefónicas porque las llamadas no son atendidas a tiempo;