

PROYECTO DE GRADO  
PROGRAMA COMUNICATIVO “ÁGUILA”

CLAUDIA VÉLEZ BERNAL

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA, “UNAD”  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS  
COMUNICACIÓN SOCIAL CON ÉNFASIS EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA  
MEDELLÍN

2003

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE GRÁFICOS	4
LISTA DE ANEXOS	5
1. PRESENTACIÓN	6
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE GRADO: PROGRAMA COMUNICATIVO “AGUILA”.	8
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
2.3 JUSTIFICACIÓN	10
2.4 OBJETIVOS	11
2.4.1 Objetivo General	11
2.4.2 Objetivos Específicos	12
3. MARCO METODOLÓGICO	13
4. MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL	16
4.1 SITUACIONAL O POBLACIONAL	21
4.1.1 Antecedentes	21
4.1.2 Población Objeto	23
5. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO	24
5.1 INTERPRETACIÓN CUANTITATIVA	25
5.2 INTERPRETACIÓN CUALITATIVA	33

5.3 ELABORACIÓN DE LA INTRANET	35
6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	45
7. RECURSOS DISPONIBLES	46
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	54

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1.	Agilidad en la información	21
Gráfico 2.	Unificación de datos	22
Gráfico 3.	Eficacia en la información	23
Gráfico 4.	Utilización de medios tecnológicos	24
Gráfico 5.	Publicación oportuna de circulares e información	25
Gráfico 6.	Base de datos	26

## **LISTA DE ANEXOS**

Pág.

Anexo A.	Modelo de Encuesta	46
Anexo B.	Resultados de la Encuesta	51

## **1. PRESENTACIÓN**

Programa Comunicativo “Águila” es creado por la necesidad de mejorar la comunicación tanto interna como externa de la línea de atención al cliente Conavi, en la Empresa Multienlace S.A.; es una herramienta técnica que

permite brindar información ágil y veraz a los usuarios que se atienden diariamente a través de la línea.

La Intranet es una herramienta de gestión que permite una potente difusión de información y mecanismos de colaboración entre el personal. La elaboración del programa busca apoyar los procesos que crean valor para la compañía y sus clientes, brindando datos, información y contacto a sus colaboradores en forma integrada a su espacio de trabajo habitual: el computador personal.

El desarrollo del programa permite implementar una red comunicativa al interior de la Empresa, siendo medio para la publicación de un boletín que facilita la interacción entre el personal.

Para la elaboración del programa, fue necesario contestar una serie de preguntas necesarias como son: saber qué ventajas comunicativas traería la elaboración de la página, es decir, cuál es el objetivo de elaborar la Intranet; a quién va dirigido, qué cantidad de información se necesita y dónde y cómo se consigue.; las respuestas a estas preguntas son el resultado de este trabajo, la elaboración de una Intranet bien desarrollada, con la información necesaria, una página clara, directa, objetiva y lo más importante, visualmente agradable.

Para el cumplimiento del proyecto se partió de la elaboración de una encuesta, a través del análisis y las conclusiones arrojadas por ésta, se ve urgente la necesidad de manejar dicho programa desarrollo en el transcurso de la investigación como medida práctica para suplir las falencias existentes al interior de la línea de servicio al cliente Conavi en Multienlace S.A.

Gran parte de las nuevas tecnologías de la información se han orientado a crear canales de comunicación al interior de las Empresas, sin lugar a dudas, la Intranet es una de las tecnologías que proporciona herramientas más adecuadas para transmitir la información de manera eficaz.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE GRADO: PROGRAMA COMUNICATIVO “AGUILA”**

### **2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los constantes cambios en la información proveniente del portafolio de productos que tiene Conavi, originan la prestación de un servicio deficiente al cliente externo, haciendo que el tiempo utilizado por los asesores en las llamadas no esté acorde con las preguntas de los usuarios; lo anterior se presenta por no tener un acceso rápido a la información solicitada.

Algunos de estos casos se vieron reflejados a comienzos del año 2003, cuando Conavi cambió los costos de los servicios, por ejemplo: se informó a los clientes que el costo de la tarjeta débito era \$5.000 cuando en el año 2003 quedó en \$6.000; igual ocurrió con la consulta de saldo de la cuenta de ahorros a través del Fonoconavi, en el año 2002 costaba \$300 y el siguiente año \$400.

La línea de atención al cliente Conavi, presenta debilidades en la información que suministra al cliente externo, debido a que no tiene un programa comunicativo que permita obtener datos actualizados de manera rápida y veraz.

La Empresa no cuenta con canales informativos que permitan proveer a los empleados de información unificada, causando en ocasiones errores en los datos que se le ofrece al cliente externo. Además, no existe un sistema con la

suficiente tecnología donde se brinde al cliente externo un espacio para obtener una comunicación efectiva, que colme todas las expectativas necesarias para satisfacer a los empleados a nivel comunicacional.

La Empresa es consciente de la necesidad de implementar una estrategia tecnológica que garantice una óptima comunicación, brindando las herramientas y el espacio requeridos para desarrollar este nuevo sistema.

Los conocimientos teórico – prácticos que se fueron consolidando durante la carrera de Comunicación Social, son el pilar para el análisis de los resultados cuantitativos y cualitativos que se realizaron al interior de la Empresa; a partir de la creación de objetivos claros se estructuran y generan procesos que dan solución a las necesidades que tiene la línea de atención al cliente Conavi.

## **2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Qué estrategias de índole comunicativo se deben generar al interior de la Empresa Multienlace S.A. para lograr resultados óptimos en la atención al cliente Conavi, mediante la utilización de tecnologías comunicativas e informativas.

## **2.3 JUSTIFICACIÓN**

Teniendo en cuenta la problemática existente en la información que suministra la Línea de Servicio al Cliente y los constantes reclamos y objeciones del cliente externo en la unificación de los datos por parte del asesor de Conavi; se hace necesario crear un instrumento que pueda suplir todas las demandas del servicio a nivel externo e interno, por medio de un sistema en red que permita obtener la misma información en todas las terminales implementadas desde un servidor, de una manera ágil y confiable; además de ser una estrategia para lograr un mejor nivel de servicio en la Línea de Atención al Cliente, al satisfacer plenamente las inquietudes y sugerencias del cliente externo, brindando un servicio eficaz.

Programa Comunicativo “ÁGUILA”, está creado con flexibilidad para garantizar su permanencia en el tiempo según las necesidades de la Línea. Su nombre se debe a las grandes cualidades que posee el Águila: es ejemplo de seguridad, eficiencia y eficacia; calidad de lo que se desea implementar o llevar a cabo. El programa comunicativo es una herramienta que permitirá encontrar la información de una manera rápida y su crecimiento será de acuerdo a los objetivos planteados según la visión de la línea y al esfuerzo de la

organización. Este programa proveerá información que llegará a varias terminales y su utilización será muy fácil.

## **2.4 OBJETIVOS**

### **2.4.1 Objetivo General**

Implementar una red comunicativa al interior de la Línea de atención al cliente Conavi, en la empresa Multienlace; mediante el desarrollo de un programa comunicativo en línea que permita rapidez y confiabilidad en la información.

### **2.4.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Crear un programa comunicativo (Águila) que sirva como herramienta técnica y permita un suministro de información eficiente (intranet).
  
- ✓ Unificar la información al interior de la línea de atención al cliente Conavi, con el fin de brindar una información veraz a los usuarios de la línea telefónica.

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

Se utiliza la metodología cuantitativa<sup>1</sup> y cualitativa; la primera necesaria para la tabulación y estadísticas de la prueba y la metodología cualitativa para la descripción y análisis de los resultados, ya que las dos metodologías son necesarios para el buen desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados.

El enfoque cuantitativo es utilizado en el análisis de la encuesta con preguntas estructuradas para todos los participantes, ya que permite analizar la información arrojada por la encuesta a partir de datos estadísticos y sirve para presentar una sistematización de los datos que esta arroje; se elabora una

primera encuesta para probar una versión del formulario con algunas personas, antes de realizar la encuesta a todos; así se tiene la oportunidad de mejorar las formulaciones. Luego se transcriben los datos para llegar a la conclusión de cuántos asesores respondieron cada pregunta afirmativa o negativamente y así poder analizar los resultados y arrojar conclusiones.

Se lleva a cabo el método hipotético – deductivo, el cual inicia con la deducción de hipótesis conceptuales y continúa con la operacionalización de las variables, la recolección y procesamiento de los datos, la interpretación y la inducción que busca contrastar los resultados empíricos con el marco conceptual que fundamenta el proceso deductivo<sup>2</sup>.

#### ➤ **Método**

El método de investigación es el inductivo, pues proporciona las herramientas necesarias para un mejor desempeño de los asesores de la línea de servicio al cliente Conavi.

#### ➤ **Técnica**

---

<sup>1</sup> BONILLA CASTRO, Elsy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. Pág. 50-85

La técnica utilizada en el enfoque cuantitativo es la encuesta, con la cual se consigue especialmente datos cuantitativos acerca de un tema en especial (la comunicación al interior de la línea de atención al cliente Conavi). La técnica utilizada en el enfoque cualitativo es la observación, la cual me permite recoger o comprobar información en un contacto directo con la realidad de la Empresa; además se utiliza el análisis de la problemática actual, mediante la cual se constituyen y procesan los datos pertinentes del problema de estudio para ser interpretados; mediante el análisis la información aportada por los asesores.

Se presenta una sistematización sobre los datos arrojados por la encuesta, además de un marco conceptual de los pasos a seguir en la implementación del producto informativo y finalmente se entrega el software.

El diseño metodológico que se aplica es el descriptivo<sup>3</sup>, ya que se busca crear un software informativo que no existe actualmente en la Empresa, mediante el cual se generan procesos comunicativos que permiten una mayor apropiación de la comunicación e información en la Empresa.

---

<sup>2</sup> Ibid. Pág. 45.

<sup>3</sup> TORRES CARRILLO, Alfonso. Aprender a Investigar en Comunidad I. Bogotá. 1995. Pág. 208-273.

#### **4. MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL**

Se realiza un análisis de procedimientos actuales, que diagnostican falencias corporativas en cuanto a los sistemas de comunicación que tiene la línea de Conavi, conociendo las bases teóricas y los diferentes sucesos históricos, para que en la implementación del nuevo producto se diferencie las experiencias anteriores que han modificado los parámetros conceptuales de la Empresa, con relación a la demanda tecnológica y las necesidades del mercado.

Una de las teorías de la comunicación que se empleó en la realización del trabajo es la Hermenéutica, desarrollada en el siglo XVI como disciplina filosófica. La Hermenéutica fue desarrollada inicialmente por Mairer, aunque su influencia fue escasa. Más significativa fue la influencia de Scheirmacher, quien afirma que la Hermenéutica no es sólo una interpretación filológica o filológica – simbólica; la interpretación no es algo externo a lo interpretado.

Dilthey se ocupó del problema general de la Hermenéutica, considerando que no es solamente una técnica auxiliar para el estudio de la historia, literatura y ciencias del espíritu; es ante todo un método alejado de la arbitrariedad interpretativa romántica, de la reducción naturalista que permite fundamentar la validez universal de la interpretación histórica. Apoyándose en Scheirmacher, Dilthey concibe la Hermenéutica como una interpretación basada en el conocimiento de los datos históricos, filológicos, de la realidad que se trata de comprender.

La industria y el comercio fueron evolucionando en el transcurso del siglo XX, pasando de una perspectiva mecánica a una visión electrónica. Se inventó el semiconductor y con él nació el computador personal que permitía realizar muchas actividades personales con ayuda de medios electrónicos. El procesador de texto, las hojas de cálculo electrónicas, el manejo de la contabilidad familiar y los programas de diseño gráfico se convirtieron en aplicaciones utilizadas masivamente en el mundo de los años setenta.

Paralelamente, las empresas empezaron a utilizar los medios informáticos a través de la instalación de redes que buscaban dotar a sus trabajadores de herramientas comunes que hicieran más integrado y eficaz su trabajo. Muchos

de los procesos productivos y de prestación de servicios empezaron a ser cuestionados por su esencia y a dar paso a procesos informatizados con el fin de hacerlos más eficientes. Sin embargo, hasta principios de los noventa los computadores personales no estaban interconectados, las telecomunicaciones y los computadores eran sectores y tecnologías separadas, el computador personal si bien es cierto se había convertido en una herramienta presente en los hogares aún no había sido explotado por una etapa de reingeniería de sus procesos productivos.

Esta tendencia se aceleró al final de la década de los noventa en la cual se implementaron, sobre todo en las empresas multinacionales sistemas o soluciones integrales, cuya finalidad era que todos los elementos de la cadena de valor como suministro, demanda, gestión humana y cuentas, estuvieran manejados por herramientas informáticas integradas.

Internet es una red de computadores que permite la comunicación de manera global. Es una red compuesta de diversas redes electrónicas. Las redes están formadas por computadores y servidores, todos conectados a su vez a través de las redes públicas o privadas de telecomunicaciones. El desarrollo de Internet se inició en los años setenta en los Estados Unidos en donde se desarrolló un sistema de comunicaciones a través de la interconexión de

computadores en una red descentralizada. Como instrumento de defensa nacional, la descentralización de la red tenía como fin que si uno de los nodos de la red, por cualquier razón era destruido o inhabilitado, la información pudiera enrutarse y dirigirse por otros caminos o vías electrónicas. La Agencia Americana para la Planeación e Investigación Avanzadas del Pentágono creó en 1969 la primera red con éstas características, la cual denominó ARPANET.

Como era necesario un protocolo estándar para la transmisión de datos, en 1974 se creó el Protocolo de Transmisión y Control por Internet (TCP-IP). Los protocolos permiten la interconectividad de diversas tecnologías, aparatos físicos y programas de ordenador. Sin la existencia de protocolos abiertos la comunicación entre los computadores sería más complicada y costosa.

A mediados de los ochenta, la Fundación Nacional para la Ciencia, inició un proyecto encaminado a interconectar los computadores y las bases de datos de varias universidades y centros de investigación con fines académicos y científicos. Hasta ese momento la transferencia de documentos e información científica y su posterior utilización para fines de investigación dejaba a un lado la discusión sobre si el contenido del entonces naciente Internet tenía un impacto para los regímenes de propiedad intelectual.

En los noventa Internet se difundió y popularizó de la World Wide Web (o Web) que es la parte interactiva y gráfica del Internet que se constituyó en la herramienta más comúnmente usada para presentar de una manera organizada la información en Internet. Con la creciente influencia del comercio en Internet la discusión legal se hizo cada vez más impostergable. El primer tema que surgió, con el impacto jurídico evidente, fue el de la relación entre los nombres de dominio como identificadores de los negocios en Internet y las marcas. Poco a poco la discusión se fue nutriendo con otros temas como el derecho a la privacidad, los delitos comerciales a través de la red, la regulación de los contenidos y obviamente, la seguridad jurídica de las transacciones electrónicas<sup>4</sup>. La tecnología en el mundo de hoy ha podido implementar sistemas informativos a nivel empresarial como son: la Intranet y la Extranet. Actualmente se puede pensar en Internet, como una red de redes de telecomunicaciones, servidores y computadores personales.

Una Intranet es una red de uso privado que permite acceder a la información sólo al personal de la Empresa, puede estar formada por distintas redes para cada sector de la empresa, aún si estas estuvieran ubicada en distintos puntos geográficos. Una Extranet es una Intranet más una extensión del acceso a

---

<sup>4</sup> PEÑA VALENZUELA, Daniel. Aspectos legales de Internet y del comercio electrónico. Dupré Editores Ltda.. 2001.

usuarios autorizados. Es decir, no sólo persona de la organización tiene acceso a la información, sino también usuarios autorizados por la empresa, como por ejemplo: clientes, proveedores, empresas asociadas, etc.

Sistema informativo “ÁGUILA”, es una red de comunicación a nivel interno de la empresa, el que permite la interacción entre el personal de la empresa, aumentando al máximo el servicio al cliente y permitiendo fácilmente el acceso a la información clasificada de la empresa. Se puede compartir información de fácil acceso, reduciendo costos en papelería, mensajería y dinamizando procesos en cuanto a tiempo y calidad del servicio.

## **4.1 MARCO SITUACIONAL O POBLACIONAL**

### **4.1.1 ANTECEDENTES**

La línea de atención al cliente Conavi en Multienlace S.A., se encuentra ubicada en el décimo piso del Banco de Colombia, en la calle 51 Nro. 49 – 59 en la ciudad de Medellín. Multienlace es un “Call Center” que tiene convenio con Conavi para ofrecer productos y servicios de excelente calidad a los clientes que llaman a la línea 01-8000 de Conavi, además para resolver

problemas y despejar dudas e inquietudes en cuanto al portafolio de productos que ofrece el Banco.

El manejo de la línea se encuentra a cargo de la Gerente de cuenta, quien es la persona encargada de la buena comunicación entre el Banco y el Call Center; además existe un director y dos coordinadores; juntos logran que más de cincuenta personas que atienden la Línea de atención al cliente Conavi a nivel nacional, cumplan con sus objetivos de satisfacer al cliente externo ofreciendo productos y servicios. Los asesores de la Línea se encuentran distribuidos en cubículos de 6 puestos, cada uno con un computador y un teléfono con diadema.

Las personas que laboran en el Call Center, en la línea de atención al Cliente Conavi, tienen las mismas características que los empleados de esta Empresa, ya que son personas jóvenes, en su mayoría mujeres que se encuentran terminando estudios universitarios.

Multienlace S.A. cuenta con varios clientes como Suramericana y Protección los cuales han aportado programas comunicativos como la Extranet, que permiten obtener comunicación entre el cliente externo e interno, a través de la página de estas empresas. Esta es la primera Intranet que se genera dentro

de una de las líneas que tiene la Empresa Multienlace S.A, y con ella se pretende mejorar no sólo la comunicación de la línea de atención al cliente Conavi sino ser el pilar para la formación de otras intranets que permitan el buen funcionamiento de cada una de las líneas que conforman la Empresa.

#### **4.1.2 POBLACIÓN OBJETO**

Se tomó la población del 100% de los asesores de servicio al cliente de la Línea de Conavi, ya que el programa está dirigido a todos los asesores de la línea y la comunidad es muy pequeña, lo cual facilita la realización de la encuesta a todos los que están involucrados en el problema de la investigación. Las respuestas a la encuesta se dieron con preguntas estructuradas, en donde los asesores eligen un ítem colocando una cruz o subrayando la respuesta que ha elegido, para su posterior tabulación y análisis.

## **5. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

La elaboración de este proyecto se basó en la ejecución de una encuesta realizada a los asesores de la línea de atención al cliente Conavi en Multienlace S.A., en donde se diagnostican las falencias fundamentales que pueden llevar a concluir la necesidad de implementar un sistema informativo que permita la rapidez y confiabilidad (Anexo A) en la información que es suministrada al cliente externo.

Para demostrar lo que se viene referenciando es menester presentar los resultados o datos estadísticos que arrojó la encuesta implementada para dicho proyecto, con sus porcentajes y gráficos respectivos que permitirán discernir mejor la información para efectos de su comprensión.

En las gráficas se podrá observar cada pregunta y las respuestas obtenidas.

## **5.1 INTERPRETACIÓN CUANTITATIVA**

La interpretación cuantitativa permitió acceder a unos resultados palpables que se dieron referenciados en unos cuadros que a continuación se presentan.

En el siguiente cuadro se observa cada pregunta realizada en la encuesta, el número de asesores que respondieron negativa o afirmativamente y el porcentaje de cada respuesta (Anexo B).

➤ **INTERPRETACIÓN DE CUADRO**

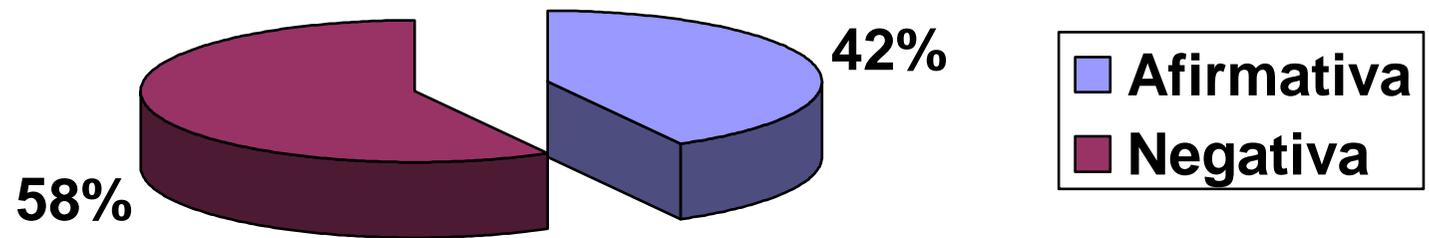
<b>PREGUNTAS</b>	<b>FRECUENCIAS DE RESPUESTA</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. Considera que cuando llama el cliente externo, ¿encuentra usted la información de una manera ágil?	21 (42%)	29 (58%)
2. En el momento de suministrar información a los clientes, ¿cuenta usted con los datos unificados que permitan su confiabilidad?	5 (10%)	45 (90%)
3. Entre los asesores de la línea, ¿existen medios de comunicación que permiten obtener información de manera eficaz?	18 (36%)	32 (64%)
4. Considera que la empresa, ¿cuenta con los medios tecnológicos adecuados para una óptima comunicación?	31 (62%)	19 (38%)
5. Considera que los medios utilizados por la Empresa, ¿permiten la	8	42

rápida publicación de circulares e información?	(16%)	(84%)
6. Cree que la línea de atención al cliente, ¿tiene una base de datos que permita encontrar la información rápida y oportunamente?	3 (6%)	47 (94%)
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>14</b> <b>(29%)</b>	<b>36</b> <b>(71%)</b>

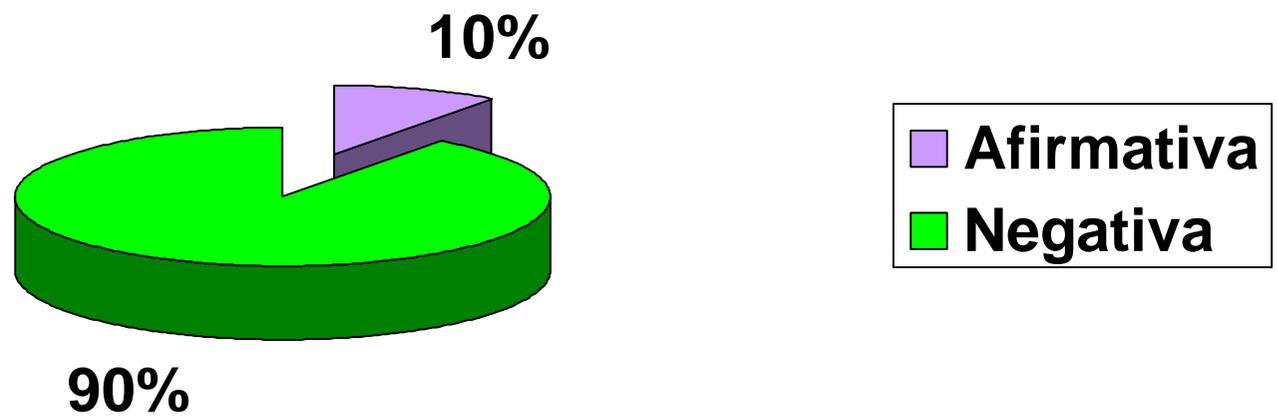


➤ **INTERPRETACIÓN POR GRÁFICO**

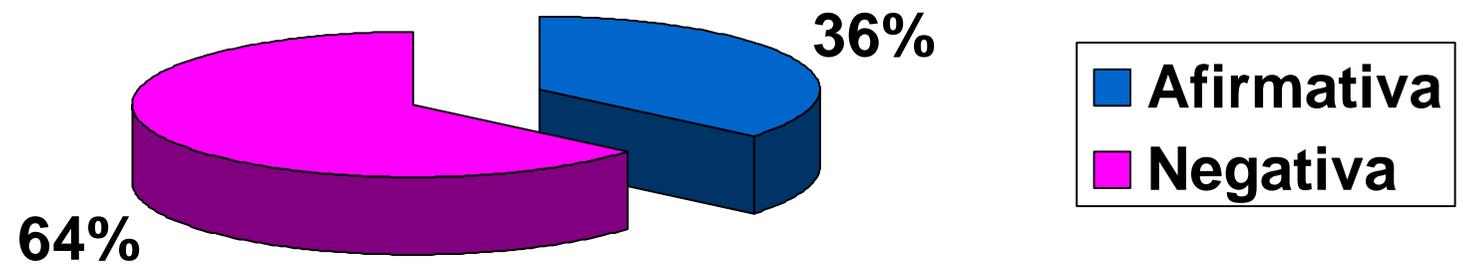
**1. Considera que cuando llama al cliente externo, ¿encuentra usted la información de una manera ágil?**



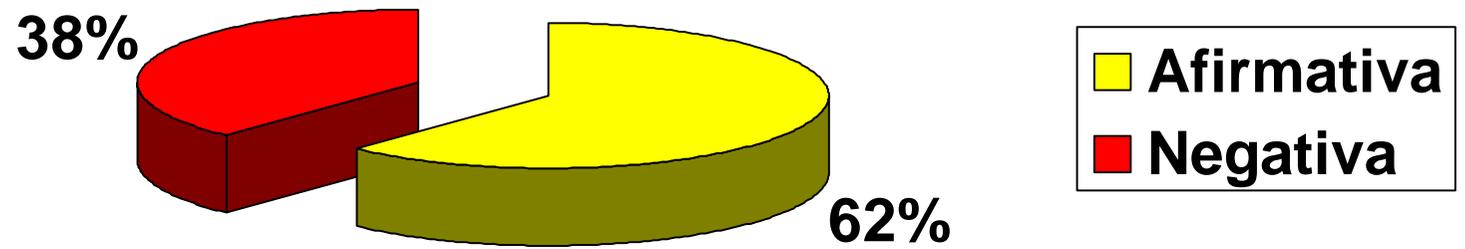
**2. En el momento de suministrar información a los clientes, ¿cuenta usted con los datos unificados que permitan su confiabilidad?**



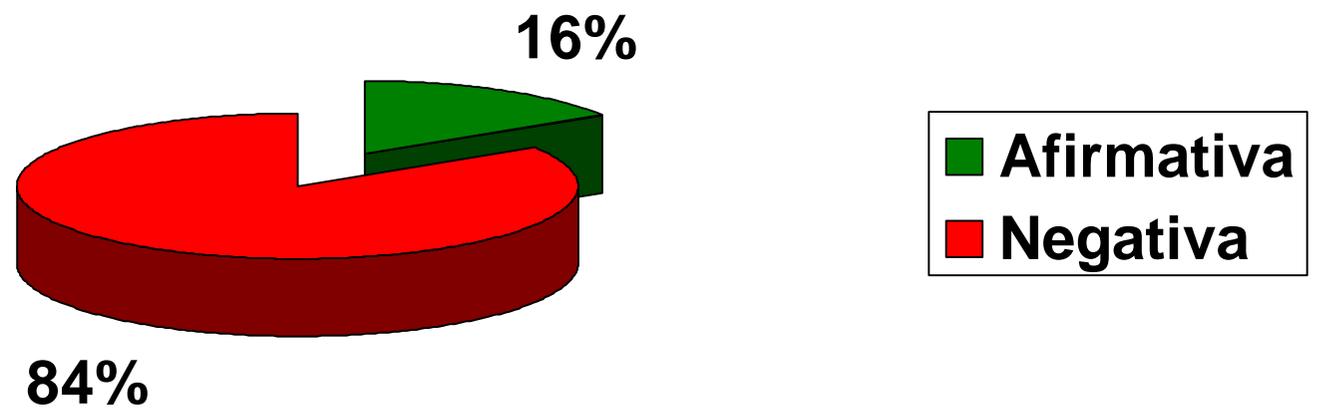
**3. Entre los asesores de la línea, ¿existen medios de comunicación que permiten obtener información de manera eficaz?**



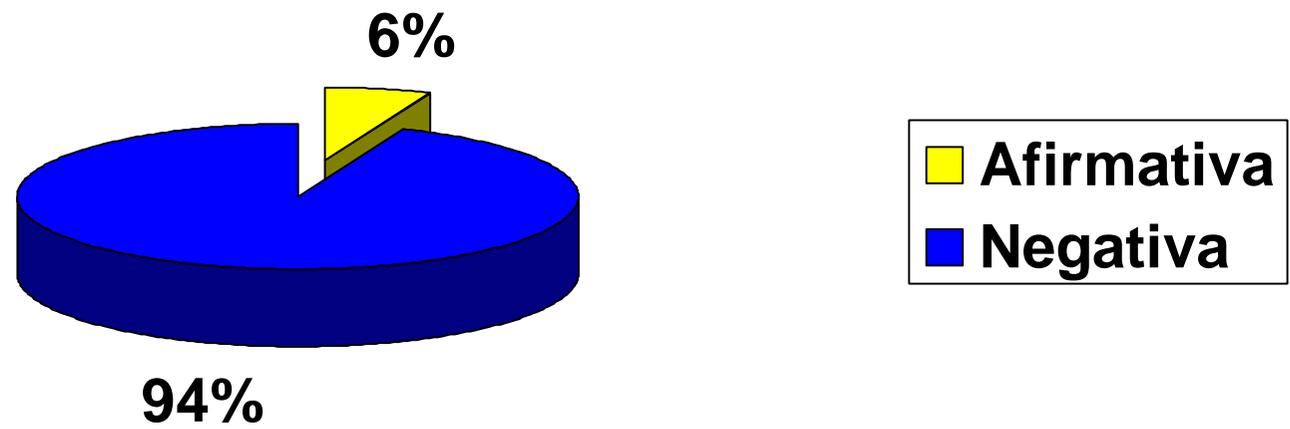
**4. Considera que la empresa, ¿cuenta con los medios tecnológicos adecuados para una óptima comunicación?**



**5. Considera que los medios utilizados por la empresa, ¿permiten la rápida publicación de circulares e información?**



**6. Cree que la línea de atención al cliente, ¿tiene una base de datos que permita encontrar la información rápida y oportunamente?**



## 5.2 INTERPRETACIÓN CUALITATIVA DE LOS DATOS

- ❖ Se pudo determinar con la elaboración de la encuesta, el 58% de los asesores no encuentran de manera ágil la información en el sistema, ya que no existe un programa con los mecanismos técnicos necesarios para obtener la información de manera eficaz y eficiente y así poder dar respuesta oportunamente a las necesidades de los clientes.
- ❖ Demostrar que el 90% de los asesores no cuentan con un programa que le permita obtener la información unificada y por lo tanto confiable para ser suministrada al cliente externo; esto se da, por la variabilidad en los temas y porque no existe una unificación de conceptos por parte del área administrativa y por los diferentes medios de información de Conavi.
- ❖ Opinan que no es posible obtener información eficaz, ya que ésta es suministrada a una persona para luego proveerla a todo el personal. Esta persona no cuenta con los medios adecuados para estar informando permanentemente sobre los cambios en los productos y no posee herramientas necesarias que le ayuden a tener una constante

comunicación con los asesores, haciendo que la información llegue a su objetivo final cuando ya se han suministrado datos errados al cliente externo. (64% de los asesores)

- ❖ Consideran el 38%, que no es posible obtener una óptima comunicación a través de los medios tecnológicos utilizados. El 62% respondió afirmativamente a la pregunta: si se cuenta con los datos unificados que permitan su confiabilidad, argumentando que sí existen los medios tecnológicos para obtener una óptima comunicación, lo que sucede es que no hay un sistema o programa que permita utilizar la tecnología en busca de suplir las necesidades comunicativas de la Empresa.
  
- ❖ Respondieron negativamente a la pregunta el 84%: si los medios utilizados por la Empresa permiten la rápida publicación de circulares e información; ya que según las necesidades y prioridades de la línea, no se cuenta con un sistema que permita informar a los asesores a tiempo de las nuevas normas, políticas y productos que maneja Conavi en su portafolio y su parte administrativa.

- ❖ El 94% de los asesores consideran que no tienen acceso oportuno a la información y argumentan que no se cuenta con la información rápida al ser solicitada a la persona que tiene acceso a dicha información o no contar con los aplicativos adecuados en la línea de Servicio al Cliente Conavi.

### **5.3 ELABORACIÓN DE LA INTRANET**

Una Intranet es una red de acceso privado, cuyos usuarios son solamente el personal de la Empresa. Las redes en general, consisten en “compartir recursos”, y uno de sus objetivos es hacer que todos los programas, datos y equipos estén disponibles para cualquiera de la red que así lo solicite, sin importar su localización física del recurso y del usuario. En otras palabras, el hecho de que el usuario se encuentre a muchos kilómetros de distancia de los datos, no debe evitar que este los pueda utilizar como si fueran originados localmente.

Desde un computador central se alimenta la información que podrá ser utilizada desde varios computadores autorizados, si una de ellas no se encuentra

disponible, podrá utilizarse una de las otras máquinas para visualizar la información.

La Intranet está basada en la combinación o convergencia de tres principales tecnologías:

- El envío de información digitalizada en paquetes enrutados o direccionados en redes.
- la relación cliente/servidor.
- Un conjunto de protocolos de software conocidos como TCP/IP (Control de Protocolos de Transmisión).

a) Para la realización del sistema informativo “Águila”, se utiliza un tipo de red llamado “redes de difusión”, éstas tienen un solo canal de comunicación compartido por todas las máquinas de la red. Los paquetes cortos (llamados paquetes) que envía una máquina son recibidos por todas las demás. Un campo de dirección dentro del paquete especifica a quién se dirige. Al recibir el paquete, la máquina verifica el campo de dirección, si el paquete esta dirigido a ella, lo procesa; si esta dirigido a otra máquina lo ignora.

Los sistemas de difusión generalmente también ofrecen la posibilidad de dirigir un paquete a todos los destinos colocando un código especial en el campo de dirección. Cuando se transmite un paquete con este código, cada máquina en la red lo recibe y lo procesa. Este modo de operación se llama difusión (broadcasting). Algunos sistemas de difusión también contemplan la transmisión a un subconjunto de las máquinas, algo que se conoce como multidifusión.

Uno de los sucesos más críticos para la conexión en red lo constituye la aparición y la rápida difusión de la red de área local (LAN) como forma de normalizar las conexiones entre las máquinas que se utilizan como sistemas ofimáticos. Como su propio nombre indica, constituye una forma de interconectar una serie de equipos informáticos. A su nivel más elemental, una LAN no es más que un medio compartido (como un cable coaxial al que se conectan todas las computadoras y las impresoras) junto con una serie de reglas que rigen el acceso a dicho medio.

Las redes de área local (LAN) comparten la característica de poseer un alcance limitado (normalmente abarcan un edificio) y de tener una velocidad

suficiente para que la red de conexión resulte invisible para los equipos que la utilizan.

b) Los principales componentes que hacen que un computador se comunice con otro, es que en vez de construir sistemas informáticos como elementos monolíticos, existe el acuerdo general de construirlos como sistemas cliente/servidor. El cliente (un usuario de PC) solicita un servicio (como imprimir) que un servidor le proporciona (un procesador conectado a la LAN). Este enfoque común de la estructura de los sistemas informáticos se traduce en una separación de las funciones que anteriormente forman un todo. Los detalles de la realización van desde los planteamientos sencillos hasta la posibilidad real de manejar todos los ordenadores de modo uniforme.

Otra característica de los computadores es que están compuestos por sistemas abiertos, esta definición alude a sistemas informáticos cuya arquitectura permite una interconexión y una difusión fáciles. En la práctica, el concepto de sistema abierto se traduce en desvincular todos los componentes de un sistema y utilizar estructuras análogas en todos los demás. Esto conlleva una mezcla de normas (que indican a los fabricantes lo que deberían hacer) y de

asociaciones (grupos de entidades afines que les ayudan a realizarlo). El efecto final es que sean capaces de hablar entre sí.

El objetivo último de todo el esfuerzo invertido en los sistemas abiertos consiste en que cualquiera pueda adquirir computadoras de diferentes fabricantes, las coloquen donde quiera, utilice conexiones de banda ancha para enlazarlas entre sí y las hagan funcionar como una máquina compuesta capaz de sacar provecho de las conexiones de alta velocidad.

Las redes de ordenadores: definir el concepto de redes implica diferenciar entre el concepto de redes físicas y redes de comunicaciones:

Respecto a la estructura física, los flujos de datos, etc; podemos decir que una red la constituyen dos o más ordenadores que comparten determinados recursos, sea hardware (impresoras, sistemas de almacenamiento,...) sea software (aplicaciones, archivos, datos...).

Se habla de redes de área local (LAN) que conectan varias estaciones dentro de la misma institución.

c) El protocolo TCP/IP es el centro de la Intranet. Es un conjunto de protocolos de comunicación, entre los cuales los más importantes son el TCP y el IP, de ahí toma su nombre.

Protocolo TCP significa Protocolo de Control de Transmisión. La principal función de TCP es que los datos lleguen a su destino. Es un protocolo altamente confiable, el cual tiene un sistema de transferencia básico: corta y encapsula los paquetes de información y maneja bloques de información donde cada bloque se llama carta o registro. Es muy confiable, tiene la certeza que el paquete de información denominado segmento ha llegado a su destino.

Protocolo IP, significa Protocolo Internet. La función es retear los datagramas hacia los equipos remotos, ya que se encuentran en la capa de red, define su propio esquema de direccionamiento además, fragmenta y defragmenta los datagramas (paquetes de información).

El diseño del Programa Comunicativo “Águila”, ha sido elaborado por ingenieros y diseñadores encargados de entregar gráficos y elementos interactivos, además del diseño del sitio, incluyendo sus logotipos y espacios publicitarios, herramientas para navegación, presentación de la página y

disposición de elementos (todo esto en concordancia con la identidad y cultura de la empresa con la personalidad y estilo); es decir, una miscelánea de elementos cuya categorización jurídica es en la mayoría de los casos compleja.

Desde una perspectiva más comunicativa y que expresa mejor lo que puede hacerse con las redes en la educación, podemos decir que existe una red cuando están involucrados un componente humano que comunica, un componente tecnológico (ordenadores, televisión, telecomunicaciones) y un componente administrativo (institución o instituciones que mantienen los servicios). Una red, más que varios ordenadores conectados, la constituyen varias personas que solicitan, proporcionan e intercambian experiencias e informaciones a través de sistemas de comunicación.

Lo que verdaderamente interesa como comunicadores es el flujo y el tipo de información que en estas redes circula. Es decir, que las redes deben ser lo más transparentes posibles, de tal forma que el usuario final no requiera tener conocimiento de la tecnología (equipos y programas) utilizada para la comunicación.

La Intranet permite a través de listas de discusión , facilitar la comunicación asincrónica mediante ordenadores. La comunicación asincrónica (o retardada) ofrece la posibilidad de participar e intercambiar información desde cualquier sitio y en cualquier momento, permitiendo a cada participante trabajar a su propio ritmo y tomarse el tiempo necesario para leer, reflexionar, escribir y revisar antes de compartir la información. Este tipo de información es esencial en cualquier sistema de formación apoyado en redes.

**Las características principales del Programa Comunicativo son:**

- Conectividad: cualquier punto o nodo se puede conectar en cualquier otro en la red.
- Multiplicidad: cada uno de los nodos tiene multiplicidad de dimensiones y de formas de transmisión.
- Metamorfosis: la red cambia y crece de manera continua e infinita.
- Movilidad de los centros: no existe un punto central fijo sino la posibilidad múltiple de acceso y transmisión de la comunicación.

La aplicación de la Intranet en la Línea de Servicio al Cliente: los empleados involucrados con el servicio y soporte al cliente están confrontados con temas cómo:

- Recibir información pronta y oportuna de parte de técnicos y especialistas sobre problemas urgentes.
- Obtener información actualizada de ingeniería y producción.
- Obtener información y almacenarla en bases de datos.

El personal de servicio es quien tiene la mayor interacción con los clientes y usuarios insatisfechos o con problemas con necesidades de apoyo inmediato.

Para asegurar una respuesta efectiva, el personal de servicio debe contar una interfaz única y fácil de navegar que consolide información relevante sobre manuales de operación, procedimientos de diagnóstico, árboles de decisión para determinar problemas, bases de conocimiento actualizadas, etc. Las demoras o incertidumbres percibidas por el cliente pueden reflejarse en la pérdida del cliente.

Entre las ventajas de contratar el servicio de diseño de la Intranet, está la de evitar inversiones en equipo y programas de computador no propios del ramo de negocios del contratante y la de asegurar el cumplimiento tanto de normas de integridad como de seguridad en el uso y acceso a la Intranet.

Una Intranet exitosa apoya los procesos que crean valor para la compañía y sus clientes, brindando datos, información y contacto a sus colaboradores en forma integrada a su espacio de trabajo habitual: un computador personal.

El enfoque es el de orientar el desarrollo de la Intranet a los procesos y actividades de grupos de trabajo multifuncionales mejorando la interacción entre departamentos, funciones y personas separados unos metros.

Los documentos a publicarse, se originarán alrededor de los procesos que apoyan, en especial aquellos que agregan mayor valor al cliente externo e interno o enriquezcan el clima de trabajo.

Una Intranet es parte viva de los procesos que apoya, y la única manera de mantener actualizada la información es que ésta tenga sus dueños en la organización: aquellos que la producen. Para ello es necesario poseer los conocimientos y capacitación suficientes.

## 6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES SEMESTRE 02 - 2002

Horas por semana																				
PROGRAMAS Y ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE					DICIEMBRE				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Consulta bibliográfica	6	6	6		6		6		6		6		6	6						
Internet	4	4		4	4	4		4		4		4								
Asesoría Técnica				4		4		4		4			4	4		4			4	
Elaboración de la encuesta							10													
Aplicación de la encuesta								10												
Prueba piloto						10														
Sistematización de la encuesta									10											
Asesoría tutor del proyecto de grado	4			4	4					4	4		4		4	4			4	4
Asesoría ingeniero	6		6				6	6	6			6	6					6		
Trabajo de campo		5	5	5	5	5	5			5	5	5								
Análisis de resultados										8			8	8	8	8				
Conclusiones											8						8	8	8	8
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>15</b>	<b>28</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Correcciones por parte del asesor, Enero – Febrero 2003.</b>																				

### ➤ CONVENCIONES

- ✓ En la parte superior están los meses en los cuales se desarrollaron los programas y actividades.
- ✓ Los números equivalen a las horas por semana empleadas para realizar los programas y actividades.
- ✓ Al frente del total de horas se encuentra el total de horas por semana en el que se dedica a realizar las Diferentes actividades.



## 7. RECURSOS DISPONIBLES

MATERIALES	CANTIDAD	VALOR
Resma de hojas tamaño carta	3	\$24.000
Cartuchos de toner para impresora	3	\$160.000
Lápices	2	\$2.000
Lapiceros	5	\$5.000
Computador		\$300.000
Borradores	2	\$2.000
Archivador	1	\$50.000
Diskette de zip drive	1	\$151.000
Fotocopias		\$50.000
Transporte		\$100.000
Refrigerios		\$120.000
FINANCIEROS		
Asesoría Técnica		\$1.000.000
Ingeniero		\$1.800.000
TOTAL		\$4.000.000

Los recursos disponibles serán asumidos en su totalidad por el equipo de investigación.

## **INSTITUCIONALES – HUMANOS**

Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD”

Call Center Multienlace “Línea Conavi”

Biblioteca

Internet

Integrante del trabajo de grado Claudia Vélez Bernal

Tutor del trabajo de grado Juan Carlos Ocampo Ortiz.

Ingeniero Electrónico Jaime Ramírez Jaramillo

## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROCESO**

Durante el proceso y desarrollo del programa comunicativo “AGUILA”, se determina que existen varios factores Administrativos que no permiten el buen funcionamiento en cuanto a la calidad del servicio que se ofrece al interior de la línea de servicio al cliente Conavi; la que no cuenta con la tecnología adecuada para acceder a la información solicitada, haciendo consciente la necesidad de implantar estrategias tecnológicas que garanticen una óptima comunicación; es por esto, que se provee crear una herramienta que mejore la problemática existente de la información; así mismo, buscar la unificación de los datos, que en su mayoría presentan ambigüedad al momento de ser suministrados al cliente externo, teniendo en cuenta que el 71% de los asesores encuestados puntuaron negativo al confirmar que no tienen los mecanismos o los instrumentos necesarios para mejorar la calidad del servicio en la parte comunicacional, al instante de ser abordados con preguntas, inquietudes o sugerencias en el constante interactuar diario y así brindar un servicio eficaz y eficiente.

Basados en lo anterior, se ve urgente la necesidad de manejar dicho programa desarrollo en el transcurso de dicha investigación como medida práctica para

suplir la falencia existente al interior de la línea de servicio al cliente Conavi en Multienlace S.A..

Algunas recomendaciones que se debe tener en cuenta a la hora de elaborar una intranet son:

- ✓ Al calcular los costos, conviene tomar en cuenta que una Intranet exitosa crece muy rápidamente, haciendo necesaria la ampliación de infraestructura de cómputo y comunicaciones para manejar el tráfico creciente.
- ✓ Se requiere de un administrador para la Intranet, que mantenga la información actualizada y de fácil acceso; además de capacitarse en la publicación de documentos y solución de problemas de los usuarios.
- ✓ Debe ser útil, de otro lado el usuario no encontrará ninguna razón para ingresar a la página.
- ✓ Debe cautivar, el número de opciones en la pantalla disponibles para el usuario debe crear una especie de ritmo entre clics de modo que no cause confusión, pero tampoco aburrimiento.

- ✓ El éxito requiere en gran medida de los esfuerzos promocionales que se hagan para estimular el uso de la Intranet, y eso requiere de tiempo y esfuerzo de algunas personas de la organización.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **BIBLIOGRAFIA DE TEXTO**

ANDREW, Tanenbown. Redes de computadores, protocolos, normas e intérpretes. Editorial Prentice Hill.

BONILLA CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en Ciencias Sociales. Ediciones Uniandes. Grupo Editorial Norma. 1997. Pág. 45.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración del recurso humano. Quinta edición. Edit. Mc Graw Hill. 1999 Santa Fe de Bogotá.

CHUCK, Martín. Las 7 Ciber tendencias del siglo XXI. Mc. Graw Hill. 2001.

MANUAL DE INDUCCIÓN No. 2. Carta de Navegación. 1992. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. UNAD. Bogotá.

MUÑOZ, MACHADO. Santiago. La regulación de la red. Poder y Derecho en Internet. Editorial Taurus.

PEÑA, VALENZUELA, Daniel. @spectos Legales de Internet y del Comercio Electrónico. Dupré Editores Ltda. 2001.

RANDALL, Neil. PC Magazine en Español. Vol. 12 Nro. 9. Septiembre 2001. Pág. 21-23.

RODRÍGUEZ, Darío. Diagnóstico Organizacional. Edit. 2º, Alfa y Omega, 1999. Santiago de Chile.

TORRES CARRILLO, Alfonso. Estrategia y técnicas de Investigación Cualitativa. UNAD. Santafé de Bogotá, D.C. Colombia. 1998.

TORRES CARRILLO, Alfonso. Aprender a Investigar en Comunidad I. Ediciones UNAD. Santafé de Bogotá, D.C. 1995. Pág. 208-273.

WIEGRAN, Gaby y KOTH, Ardí. E-mpresas a la medida de los clientes, de los productos, de los mensajes. Mentas con visión del futuro. Editorial Prentice may.

WILLIAM B. WERTHER, Jr. KEIITH Davis. Dirección de personal y recursos humanos. Edit. Mc Graw Hill. 1982 España.

### **BIBLIOGRAFIA DE PÁGINAS WEB**

[Http://www.monografías.com](http://www.monografías.com)

[Http://www.geocities.com/Eureka/Plaza/2131/primeras.html](http://www.geocities.com/Eureka/Plaza/2131/primeras.html)

[Http://www.geocities.com/nicaraocalli/](http://www.geocities.com/nicaraocalli/)

## ANEXO A. ENCUESTA

Con la elaboración de la encuesta, se pretende encontrar las debilidades y fortalezas de la línea de atención al cliente Conavi en Multienlace S.A., en cuanto a rapidez y confiabilidad en la información suministrada al cliente externo, mediante el aplicativo de Microsoft Outlook.

Para su correcta elaboración, marque con una "x" la respuesta seleccionada.

Recuerde que todas las respuestas son únicas y confidenciales.

1. Considera que cuando llama el cliente externo, ¿encuentra usted la información de una manera ágil?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. En el momento de suministrar información a los clientes, ¿cuenta usted con los datos unificados que permitan su confiabilidad?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Entre los asesores de la línea, ¿existen medios de comunicación que permiten obtener información de manera eficaz?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Considera que la empresa, ¿cuenta con los medios tecnológicos adecuados para una óptima comunicación?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Considera que los medios utilizados por la empresa, ¿permiten la rápida publicación de circulares e información?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Cree que la línea de atención al cliente, ¿tiene una base de datos que permita encontrar la información rápida y oportunamente?

SI

NO

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO B. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS ARROJADOS POR LA ENCUESTA

