

RESUMEN

La presente tesis tiene por objeto realizar un estudio comparativo de soluciones E-CRM con software libre e implementación de la más eficiente en la empresa IT-Services, las estrategias elegidas son Apache Ofbiz Opentaps, Sugar CRM, VTiger CRM por ser las más utilizadas actualmente, pertenecer a las aplicaciones con software libre, estabilidad en el trabajo, y fácil acceso a los paquetes de las cuales se optará la mejor alternativa que se ajuste a las necesidades empresariales, que apoye los procesos de atención al cliente presentes en las Pymes como son soporte preventa, postventa, apoyo en venta, marketing, e-commerce acogiéndose a las necesidades de la empresa IT-Services. La investigación es cualitativa. El tipo de estudio será descriptivo ya que usará información existente para interpretar tanto la situación actual de la empresa y elegir la estrategia de solución mediante argumentos teóricos, prospectivo ya que los resultados obtenidos servirán a la empresa a mantener un conocimiento real de la calidad del servicio que brinda al cliente. Se describe cada uno de los capítulos que compone la presente tesis el trabajo inicia con el Capítulo I. Se realizará una introducción acerca del proyecto, objetivos y alcance del mismo. Capítulo II. Elaboración del marco teórico y metodologías que contienen definiciones de E-CRM, funciones, evolución, ventajas, las tendencias que existen en la actualidad y el impacto que se produce al utilizar una herramienta E-CRM en una empresa. Se procederá con un análisis del entorno empresarial mediante la herramienta PEST, así como la situación actual de la empresa utilizando la herramienta FODA. Capítulo III. Se realizara la identificación e interpretación de las tres herramientas seleccionadas para su implementación y configuración. Capítulo IV. Se realiza el comparativo de las tres herramientas E-CRM, en base a parámetros de comparación válidos, una vez seleccionada se implementara en la empresa IT-Services para su validación y capacitación al personal. Se Diseña e implementa el modelo de gestión de atención al cliente, que permita eficiencia en los procesos. Capítulo V. Se elabora las conclusiones y recomendaciones sobre las herramientas, procesos y resultados alcanzados.

Palabras clave: E-CRM, Servicio al Cliente, preventa, postventa.