



**Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas**

**Coordinación de Estudios de Postgrado**

**Especialización en Periodismo Digital**

**Evaluación del rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela, a través de  
una medición de indicadores de satisfacción de los grupos de interés  
internos**

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de  
Especialista en Periodismo Digital**

Autora: Marianna La Rosa Reyes

Tutor: José Antonio Maldonado

**Caracas, febrero de 2010**

**Carta de aprobación del tutor (TEG)**

Caracas, 19 de febrero de 2010

*Comité de Estudios de Postgrado*

*Especialización en Periodismo Digital*

**Prof. Marianne Robles de Salas.**

**Coordinación**

**Presente.-**

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo Especial de Grado titulado **Evaluación del rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela, a través de una medición de indicadores de satisfacción de los grupos de interés internos**, que está presentando la alumna Marianna La Rosa, C.I. 17840174

el cual avalo y considero reúne los requisitos para su presentación y defensa ante la Coordinación de la Especialización.

*Se suscribe atentamente,*

**José Antonio Maldonado** / \_\_\_\_\_

**C.I.** \_\_\_\_\_

## **Agradecimientos**

A toda la Junta Directiva de Locatel Venezuela por confiar el proyecto en mis  
manos.

A los Jefes de Departamentos de Locatel Venezuela, los Dueños de las  
Franquicias venezolanas y los Empleados de la Casa Matriz por toda la  
colaboración prestada.

A Vanessa Levy, directora de Locatel para el proyecto Web, por ser mi mentora  
y a la vez compañera en todo el proceso.

A María Eugenia Arias, profesora de metodología de la Universidad Monteávila,  
por la guía constante.

A José Antonio Maldonado por el interés y el apoyo.

A la segunda promoción de la Especialización de Periodismo Digital de la  
Universidad Montéavila, por el “apoyo comunal”.

A Edward, porque sin tu ayuda este Trabajo Especial de Grado no hubiese sido  
posible.

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	vi
<b>ANTEPROYECTO</b> .....	9
Presentación del proyecto.....	9
Enunciado del problema de estudio.....	9
Objetivos.....	9
Justificación .....	10
Motivación.....	11
Diseño metodológico.....	12
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	15
<b>CAPÍTULO I.- Evaluación de Proyectos</b> .....	15
1.1.- Concepto .....	15
1.2.- Tipos de evaluaciones .....	17
1.2.1.- Evaluaciones ex ante y ex post.....	17
1.2.2.- Evaluaciones de procesos y de impacto .....	19
1.2.3.- Evaluación interna y externa .....	20
1.3.- Medición del éxito de un proyecto: el papel de los indicadores .....	21
1.3.1.- Indicadores. Definición. ....	22
1.3.1.1.- Características de los indicadores.....	24
1.3.1.2.- Tipos de indicadores .....	25
1.3.1.3.- Formulación de indicadores .....	26
<b>MARCO CONTEXTUAL</b> .....	29
<b>CAPÍTULO II. Locatel y su proyecto de rediseño de página Web</b> .....	29
2.1.- Descripción y breve historia de la empresa .....	29
2.2.- Proyecto de rediseño del Sitio Web corporativo de Locatel.....	30
2.2.1.- Descripción corta del Sitio Web inicial.....	30
2.2.2.- Zona restringida del Sitio Web de Locatel.....	31
2.2.3.- Análisis crítico del Sitio Web inicial .....	32

2.2.4.- Expectativas de los grupos interesados en el proyecto.....	34
2.2.4.1.- Jefes de Departamento de Locatel. Resumen de entrevistas.....	34
2.2.4.2. Empleados. Resultados y análisis de encuestas.....	37
2.2.4.3.- Dueños de Franquicias. Resultados y análisis de encuestas.....	38
2.2.5.- Hitos del proyecto Web de Locatel.....	40
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO IV. Indicadores.....</b>	<b>44</b>
4.1. Tipo de indicadores empleados. ....	44
4.2. Construcción de indicadores.....	45
4.2.1. Filtrado de expectativas a medir. ....	45
4.2.2. Operacionalización de las expectativas en indicadores.....	50
Expectativas relativas al contenido y la información del Sitio Web.....	51
Expectativas relativas al diseño del Sitio Web.....	61
Expectativas relativas a las funcionalidades del Sitio Web.....	64
Expectativas relativas a la promoción de la empresa y sus productos y servicios por medio del Sitio Web.....	70
<b>CAPÍTULO V: Resultados y análisis. Medición de cumplimiento de expectativas de proyecto Web Locatel.....</b>	<b>71</b>
5.1. Resultados específicos. ....	71
Expectativas relativas al contenido y la información del Sitio Web.....	71
Expectativas relativas al diseño del Sitio Web.....	105
Expectativas relativas a las funcionalidades del Sitio Web.....	109
Expectativas relativas a la promoción de la empresa y sus productos y servicios por medio del Sitio Web.....	120
5.2. Resultados analizados por grupo de interés. ....	122
5.3. Análisis de resultados generales.....	125
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>126</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>129</b>
<b>FUENTES CONSULTADAS .....</b>	<b>130</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS .....</b>	<b>132</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>135</b>

## Introducción

Locatel Venezuela necesitaba de una herramienta para medir el éxito del proyecto de rediseño del Sitio Web corporativo. En nuestra opinión los establecidos tests de usabilidad con usuarios no satisfacían este requerimiento; sobre todo cuando el proyecto no se había basado en las características de los usuarios, sino en un plan desarrollado por la empresa.

Nuestra intención con este Trabajo Especial de Grado es medir el nivel de éxito del rediseño y presentar una herramienta evaluativa que satisfaga las necesidades propias del proyecto, es decir, las características de Locatel. Éste es el valor de este Trabajo Especial de Grado; la producción de un conjunto de 30 indicadores que miden el éxito del rediseño de los Sitios Web de Plenia Locatel International (corporación de la que forma parte Locatel Venezuela).

Locatel Venezuela contaba con un Sitio Web corporativo y ante un cambio total de imagen, se requería un cambio total del Sitio. Formamos parte del equipo que llevó a cabo la dirección del rediseño, y en el principio recogimos todas las exigencias, necesidades y expectativas que la empresa ofrecía para su ideal de Sitio Web. En base a estas expectativas creamos el instrumento evaluador.

Los 30 indicadores son diferentes y valiosos de manera individual. Muchos presentan la necesidad de hacer comparaciones, dado que el requerimiento era la exigencia de una mayor cantidad de elementos. Otros consisten en identificar la presencia o no de elementos bien detallados. Otros implican medición de caracteres, de páginas html. Es así que su evaluación fue en primer lugar individual, ordenados por el tema de la expectativa: diseño Web, contenidos, funcionalidades y promoción.

Luego se planteó la evaluación de grupos de indicadores de acuerdo al grupo de personas dentro de la empresa que lo habían solicitado (a quienes denominamos grupos de interés internos del proyecto): Jefes de departamentos, Dueños de Franquicias de Locatel Venezuela y Empleados de la Casa Matriz. Es así que obtuvimos resultados generales; de cuán exitoso fue el proyecto de acuerdo a la satisfacción de expectativas iniciales y cuánto fue el grado de satisfacción de las expectativas por grupo de interés; cumpliendo los objetivos general y específicos del Trabajo Especial de Grado.

Esta primera aplicación de la herramienta, sirve al Equipo Web de Locatel Venezuela no sólo para medir el éxito de la primera entrega del proyecto; sino también para definir cuáles serán los objetivos de las próximas fases del Sitio Web de este país. Todo lo que no se logró con el lanzamiento del nuevo Sitio Web, realizado el 8 de junio de 2009, se planificará para el mediano y largo plazo.

Además, creemos que servirá para evaluar los resultados de los proyectos de rediseño de los Sitios Web de las franquicias internacionales de la corporación: Plenia México, Locatel Colombia, Locatel Estados Unidos y Plenia Rusia. Dado que la empresa es de origen venezolano y hasta la fecha conserva su Casa Matriz en este país; los dictámenes de diseño de los Sitios Web corporativos deben producirse en Venezuela. En conclusión, la imagen en Internet de sus 5 Sitios Web corporativos será lo más idéntica posible, acoplándose a las exigencias de cada marca internacional (actualmente cada Sitio Web es distinto el uno del otro).

Para marzo de 2010 Plenia Locatel International tiene previsto el arranque del proyecto de rediseño de todos los sitios Web de la marca asociados a la imagen del Sitio Web de Locatel Venezuela. Al culminarlos, se contará con una herramienta que permita evaluar el rediseño, basados en los

requerimientos de la Casa Matriz venezolana (con ciertos cambios que obedecen a las características de las franquicias extranjeras).

A continuación presentamos el anteproyecto entregado en febrero de 2009 a la Coordinación de Postgrados de la Universidad Monteávila. A pesar de que el tema no cambió (el rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela), el planteamiento original era el de la evaluación de los métodos de gerencia de proyectos empleados en el rediseño. Esa opción evolucionó hasta el Trabajo Especial de Grado que presentamos un año después. Cambiamos la forma de abordar el tema, dado que consideramos que era más factible la creación de una herramienta que midiera el éxito del proyecto evaluando sus resultados y no sus procesos.

La evaluación de los resultados que aquí presentamos tiene valoraciones de un elemento público. Al evaluar los procesos, como se planteaba en el Anteproyecto debíamos presentar una memoria y cuenta de elementos privados de Locatel y de la empresa externa que desarrolló el código y el diseño para Sitio Web. A estos elementos éticos se le une el hecho de que el evaluador es el ejecutador del proyecto. En la evaluación de proyectos está permitida esta dualidad, sólo que consideramos que la medición de éxito sería mucho más transparente si se basaba en elementos públicos y no en procesos internos.

Luego se presentan el Marco Teórico donde se soporta la construcción de nuestra metodología; seguido del Marco Contextual donde hacemos una radiografía breve de Locatel, su proyecto Web y los requerimientos de los grupos de interés internos. Y finalmente presentamos los indicadores y su forma de medición individual en el Marco Metodológico, los Análisis de resultados como fueron descritos anteriormente, las Conclusiones del Trabajo Especial de Grado, nuestras Recomendaciones, las Fuentes consultadas, El Índice de Tablas y Gráficos y los Anexos.

## **Anteproyecto**

### **Presentación del proyecto**

#### **Título tentativo**

Evaluación de metodología de gerencia de proyectos Web aplicada al rediseño de un Sitio Web de Locatel Venezuela, a través de una medición de indicadores de satisfacción de grupos de intereses.

#### **Línea de trabajo a la que se adscribe**

Producción y gestión de contenidos informativos para medios de comunicación en Internet.

#### **Tutor**

Profesor José Antonio Maldonado.

#### **Enunciado del problema de estudio**

Gerencia de proyectos aplicada a un proyecto digital: Caso de reconstrucción de Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela.

#### **Objetivos**

##### **Objetivo general**

Evaluación de la aplicación de gerencia de proyectos a la Web en la reconstrucción del Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela, a través de indicadores de satisfacción de grupos de interés internos.

### **Objetivos específicos**

- Documentar objetivamente estado inicial del Sitio Web de Locatel Venezuela.
- Revisión y evaluación de documentación base generada con el registro de expectativas de los grupos interesados en el rediseño del Sitio Web al principio del proyecto.
- Diseño de instrumentos de consulta sobre resultados del proyecto.
- Validación de la efectividad de las metodologías de la gerencia de proyectos en este caso.
- Medición del nivel de satisfacción de las expectativas de los distintos grupos interesados en el proyecto.
- Comparación de nivel de satisfacción de grupos interesados al final del proyecto con sus opiniones al principio de éste.
- Registro del desarrollo del caso.

### **Justificación**

En primer lugar, el proyecto conforma una solución práctica para la empresa Plenia Locatel International (PLI), la cual requiere una mejor propuesta en la Web para sus clientes y usuarios. Además, este proyecto de rediseño de su Sitio Web es sólo el comienzo de un proceso de estandarización de los Sitios Web de sus sedes en México, Colombia, Estados Unidos y Rusia, de forma que la empresa muestre igual interfaz, ya que en la actualidad la presencia de la compañía en Internet es completamente desigual.

Cuando finalice la reestructuración del Sitio Web de Locatel Venezuela, Casa Matriz de la empresa, no sólo se procederá a hacer lo propio con los sitios Web de la compañía a nivel mundial, sino que el manual gráfico y de estilo Web que resulte de este proyecto será incluido en los lineamientos de franquicia que deberán seguir quienes inviertan en el modelo Locatel.

En segundo lugar, para su estudio, este proyecto será abordado con la intención de evaluar la Gerencia de Proyectos, materia cuya aplicación Web ha sido poco estudiada y documentada, pero por lo contrario, muy aplicada en la práctica. Muchas empresas de desarrollo Web están empezando a adaptar los lineamientos de la Gerencia de Proyectos (por su probada eficacia) al desarrollo digital, y un aporte importante de este trabajo especial de grado sería el registro de cómo se efectúa la reestructuración del Sitio Web de Locatel Venezuela, siguiendo estos pasos; de modo que puedan servir de referencia para futuros proyectos de este estilo.

En tercer lugar, este proyecto evidencia la necesidad de crear una línea de investigación en trabajos especiales de grado del postgrado orientada al periodismo corporativo, ya que muchas empresas venezolanas están apostando por publicaciones periodísticas en la Web y requieren especialistas que lo realicen.

### **Motivación**

La autora tiene en su haber la experiencia de creación de Sitios Web (como páginas corporativas de escuelas y personales) y el desarrollo de una Sala Virtual de Investigación (SVI) para el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Las páginas Web que ha desarrollado incluían el diseño y desarrollo del sitio y han sido proyectos de muy corto tiempo. La SVI fue el Trabajo Especial de Grado para obtener la licenciatura de Comunicación Social, mención periodismo, y está en un nivel superior al diseño de Sitios Web a destajo: en ésta desarrolló la estrategia de la parte de contenidos que se debía presentar sobre el personaje a quien se le dedica la Sala, una especie de biblioteca temática en la Web. Es así que desarrolló los contenidos, adaptando el género de ensayo periodístico a la Web de la mano del hipertexto, aparte de la creación de una galería virtual de la obra del personaje.

Luego de esta experiencia, más la de dos años trabajando en un medio digital, fue contratada específicamente por la Casa Matriz de Plenía Locatel International para liderar el proyecto de rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela. Este trabajo supone un reto aún mayor que las experiencias anteriores: se encuentra diseñando la estrategia de lanzamiento de la marca Locatel a la Web, guiándose por la adaptación de la metodología de Gerencia de Proyectos a la Web.

Si bien existe un sitio corporativo de Locatel, éste es una mera “tarjeta de presentación” de la empresa, cuyos contenidos, estructura y diseño, se encuentran desactualizados. La meta de la estudiante dentro de la empresa fue construir, junto a una compañía de desarrollo Web que se contrató para la programación y el diseño, el Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela que funcione como un portal de información de salud para el público nacional, con mayores funcionalidades para el usuario de la Web, con contenidos más desarrollados y completos y adaptado a las exigencias de los clientes.

La idea es usar esta experiencia para documentar en el Trabajo Especial de Grado el abordaje de este tipo de proyectos a través de los lineamientos de la Gerencia de Proyectos y sus respectivos resultados de aplicación.

### **Diseño metodológico**

**La estrategia de realización de estudio:** el proyecto es una investigación experimental, y de intervención en una organización. Las tareas de este estudio serán:

- Análisis de documentación de base (obtenida al principio del rediseño con registro de expectativas de los grupos de interés internos dentro de la empresa y evaluación objetiva de Sitio Web inicial).

- Revisión de técnicas de Gerencia de Proyectos que fueron aplicadas a este proyecto digital y cómo fue su aplicación.
- Aplicación de encuesta de satisfacción sobre nuevo Sitio Web:
  - o Selección de la muestra.
  - o Creación de instrumento de consulta.
  - o Aplicación de la encuesta.
  - o Obtención de resultados.
  - o Análisis de resultados y conclusiones.
- Realización de entrevistas a jefes de departamentos:
  - o Selección de la muestra.
  - o Redacción de preguntas, preparación de entrevista.
  - o Entrevista.
  - o Levantamiento de la minuta.
  - o Análisis de minutas y conclusiones.
- Comparación de conclusiones de entrevistas y encuesta con conclusiones de entrevista y encuesta de documentos de base.

**Población y muestra:** la muestra son las personas dentro de la empresa interesadas en el proyecto de Sitio Web corporativo. En este caso, se aplicaría la misma técnica de medición (encuesta y consulta personal) al grupo de personas entrevistadas al principio, cuando se generaron los documentos de base.

Por un lado, se aplicaría la encuesta nuevamente a los grupos a los cuales se les aplicó al inicio (Junta Directiva, Informática, Directores de Franquicias y resto del personal de la Casa Matriz).

Por otro lado, las entrevistas se volverían a aplicar a los jefes de departamentos con quienes se consultaron las expectativas y necesidades de cada área de la empresa al principio del proceso de rediseño.

El criterio de selección de la muestra es igual para ambos casos: personas a quienes les fue aplicado el método de evaluación para la documentación de base, que a su vez pertenecen a los grupos de interés internos en el rediseño del Sitio Web corporativo.

**Técnicas para la recolección de la información:** se usarán encuestas y entrevistas porque fueron los métodos de recolección de datos empleados en el levantamiento de los documentos de base.

**Instrumentos para la recolección de la información:** Las encuestas serán aplicadas con un formulario muy parecido al que fue aplicado al principio del proyecto, para el levantamiento de información inicial. Puede haber cambios en algunas preguntas pero básicamente se le solicitará a los encuestados que indiquen su nivel de satisfacción con el nuevo Sitio Web a nivel general, a través de indicadores específicos. La encuesta se hará a través de la Web con un software gratuito y especializado en este tema, que fue usado en la encuesta inicial.

Con las entrevistas, el cuestionario se basará en consultar la satisfacción general de cada jefe de departamento con el área del Sitio Web que le corresponda.

## Marco Teórico

### Capítulo I.- Evaluación de Proyectos

#### 1.1.- Concepto

Autores de diversas materias y temas han propuesto definiciones de la evaluación:

Cohen y Franco, autores de *Evaluación de proyectos sociales* (2006) aseguran que “evaluar es fijar el valor de una cosa; para hacerlo se requiere un procedimiento mediante el cual se compara aquello a evaluar respecto de un criterio o patrón determinado” (p. 73).

La Organización de Naciones Unidas, en el documento de 1984, *Pautas básicas para el seguimiento y evaluación de programas*, plantea que la evaluación “es el proceso encaminado a determinar sistemáticamente y objetivamente la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de todas las actividades a la luz de sus objetivos” (p.18).

El concepto de evaluación de C. Weiss, autor del libro de 1982 *Investigación evaluativa. Métodos para determinar la eficiencia de los programas de acción* es citado en 2006 por Cohen y Franco: “... el objetivo de la investigación evaluativa es comparar los efectos de un programa con las metas que se propuso alcanzar. La evaluación mide hasta qué punto un programa alcanza ciertos objetivos” (p.76)

Marcial Córdoba Padilla, en *Formulación y evaluación de proyectos* (2006), explica que “en este análisis (evaluación de un proyecto) es necesario obtener y comparar magnitudes, someterlas a juicio y conseguir resultados

concretos que señalen cómo se debe proseguir en la transformación de una situación y a costa de qué esfuerzo” (p.353).

Arizaldo Carvajal Burbano afirma en *Planeación participativa: diagnóstico, plan de desarrollo y evaluación de proyectos* (2006) que la evaluación es

“un proceso objetivo y sistemático, en el que se hace una apreciación sobre un proyecto o programa, para analizar el cumplimiento de resultados, el alcance de objetivos, el impacto de dicho proyecto, en la perspectiva de su mejoramiento y como herramienta de planificación y toma de decisiones” (p.120)

Los autores señalan un grupo de objetivos que debe cumplir una evaluación de proyectos, sin importar su tipo. Concretamente, Córdoba Padilla (2006) plantea tres objetivos básicos que debe seguir una evaluación de proyectos:

- “Examinar los proyectos vigentes y definir con precisión lo que se pretende con la evaluación y lo que es susceptible de corrección o ajuste a una nueva situación... (sic)
- Medir, con indicadores, los resultados de los programas y proyectos, con base en los objetivos inicialmente formulados, controlando su ejecución y ajustando acciones para corregir el desarrollo del programa.
- Determinar la eficacia de las actividades utilizadas, y eficiencia de los recursos, en función de los indicadores, de la cantidad de recursos empleados y de sus costos.” (p.353)

## **1.2.- Tipos de evaluaciones**

Cada proyecto es distinto al próximo y por ende, hay varios tipos de evaluación de proyectos, de acuerdo a la magnitud, el momento, los decisores a los que van dirigidos y los objetivos que persiguen. En los próximos puntos de este marco, se explicarán los diferentes tipos de evaluación y sus diferencias.

### **1.2.1.- Evaluaciones ex ante y ex post**

De acuerdo al momento en que se realicen, las evaluaciones de proyectos son:

- Ex Ante: se realiza antes del arranque de un proyecto. Los autores Cohen y Franco (2006) reconocen como objetivo de la evaluación ex ante, "...proporcionar criterios racionales para una crucial decisión cualitativa: si el proyecto debe o no implementarse" (p.109).

Juan José Miranda Miranda, en *Gestión de proyectos* (2005), asegura que la etapa de evaluación ex ante:

"consiste en determinar mediante la aplicación de técnicas cuantitativas y/o cualitativas la conveniencia o no, de asignar recursos hacia un uso determinado. Se trata, en general de un proceso encaminado sistemática y objetivamente, a determinar la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de un cúmulo de actividades en búsqueda de ciertos objetivos" (p.22).

- Ex post: se realiza después de que se llevó a cabo el proyecto. Miranda Miranda (2005) explica que la evaluación ex post,

“tiene como objetivo principal verificar los impactos y resultados de la operación frente a lo programado inicialmente, con el fin de guiar la formulación y elaboración de nuevos proyectos (...) Una vez que la ejecución se ha terminado, durante la operación se hace la evaluación ex post, que consiste, repetimos, en el análisis detallado de cada fase, desde la identificación y determinación del perfil inicial, la formulación, la evaluación hasta los resultados que se están obteniendo derivados de la operación...” (p. 31).

Este autor sostiene que el fin más relevante de este tipo de evaluación es aprender de las experiencias para mejorar procesos y métodos, viendo hacia el futuro. Con base en esta idea, plantea en el libro de 2005 que la evaluación ex post se puede plantear a dos niveles:

- Microeconómico, que maneja indicadores específicos de proyectos individuales.
- Macroeconómico, que estudia el impacto de los proyectos a un nivel más amplio, en un determinado sector, o región.

Por su parte, Cohen y Franco (2006) plantean que las evaluaciones ex post tienen dos posibilidades: cuantitativa y cualitativa. Con esta última, con la posibilidad cualitativa, se refieren “al futuro de la experiencia realizada” (p.110). Para Cohen y Franco (2006), luego de realizar la evaluación ex post surgen dos respuestas cualitativas posibles: sí, se debe seguir trabajando en este tipo de proyectos y con la metodología usada y no, no se debe continuar haciendo experiencias similares, ya que los beneficios no superaron los costos implicados. Si la respuesta es sí, sugiere la dupla de autores, “existen dos posibilidades cuantitativas: que los proyectos venideros utilicen la misma

formulación por ser la más eficiente disponible, o que deba reprogramarse para asignar mejor los recursos a los fines que se pretende alcanzar” (p.110).

### **1.2.2.- Evaluaciones de procesos y de impacto**

Otra división de categorías de evaluación de proyectos reseñada por autores en la materia es la siguiente:

- Evaluación de procesos: es una evaluación periódica y permanente de revisión que se realiza durante la implementación del proyecto. Como indican Cohen y Franco (2006): “su función central es medir la eficiencia con que opera el proyecto” (p.110).
- Evaluación de impacto: intenta formular el nivel de éxito de un proyecto y cuáles son sus efectos secundarios (previstos y no previstos).

Cohen y Franco (2006) sintetizan las diferencias de ambas de esta manera:

“La evaluación de procesos mira hacia adelante (a las correcciones o adecuaciones); la de impacto hacia atrás (si el proyecto funcionó o no), descubriendo las causas. Aquella busca afectar las decisiones cotidianas, operativas; en cambio, la última se dirige hacia afuera, más allá del proyecto, siendo utilizable para resolver sobre su eventual continuación, para diseñar otros proyectos futuros, y en fin, para tomar decisiones de política. Esto hace, también, que los usuarios de la evaluación sean diferentes; mientras en un caso serán los propios funcionarios que administran el proyecto, en el otro serán autoridades del proyecto o incluso quienes tienen capacidad de decidir orientaciones más generales” (p.112).

### 1.2.3.- Evaluación interna y externa

De acuerdo a quien realice la evaluación del proyecto, existen cuatro tipos:

- Evaluación interna: es la que se lleva a cabo dentro de la organización. Cohen y Franco (2006) aseguran que “elimina las fricciones propias de la evaluación externa. Quienes van a ser evaluados por un extraño se ponen a la defensiva, proporcionan información parcial y tienen reacciones que llevan a que la evaluación resulte traumática...” (p.113). Por otra parte, los autores reconocen que el problema de este tipo de evaluación es que aparece un conflicto de intereses en el evaluador, que forma parte de la empresa, o fue el ejecutor del proyecto, lo que restaría objetividad.
- Evaluación externa: es realizada por personas o empresas ajenas a la organización que lleva a cabo el proyecto, de acuerdo a Cohen y Franco (2006). Estos autores reconocen que este tipo de evaluación tiene el beneficio de que está hecha por profesionales que manejan estas actividades con regularidad y que pueden identificar la efectividad de los procesos. El problema surge, indican los autores, en “que se ha afirmado que las evaluaciones externas tienden a dar más importancia al método de evaluación que al conocimiento sustantivo del área en la que se desarrolló el proyecto” (p.112).
- Evaluación mixta: es la que combina las evaluaciones interna y externa e integran evaluadores externos con personal de la empresa que realizó el proyecto. “De esta manera se pretende superar las dificultades, al mismo tiempo que se preservan las ventajas de ambas” (p.115), como indican Cohen y Franco (2006).
- Evaluación participativa: se usa en pequeños proyectos y tiene como objetivo “minimizar la distancia que existe entre el evaluador y los beneficiarios” (Cohen y Franco, 2006. p.115). Incluye la opinión y el aporte de las personas a las que impacta el proyecto.

### **1.3.- Medición del éxito de un proyecto: el papel de los indicadores**

Para Cohen y Franco (2006), la forma de evaluar un proyecto parte de la división del objetivo general en objetivos específicos, planteados como tareas o metas determinadas. Para medir el grado de éxito en el cumplimiento de los objetivos y metas se emplean indicadores:

“Una instancia central del proceso de evaluación consiste en determinar el grado en que se han alcanzado las finalidades del proyecto. Esto requiere dimensionar el objetivo general en subconjuntos de objetivos específicos, los que a su vez tendrán “metas”, cuyo logro será medido a través de indicadores. Las variaciones en los valores que se verifican en las unidades de análisis permiten cuantificar este proceso” (Cohen y Franco. P.155).

Para los autores es claro que los indicadores son las unidades de análisis en la medición del cumplimiento de metas. Córdoba Padilla (2006) sigue esta misma línea de pensamiento, pero identifica el origen del planteamiento de los indicadores:

“Como criterio básico se entiende que el proceso de evaluación es el resultado de un análisis particularizado del proyecto bajo estudio. En efecto, la base de la evaluación se encuentra en los objetivos del proyecto, la información sobre la que se estructuró el análisis de los problemas, las metas establecidas en función de la programación de cada uno de los programas y proyectos” Todos estos elementos son el fundamento sobre el que se seleccionan indicadores que permitirán establecer la evaluación. En el estudio se requiere en primer lugar la definición de los indicadores, la

frecuencia de la evaluación y la responsabilidad de su ejecución (definición de la responsabilidad administrativa y organizacional). Estos factores deben ser definidos en función de la disponibilidad de datos (las fuentes y los métodos de recolección o generación de información), las capacidades de la unidad de ejecución y el tipo de nivel en el que se desarrollará la evaluación” (Córdoba Padilla, p.447).

Para Córdoba Padilla, los indicadores se plantean a partir de los objetivos del proyecto y de la información inicial, pero además, se deben tomar en cuenta las condiciones de la evaluación a realizarse.

### **1.3.1.- Indicadores. Definición.**

Conociendo el valor que tienen los indicadores en la evaluación de proyectos, reproducimos a continuación algunas definiciones de expertos.

Klauss Heinnemann, autor del libro de 2003 *Introducción a la metodología de la investigación empírica* propone el siguiente concepto:

“Los indicadores son hechos empíricamente comprobables de los que se puede presumir que remiten a la existencia de un hecho no directamente observable. Formulado de otra forma: los indicadores son ‘advertencias’ de que en la realidad existe una variable o alguno de sus valores; es decir, establecen una conexión entre una construcción conceptual o teórica y la realidad” (p.70).

Cohen y Franco (2006), aseguran que: “en la evaluación, el indicador es la unidad que permite medir el logro de un objetivo específico” (p.155).

Al mismo tiempo que Heinemann reconoce en los indicadores una herramienta válida para hacer mediciones en las investigaciones, observa una dificultad en el planteamiento de los mismos. El autor (2006) asegura que “en la mayoría de las ocasiones los indicadores plantean la inseguridad de si realmente indican lo que tiene que indicar” (p.72). Esto es tildado por Heinemann como la hipótesis sobre la correspondencia, término usado para advertir sobre la importancia de la formulación de los indicadores:

“Uno puede estar totalmente equivocado respecto a un indicador; también puede ocurrir que un indicador remita al mismo tiempo a varios hechos (...) al utilizar indicadores se requerirán siempre hipótesis (más o menos aseveradas) que den motivo para creer que existe una estrecha correspondencia, preferentemente total, entre la variable, sus valores y el indicador elegido” (p.72).

Heinemann plantea además otro problema a tomar en cuenta en la formulación de indicadores: el número necesario de éstos. En su libro de 2006 explica que en algunas investigaciones, sobretodo en las basadas en construcciones teóricas, un indicador no es suficiente y deben plantearse varios relacionados para medir un objeto en particular.

En otras ocasiones se usarán combinaciones de indicadores diferentes para ofrecer una medición. Es lo que el autor denomina indicadores múltiples o construcción de índices. “En el caso de un índice se combinan distintos indicadores y a partir de aquí se construye una nueva variable” (p.73). En este caso el autor cita como ejemplo la evaluación del estrato social de una

persona, que se mide con un índice formado por dos indicadores distintos: el nivel de instrucción más los ingresos de la persona.

#### **1.3.1.1.- Características de los indicadores**

Genaro Luis García López, autor del libro de 2007 *Sistemas automatizados de acceso a la información bibliográfica: evaluación y tendencias en la red de Internet*, cita a varios autores para nombrar las características que debe tener un indicador. Primeramente, García López, cita a Malo de Molina y a Teresa Martín-Montalvo, autores del capítulo *La evaluación: una herramienta imprescindible para la gestión de calidad en las bibliotecas universitarias*, en el libro de Luisa Orera *La biblioteca universitaria: análisis en su entorno híbrido* de 2005, para explicar que los indicadores deben ser:

“Pertinentes: significativos para los aspectos que se quiera evaluar.

Permanentes: para permitir la repetición periódica del análisis.

Generalizables: para poder extender en análisis a otros centros o servicios diferentes.

Fácilmente aplicables: con el fin de evitar un exceso de costes.

Objetivables: es recomendable que se cuantifiquen” (P.117).

Para Marta de la Mano González y Miguel Duarte, autores de la presentación pública de 2005, *La medida del rendimiento bibliotecario*, y citados por García López (2007), los indicadores son:

- “Flexibles.
- Reflejan la diversidad de las diferentes misiones y objetivos institucionales.
- Veraces.

- Claramente definidos y razonados.
- Aportan credibilidad a la medición
- Permiten la comparación sectorial, nacional e internacional” (p.117).

García López se refiere a Juan José Fuentes, autor del libro de 1999 *Evaluación de bibliotecas y centros de documentación e información* y explica que el autor,

“habla de indicadores de rendimiento y señala que deben cumplir una serie de requisitos para considerarse como válidos:

- Deben estar claramente relacionados con los objetivos específicos del programa.
- Tienen que ser medibles.
- La información utilizada debe ser fiable y validada: los datos reunidos tienen que ser exactos, no sesgados, ni reunidos en el momento oportuno para su uso.
- Los indicadores han de poder ser transferidos a una información significativa que pueda ser utilizada por todos los que la necesiten.
- Cada indicador debe ser único: debe revelar algún aspecto importante del rendimiento y que no lo haga otro indicador.
- El valor de la información debe sopesarse con los costes del tiempo y del trabajo del que ha reunido la información y del analista, y de los recursos” (P.117).

#### **1.3.1.2.- Tipos de indicadores**

García López indica en el mencionado libro que “en una primera aproximación” (P.118) los indicadores se clasifican en cuantitativos y cualitativos.

En mayor profundidad, este autor cita los cuatro tipos de indicadores de acuerdo a Van House, Weil y Mc Clure:

“De rendimiento operacional: relacionan las inversiones con la producción.

De eficacia: relacionan la producción con el uso, desde la perspectiva de los usuarios.

De coste-eficacia (eficiencia): relacionan la inversión con el uso.

De impacto: relacionan el uso que se hace (...), sus servicios y productos y el uso potencial que se puede hacer de ellos” (p.119).

#### **1.3.1.3.- Formulación de indicadores**

De acuerdo a Heinemann (2003), no es fácil formular indicadores que se corresponden perfectamente con el objeto estudiado y no existen muchos procedimientos seguros para formularlos (p. 75). Así que, si bien plantea que “uno confía en el sentido común y en la experiencia de la vida (...), no siempre se puede confiar en ellos” (p.75) y es mejor confiar en conversaciones con expertos y discusiones de grupos entre individuos de la muestra a evaluar.

Además, el autor recomienda basarse en la investigación bibliográfica para conseguir en investigaciones pasadas, indicadores comprobados que puedan usarse en nuevas investigaciones.

“Es oportuno recurrir a tales indicadores/escalas ya acreditados. Esto también resulta imprescindible si se desean comparar los propios resultados de la investigación con los de otras investigaciones. Por ello es también indispensable una revisión cuidadosa de la

bibliografía con la finalidad de ver cuáles fueron los indicadores empelados en otras investigaciones. Sin embargo, aquí también hay que proceder con cautela (...) dar con lo apropiado para el planteamiento propio constituye de por sí una tarea difícil. Con frecuencia nunca es totalmente seguro lo que se mide con una determinada escala; su validez tampoco está exenta de dudas (p.75)".

Aunque Heinemann se muestra preocupado en la formulación de indicadores por parte del investigador, y recomienda el uso de indicadores validados y comprobados; y de formularse, corroborarlos con expertos, otros autores plantean una metodología en la construcción de indicadores y escalas. Cohen y Franco en el citado libro de 2006, citan la conocida obra de 1973 *Metodología de las ciencias sociales. Conceptos e índices, Vol. 1* de los autores Paul Lazarsfeld y Raymon Boudon y su propuesta metodológica. A continuación el resumen de esta cita:

1.- Se parte de una observación de un conjunto de hechos u objetos particulares para plantear la representación literaria del concepto de dichos hechos u objetos.

2.- Se especifica el concepto, es decir, se divide en las dimensiones que lo integran. La opinión de Lazarsfeld es que "un concepto corresponde, casi siempre, a un conjunto complejo de fenómenos y no a un fenómeno simple y directamente observable" (p.156). En este paso, a través de la deducción analítica, se desglosa el objeto a evaluar en sus partículas.

"La deducción analítica de las dimensiones lleva a la partición del concepto, que formalmente debe ser exhaustiva –que las dimensiones cubran todo el concepto- y excluyente.-las dimensiones no deben superponerse o interceptarse ente sí "(p.156), agregan Cohen y Franco (2006).

3.- Se eligen los indicadores que midan cada una de las dimensiones del concepto. "Conviene utilizar una cantidad elevada de indicadores para

garantizar que se está midiendo el concepto que se pretende medir, y eventualmente, disminuir el efecto negativo que se deriva de haber elegido un mal indicador” (p.157), recomiendan Cohen y Franco.

4.- Se forman índices para sintetizar los datos que resultan de las etapas anteriores. Cohen y Franco (2006) citan un extracto de la obra de 1975 *Introducción a los métodos de la sociología empírica* del conocido autor Renate Mayntz para explicar este paso:

“En la construcción de índices hay que resolver dos problemas: Primeramente, debe decidirse qué datos de dimensiones parciales han de integrarse en el índice. Ha de tenerse en cuenta que un índice debe referirse explícitamente a todas las dimensiones parciales del espacio de correspondiente fenómeno pero sólo a éstas. En segundo lugar, se debe indicar de qué manera se han de poner en relación mutua esto datos (asignación de valores numéricos, ponderación, combinación) (p.157)”.

## **Marco Contextual**

### **Capítulo II. Locatel y su proyecto de rediseño de página Web**

#### **2.1.- Descripción y breve historia de la empresa**

Locatel se fundó en 1979 como un sistema de alquiler de equipos médicos con despacho a domicilio y venta al detal. Como se indica en el número 1 de la revista +salud (2004) de este primer servicio deriva el nombre de la empresa, ya que Locatel proviene de la frase francesa “Location par telephone” (alquiler por teléfono). A partir de 1994 la empresa adopta el concepto de “Automercado de Salud”, abriendo establecimientos donde se ofreciera no sólo el alquiler de equipos médicos, sino también los servicios de Farmacia (con un descuento global), Nutrición y Dietética, Audiología, Laboratorio Clínico, Terapia Respiratoria, Óptica, Revelado de fotografía y Venta de productos odontológicos (estos dos últimos ya no se prestan).

En 1999 Locatel cambia su modelo de negocios al de franquicias, expandiéndose primero por Venezuela, y luego a nivel mundial, como se señala en la página de Historia de la empresa del Sitio Web (π 1). Actualmente, Locatel maneja casi 50 tiendas en Venezuela, y varios establecimientos en Colombia (6), México (2), Estados Unidos (2) y Rusia (2). Cada uno de estas franquicias internacionales manejó hasta junio de 2009 imágenes públicas y Sitios Web diferentes (Ver Anexo A).

De esta rápida expansión ha surgido la necesidad de rediseño de toda la identidad gráfica que se ha desarrollado desde la Casa Matriz en Venezuela entre los años 2008 y 2009. En Estados Unidos el hombrecillo en silla de ruedas confunde a los clientes, ya que piensan que es un establecimiento reservado sólo para personas lisiadas. De la mano del rediseño de la imagen, surgió también la necesidad de reestructurar el Sitio Web corporativo para Venezuela, como primer paso por ubicarse en este país la Casa Matriz de la empresa, y cuyos resultados servirán para reestructurar los sitios Web de

Plenia Locatel International (Plenia y Locatel son la misma empresa. Plenia es el nombre usado por Locatel en México y en Rusia, donde “Locatel” estaba reservado por otras empresas al momento de la entrada en esos mercados). En la actualidad, los sitios Web de la empresa en cada país presentan una imagen completamente distinta. La nueva cara de Plenia Locatel International fue revelada en junio de 2009, fecha en que apareció también el nuevo Sitio Web de Locatel Venezuela (Ver Anexos B y C).

## **2.2.- Proyecto de rediseño del Sitio Web corporativo de Locatel**

### **2.2.1.- Descripción corta del Sitio Web inicial**

El Sitio Web corporativo antes del rediseño fue lanzado en 2004 por la empresa Meiler Interactive Creations (lo llamaremos por el resto de este informe como Sitio Web inicial). Durante 4 años el sitio no sufrió modificación alguna y pocas actualizaciones, debido, en parte, a que en la empresa no existía un departamento encargado del sitio, como lo indica el Director de Convenios y Relaciones Institucionales (Comunicación personal, Mayo de 2008). A partir de Mayo de 2008 se crea este departamento con el objetivo inicial de la reconstrucción del sitio, de la mano con el diseño de la nueva imagen de la empresa.

El Sitio Web inicial está realizado en tecnología .html y presenta información sobre Locatel, los servicios, novedades de la empresa, novedades de la revista +salud y de Fundailusión, como se resume en el informe *Mapa Del Sitio Web de Locatel y Análisis crítico*, preparado por el Equipo Web de la corporación. Además, tiene áreas de contacto con el usuario como la zona de Contacto y la de Farmacéutico Virtual. También cuenta con un buscador de productos (Ver pantalla de la página principal en Anexo D y mapa del Sitio Web inicial en Anexo E).

### **2.2.2.- Zona restringida del Sitio Web de Locatel**

El Sitio Web inicial de Locatel Venezuela es de acceso general, salvo en la zona Convenios/VIP, que es una sección reservada para empresas que sostienen convenios con Locatel y médicos que forman parte del programa VIP de la empresa, como se recoge en el informe *Funcionamiento de módulo Convenios VIP en Sitio Web de Locatel*, preparado por el Departamento Web de Locatel (2008, Diciembre).

En el informe citado, se explica que VIP es un programa único de Locatel que aglomera a más de 18 mil médicos venezolanos, que mediante su afiliación especial a Locatel reciben un número de beneficios, entre éstos, hacer órdenes de compra en línea (el pago se hace en la tienda en el momento en que el médico busque los productos). Además, tienen acceso a un sistema en línea de recípe médico en forma gratuita, para ser usado en su consulta:

“Si el paciente de un Médico VIP es cliente Locatel, el médico le ofrece hacer el recípe a través de la página y enviar el mismo al establecimiento que el cliente desee. Luego, el paciente podrá pasar a buscar su orden de compra a dicho establecimiento, en donde la encontrará preparada por el personal de Locatel mediante el recípe electrónico que reciben. Ahí, el cliente y sólo tendrá que cancelarla”. (2008, P.3)

Por otra parte, Locatel mantiene una decena de Convenios con empresas venezolanas, muchas de ellas aseguradoras, a través de los cuales las empresas tienen facilidades de pago y acceso a la función de orden de compra, al igual que los médicos. Como se indica en el informe del Departamento Web:

“Muchos convenios de Locatel están establecidos con empresas aseguradoras, así que muchos usuarios de este módulo son ejecutivos de ventas de las aseguradoras que envían a Locatel órdenes de compra de medicinas o equipos que requieren los pacientes asegurados. Las órdenes de compra funcionan en este caso como documento de autorización de compra de productos para personas inscritas en un seguro”. (2008, P.7)

### **2.2.3.- Análisis crítico del Sitio Web inicial**

La primera tarea del departamento Web ha sido el *Mapa Del Sitio Web de Locatel y Análisis crítico (2008)*, del que se extraen las siguientes características:

- Contenido: en todo el sitio los textos no están adaptados al medio digital y son insuficientes en la mayoría de los casos. Locatel mantiene una serie de servicios de salud que son la bandera de la corporación y las descripciones de cada uno de ellos se mantienen desactualizadas y extremadamente reducidas.

En el caso de las noticias de la empresa, ubicadas en la sección Este Mes, se observa que las informaciones datan de muchos meses atrás. La página dedicada a la revista “+Salud”, producto editorial del Grupo Locatel se limita a dar una breve reseña de tres contenidos destacados de la edición que para el momento esté vigente, pero “no se precisa dónde se puede adquirir la revista, su precio o con qué frecuencia se publica”. (2008, p.20)

- Home: “En cuanto a diseño, es una página sobrecargada de color e información (sin ninguna jerarquía específica) que puede abrumar al usuario. Cuenta con muy pocos espacios de descanso visual para

equilibrar la gran cantidad de información y elementos gráficos” de acuerdo al informe (2008, p.5). Un detalle de diseño que se menciona en el análisis es la presencia de gráficos en Flash, ubicados en la parte inferior. Tradicionalmente, el uso de gráficos en Flash es reservado para banners que vinculan una página con otra. En este caso, se emplea el resaltado para imágenes promocionales sin ninguna vinculación y esto puede confundir al usuario.

Además, “no se entiende la selección de categorías de productos. Es muy pobre y crea falsas expectativas (al hacer click los resultados no corresponden con el título de la categoría)” (2008, p.5).

- Funcionalidades: aparte de ser un Sitio Web corporativo con cierta información (aunque incompleta, como recoge el análisis), tiene tres funcionalidades para el usuario del sitio público: Farmacéutico Virtual, donde los usuarios que así lo deseen cuentan con un formulario electrónico para consultar al grupo de farmacéuticos de la empresa, el buscador de productos y el formulario electrónico de la sección de Contacto, para enviar alguna duda, queja o comentario.

El buscador de productos, de acuerdo al informe, es poco útil. “Las respuestas del sistema sólo indican el nombre completo del producto y las diferentes presentaciones en las que está disponible en el sistema”. Pero esto no garantiza que el producto esté disponible en alguna de las tiendas, sólo que existe en el catálogo. Aún así, el nombre completo presenta problemas, ya que en la gran mayoría de los casos se muestra abreviado (Ej: “Tab”. por “Tabletas” o “H&S” para “Head and Shoulder”), lo que puede generar confusión en el usuario, como se plantea en el informe.

El buscador no arroja resultados sobre existencias, información del producto o precio, datos fundamentales para los clientes.

El usuario Convenios/VIP tienen dos funcionalidades extra: la de la generación de órdenes de compra y récipes médicos.

#### **2.2.4.- Expectativas de los grupos interesados en el proyecto**

La decisión de rediseñar el Sitio Web de Locatel Venezuela se basa en exigencias internas de la empresa. Como se explicará a continuación, las entrevistas a los jefes de departamento y encuestas a empleados y dueños de franquicias recogieron que en Locatel existen grandes necesidades de comunicación con los clientes.

Además, se está llevando a cabo un proceso de creación de nueva imagen de la empresa, por lo que se requería modificar el diseño gráfico del Sitio Web corporativo, de acuerdo a estos nuevos lineamientos. En 2008 la Junta Directiva de la empresa consideró que la modificación de la imagen comercial era el momento indicado para rediseñar el Sitio Web y que ambos proyectos debían ser presentados al mismo momento.

##### **2.2.4.1.- Jefes de Departamento de Locatel.**

###### **Resumen de entrevistas**

A partir de Mayo de 2008, el Equipo Web ha sostenido una serie de entrevistas con los gerentes y jefes de departamento de Locatel Venezuela para conocer sus expectativas y necesidades para la reconstrucción del Sitio Web, información que ayudó en la definición de objetivos del proyecto y constituye una pieza importante de la documentación de base para este trabajo

especial de grado. Se entrevistó a diez jefes de departamentos con intereses en la reconstrucción del Sitio Web. A continuación se resumen y citan sus expectativas:

- Mercadeo: La Gerente de Mercadeo (comunicación personal, Mayo de 2008) indicó que se requiere el mantenimiento de una sección de novedades de la empresa.
- Recursos Humanos: El Gerente de Recursos Humanos (comunicación personal, Noviembre de 2008) indicó que se necesita mejorar la información sobre la empresa que se maneja para el momento en internet, ampliarla y actualizarla. Además, informó que la página de empleo del Sitio Web de Locatel es muy poco usada por los usuarios; las contrataciones se realizan por un Sitio Web especializado de empleos externo. Su departamento requiere una solución para esta situación.
- Sistemas, SAP e Informática: El Director de Sistemas, SAP e Informática para Locatel a nivel mundial (comunicación personal, Junio de 2008) sostiene que el Sitio Web tiene “funcionalidad nula” y plantea agregar nuevas funcionalidades interactivas. Pide que el sitio “...se convierta en un destino en sí mismo, donde la empresa preste un espacio para que se creen comunidades, con un costo cero para Locatel...”. Además, solicitó mejoras en el diseño gráfico. Por otra parte, el Gerente de Sistemas, SAP e Informática para Venezuela (Comunicación personal, Junio de 2008) solicitó que el buscador de productos arroje resultados con la siguiente información: precio, existencia, posología y foto. Además, propuso la re-potenciación de la sección Farmacéutico Virtual.
- Farmacia: La Jefa de Farmacia a nivel nacional y persona encargada de la sección Farmacéutico Virtual (FV) (Comunicaciones personales, Mayo de 2008) manifestó que los usuarios no encuentran respuesta

de los formularios electrónicos de Contacto, por lo que le hacen consultas vía FV de materias que no le corresponden, como precios de productos, existencia, reclamos, preguntas sobre nutrición y dietética, información de la Tarjeta de Crédito de Salud, realización de jornadas médicas, de vacunación y de emisión del certificado médico vial. Requiere que se publiquen en el sitio las respuestas que da a los usuarios, pues muchas se repiten o son parecidas. Dijo que espera que el nuevo Sitio Web sea “amigable, sencillo, fácil de ser usado por personas de la tercera edad”. Solicitó la ampliación del formulario electrónico de FV, ya que de acuerdo a la Jefa de Farmacia, necesita más datos sobre el usuario que hace la consulta en línea para poderle dar mejores respuestas.

- Convenios: La Gerente de Convenios (Comunicación personal, Mayo de 2008) solicitó la publicación de información sobre Convenios en el Sitio Web, además de datos de contacto con su departamento para las empresas interesadas.
  
- Relaciones Institucionales: El Director de Convenios y Relaciones Institucionales (Comunicación personal, Mayo de 2008) planteó la necesidad de contar con un Sitio de Plenía Locatel International, donde se dé acceso a los sitios de cada franquicia regional. Informó que es un objetivo a mediano plazo de la empresa la compra en línea por lo que desea que en la primera fase se establezcan las condiciones básicas para desarrollar comercio electrónico en el futuro.
  
- Servicio de Nutrición: La Coordinadora del servicio Nutrición Integral (Comunicación personal, Mayo de 2008) cuenta con un proyecto para establecer Nutricionista Virtual en el Sitio Web, un servicio de consulta sobre nutrición y dietética por internet. Desea que el material POP que se entrega en los establecimientos venezolanos sea usado

en el sitio y que se publique información sobre salud. Su departamento requiere que haya mayor información del servicio en el Sitio Web.

- Salud Integral: La Directora de Salud Integral, dirige los servicios de alquiler de equipos médicos, nutrición y dietética, audiología, terapia respiratoria, que se prestan en los establecimientos Locatel o en los hogares de los clientes. La Directora (Comunicación personal, Mayo de 2008) requiere que se publique más información sobre los servicios que administra y cómo los clientes deben contratarlos. Específicamente, desea la presentación de una galería de los equipos médicos disponibles.

#### **2.2.4.2. Empleados. Resultados y análisis de encuestas**

Durante los meses de Agosto, Septiembre, Octubre y Noviembre de 2008, el Equipo Web elaboró y aplicó un test de satisfacción con el Sitio Web inicial. Se aplicó a empleados de la Casa Matriz, quienes han sido usuarios del Sitio Web y a Dueños de Franquicias venezolanas. En total, hubo 56 respuestas por parte de la Casa Matriz. A continuación, se exponen los resultados más relevantes de la encuesta, resumidos del informe *Resultados de encuesta a Personal Locatel sobre página Web corporativa (2008)*.

Cuando se les consultó cuán satisfecho se encontraban los empleados con el Sitio Web actual, el 66,67% respondió que estaban Insatisfechos.

Al pedirles que calificaran el Sitio Web bajo varios indicadores (Ver Anexo F), en los empleados las opciones Regular y Mala son las más votadas. El personal de Locatel opina que las peores características son: Facilidad de uso (con 65% de votos como regular), Actualización de contenidos (con 50% de los votos como mala), Servicio de atención al cliente (con 57,89% de los

votos como regular) y Variedad de contenidos (votada por igual como mala y regular con el 40% de los votos).

Cuando se les pidió que identificaran alguna desventaja de una lista, las opciones más votadas fueron Contenidos no actualizados (61,9%) y Poca información de servicios y productos y (57,14%).

Al solicitarles que eligieran de una lista las características que quisieran encontrar en el nuevo Sitio Web, las opciones preferidas fueron Más contenido de salud y bienestar (71,43%) y Más información de productos y servicios (76,19%), así como Preguntas al especialista (52,38%).

Ante la pregunta ¿Siente que Locatel debe ofrecer la opción de compra en línea?, la mayoría de los encuestados de la Casa Matriz (66,67%) desean que se instaure lo más pronto posible. Y el 28,57% a mediano plazo.

#### **2.2.4.3.- Dueños de Franquicias. Resultados y análisis de encuestas**

La encuesta electrónica fue la opción más fácil de comunicación con los dueños de las franquicias venezolanas, para registrar sus expectativas y necesidades en cuanto al Sitio Web. Se tomó en cuenta a las franquicias, porque el costo del proyecto proviene de éstas. En total, se recibieron 30 respuestas. A continuación, se exponen los resultados más relevantes de la encuesta, resumidos del informe *Resultados de encuesta a Personal Locatel sobre página Web corporativa (2008)*.

Al preguntarles su nivel de satisfacción con el Sitio Web, el 63,33% de los Dueños de Franquicias aseguró estar Satisfecho con la página, mientras

que el 30% se mostró Insatisfecho. El 3,33% se declaró completamente Satisfecho y también, otro 3,33% se manifestó Completamente insatisfecho.

Al consultarles específicamente por elementos de navegación y de presentación, los Dueños de Franquicias opinaron que la página Web actual es buena en su Rapidez de descarga de las páginas (63,3% calificó a esta opción como buena), Facilidad de uso (50%), Calidad de los contenidos (50%) y Servicio de atención al cliente (42,86%). Los encuestados consideran que la página es regular en cuanto al Servicio de atención al cliente (39,26% calificó a esta opción como regular) Diseño atractivo (36,67%) y Calidad de los contenidos (36,67%).

En otra pregunta se les pidió a los Dueños de Franquicias indicar si reconocían alguna desventaja del Sitio Web de una lista, entre las cuales, Contenidos no actualizados fue la opción más votada (44,83%). Además, hubo un empate entre Diseño desordenado, Poca información de servicios y productos y Poca interactividad (41,38% cada una).

En la pregunta ¿Qué le gustaría encontrar en el nuevo Sitio Web?, los dueños de las franquicias prefirieron las opciones de Más información de productos y servicios (75,86%) y Más contenido de salud y bienestar (58,62%).

Al consultarles sobre la urgencia de la instauración de ventas en línea, un 56,67%% prefiere el comercio electrónico pero en un mediano plazo, 23,33% piensa que debe instaurarse lo más pronto posible y 20,00% no lo ve necesario.

### 2.2.5.- Hitos del proyecto Web de Locatel

El proyecto del rediseño del Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela ha sido establecido por el departamento Web en varias fases, cada una de ellas agrega funcionalidades nuevas. La primera fase es el problema de estudio de esta investigación y fue planificada de este modo:

Primera Etapa Estatus del Sitio: ¿qué estamos presentando?	1.Mapa y análisis del Sitio Web
	Análisis de entorno externo: ¿cómo se presentan los Sitios Web de la competencia y de otras empresas?
	2.Comparación de Sitios Web de franquicias dedicadas a la salud
	3.Análisis de casos: ideas de presentación de contenido de otros Sitios Web en general
Segunda Etapa Análisis de entorno interno: ¿qué se quiere presentar en el nuevo Sitio Web?	4.Levantamiento de información con los departamentos
	5.Entrevistas con los jefes de departamentos
	6.Encuestas
Tercera Etapa Construcción del nuevo Sitio	7.Búsqueda de empresas de desarrollo Web
	8.Encuentro con desarrolladores Web
	9.Auditoría y elección de desarrollador Web
	10.Inicio del rediseño y reestructuración
	11.Construcción de nuevo mapa del Sitio Web
	12.Aprobación de boceto
	13.Programación del Sitio

	14.Redacción y revisión de contenidos
	15.Búsqueda de material ilustrativo
Cuarta Etapa Cierre	16.Aprobación de sitio por Junta Directiva
	17.Pruebas de usabilidad
	18.Publicación de nuevo sitio
	19.Revisiones posteriores de funcionamiento del sitio
	20.Recolección de impresiones sobre nuevo sitio

**Tabla 1: Hitos del proyecto Rediseño de Sitio Web de Locatel Venezuela. Fuente: elaboración propia, en base al plan de Locatel.**

## **Marco Metodológico**

Este proyecto es una evaluación del proceso de renovación del Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela. La medición del éxito de este proyecto se basó en la comparación de las expectativas iniciales de los grupos de interés empresariales, debidamente documentadas por el Equipo Web de Locatel al inicio del proyecto, con los resultados del rediseño.

### **Capítulo III. Objetivos y tipo de evaluación.**

#### **3.1. Objetivo general y objetivos específicos.**

##### **Objetivo general**

Evaluación del rediseño del Sitio Web corporativo de Locatel Venezuela, a través de la medición de la satisfacción de expectativas de los grupos de interés internos del proyecto.

##### **Objetivos específicos**

- Revisión y evaluación de documentación base generada con el registro de expectativas de los grupos interesados en el rediseño del Sitio Web al principio del proyecto.
- Diseño de un modelo de medición de éxito del rediseño de Locatel para los grupos de interés internos.
- Construcción de indicadores para evaluar éxito del proyecto.
- Medición del nivel de satisfacción de las expectativas de los distintos grupos interesados en el proyecto.
- Registro del desarrollo del caso.

#### **3.2. Tipo de evaluación.**

Por ser el rediseño del Sitio Web un proyecto, se manejó la evaluación como una evaluación de proyecto, específicamente ex post, ya que se realiza luego de la finalización del proyecto.

## **Capítulo IV. Indicadores.**

### **4.1. Tipo de indicadores empleados.**

Por la naturaleza del objeto de estudio, la evaluación del éxito del proyecto se planteó a través de la medición de un grupo de 30 indicadores microeconómicos (Ver anexo G). Es decir, que se construyeron o eligieron para este caso en particular; no fue tomado en cuenta un grupo de indicadores ya existente para la evaluación completa de este proyecto.

Si bien existen metodologías de evaluación de éxito de sitios Web, o de proyectos; se quería estudiar el éxito de este caso en particular tomando en cuenta sus características, naturaleza y objetivos propios. Se considera que la evaluación del resultado de este proyecto debe ser estudiado con una metodología propia, nacida de sus propias expectativas. Además, se espera que esta metodología sea aplicada a otros casos.

Como se comenta en el Marco Contextual de este Trabajo Especial de Grado, los objetivos del proyecto del rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela eran por un lado responder a un cambio de imagen que se estaba haciendo de manera global, a la marca; y por otro lado responder a una serie de expectativas de varios de los grupos de interés internos en el proyecto. Se determinó en el trayecto de la elaboración de este Trabajo Especial de Grado, que para conocer el éxito o fracaso (evaluación) de este proyecto digital, se debía comparar el resultado obtenido contra las exigencias ofrecidas por estos grupos de interés internos al inicio del proyecto.

Se cree que este planteamiento metodológico de 30 indicadores de éxito pueda servir para aplicarse al resto de los sitios Web internacionales de la marca. Como se recoge en el Marco Contextual, un objetivo de este proyecto

de rediseño es la creación de un modelo venezolano, de la Casa Matriz de Plenía Locatel International que sirviera para rediseñar los sitios Web de Locatel Colombia, Plenía Rusia, Plenía México y Locatel Estados Unidos, así como de las franquicias internacionales por crearse. Este proceso se realizará con los lineamientos de Casa Matriz en Venezuela, por lo que se asegura que esta metodología de evaluación sería usada por la empresa para medir el éxito de todos sus procesos de rediseño de sitios Web, con ligeras variaciones.

Sólo en una de las expectativas, “Que el Sitio Web pueda ser usado por personas de la tercera edad” se empleará una metodología ya probada por un teórico de la comunicación digital. Como se indica en el Marco Teórico, en algunos casos, para la evaluación de proyectos se puede, y se suele hacer muchas veces, el uso de indicadores probados en otras investigaciones.

Por otra parte, la evaluación ex post planteada pretende responder en forma cualitativa y cuantitativa: en primer lugar si se debe emplear la metodología aplicada a nuevos proyectos Web dentro de la empresa Locatel o no (cuantitativa); y si, de emplearse, debe aplicarse en idéntica forma o deben plantearse cambios.

## **4.2. Construcción de indicadores.**

### **4.2.1. Filtrado de expectativas a medir.**

Como se señaló anteriormente, se construyó una tabla de 30 indicadores. Para esto se partió de la documentación hecha al inicio del proyecto, en que se recogieron las expectativas de los grupos de interés corporativos en el proyecto: los miembros de la Junta Directiva, los dueños de las franquicias y los empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela (Ver Anexo G).

Las expectativas fueron recogidas a través de entrevistas personales y por correo electrónico (en el caso de los miembros de la Junta Directiva), y a través de encuestas realizadas por medio de la herramienta Web encuestafacil.com\* (en el caso de los Franquicias y de los empleados de la Casa Matriz) y están registrados en el informe *Resultados de encuesta a Personal Locatel sobre página Web corporativa (2008)* realizado por el Equipo Web de Locatel Venezuela.

El informe recoge las minutas de las reuniones con la Junta Directiva y los Jefes de departamentos, luego de cada entrevista.

Los empleados de la Casa Matriz y los dueños de Franquicias pudieron expresar sus expectativas en cuanto al proyecto a través de la respuesta anónima, voluntaria y libre (no hubo coerción y no se guardaron datos de los participantes) de preguntas cerradas y abiertas, por medio de la Web.

En las preguntas cerradas, se les pedía seleccionar elementos específicos que quisieran como resultado del proyecto y señalar elementos específicos que quisieran que se eliminaran o mejoraran en el nuevo Sitio Web. Para calcular las expectativas que sobresalían de este grupo, a fin de ser usadas entre el grupo de 30 expectativas de esta evaluación, se sumaron las respuestas más elegidas (se tomó la primera mitad de las opciones más votadas; es decir, si se contaba con 6 opciones, se tomaron en cuenta las primeras 3 más elegidas para la construcción de indicadores de esta investigación).

En las preguntas abiertas, los participantes de la encuesta tenían la oportunidad de emitir opiniones sobre lo que querían que se mejorara en el Sitio Web inicial, sin límite de longitud de respuesta.

Encuestafacil.com es un Sitio Web que permite la construcción y manejo de encuestas en línea.

Las expectativas expresadas a través de la encuesta y las entrevistas fueron reunidas, procesadas y analizadas; y se concluyó que no se podía tomarlas todas en cuenta ya que muchas se repetían en varios grupos de interés internos, se determinó que algunas eran imposibles de medir, que y otras no eran lo suficientemente claras; en ese orden. Por lo tanto, se aplicaron tres filtros en la elección de expectativas que se usarán para medir la satisfacción de los grupos de interés del proyecto de rediseño.

### **Primer filtro: Eliminación de expectativas no medibles.**

De este grupo se seleccionaron las expectativas medibles, es decir con alguna posibilidad real de medición a través de indicadores o índices. Por ejemplo, un dueño de franquicia solicitó que el Sitio Web fuera “fresco”. En este sentido se puede inferir que se refería al diseño Web; pero no se cuenta con la comprobación necesaria para ser tomada en cuenta.

A continuación se presentan algunos casos de expectativas que fueron eliminadas por improbabilidad de medición:

- La expectativa “Mejoras en la información sobre la empresa en comparación con la información de la página Web inicial” expresada por el Gerente de Recursos Humanos también fue eliminada por la ambigüedad de la palabra “Mejoras”. Se determinó imposible concluir qué es una mejora, de forma objetiva.
- La expectativa “Publicación de más contenidos de salud y bienestar” realizada por el grupo de empleados de la Casa Matriz no se tomó en cuenta ya que pretendía una comparación de los contenidos de salud y bienestar publicados en el Sitio Web inicial contra los publicados en el Sitio Web final. En el Sitio Web inicial no se publicaban contenidos

de salud y bienestar, por lo que la comparación y medición en este caso se hizo imposible.

### **Segundo filtro: Eliminación de expectativas repetidas.**

Luego de ser divididas entre medibles y no medibles, se procedió a analizar las expectativas individualmente, para evitar repeticiones. Se observó que en muchos casos unas expectativas se repetían en varios grupos o la misma persona, por lo que se tomaba en cuenta sólo la más completa. Por ejemplo:

- La expectativa “Publicación de información sobre Convenios” fue incluida en la expectativa “Publicación de datos de contacto con el departamento de Convenios para las empresas interesadas en establecer un acuerdo comercial con Locatel”, ambas expresadas por la Jefe del departamento de Convenios.
- La expectativa hecha por los empleados “Publicación de la ubicación y servicios que brinda Locatel a nivel internacional” se incluyó en la expectativa expresada por el Director de Convenios “Contar con un espacio de Plenia/Locatel Internacional, donde se dé acceso a los sitios de cada franquicia internacional”, ya que Locatel a nivel internacional está denominada como Plenia/Locatel International. Y cada país en que se encuentra Locatel tiene un Sitio Web en que se muestran la ubicación y los servicios de los establecimientos; por lo que se requería un espacio que hiciese vínculos hacia esos Sitios Web pre existentes.
- La expectativa “Condiciones básicas para desarrollar comercio electrónico en el futuro”, hecha por el Director de Convenios, no fue

tomada en cuenta para la medición ya que podía entenderse que las condiciones básicas serían la construcción de un catálogo de productos que vende Locatel y el desarrollo de las descripciones de cada producto; que ya están siendo tomadas en cuenta en la siguiente expectativa, que se considera más completa y explícita: “Presencia de un buscador de productos que arroje resultados con la siguiente información: precio, existencia, posología y foto de cada producto”.

- La expectativa “Mayor información del servicio Soporte nutricional en el Sitio Web”, solicitada por la Coordinadora del servicio de Soporte nutricional para Locatel Venezuela, fue incluida en la expectativa “Mayor información sobre los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición integral, Audiología y Terapia respiratoria”, solicitada por la Directora del departamento de Salud Integral (que coordina los servicios de alquiler de equipos médicos, nutrición y dietética, audiolología y terapia respiratoria para Locatel Venezuela); ya que el servicio de soporte nutricional está incluido en el servicio de Nutrición integral.

### **Tercer filtro: Eliminación de expectativas no suficientemente claras.**

Luego de considerarse medibles, y evitar repeticiones, las expectativas fueron analizadas individualmente, para identificar la forma en que se procedería a operacionalizarlas cada una. En este tercer filtro, algunas expectativas fueron extraídas del grupo a evaluar ya que no eran lo suficientemente claras, como las que se presentan a continuación:

- La expectativa expresada por los empleados de “Más resolución de imagen” fue eliminada del cuadro de expectativas porque fue comunicada a través de la encuesta, lo que no permitió repreguntar a la persona, y surgieron dudas a la hora de interpretar esta idea. Si bien se puede interpretar que se refiere a que las imágenes

publicadas en la página Web tengan mayor resolución de imagen, también se puede entender que la intención de la persona era solicitar mayor resolución de pantalla, ya que escribió “Actualmente está alineada a la izquierda”. Esto último daría a entender que la persona veía el diseño del Sitio Web muy pequeña con respecto a las pantallas más modernas (el Sitio Web inicial estaba construido en una resolución de pantalla de 800 por 600 pixeles, cuando los nuevos monitores funcionan con una resolución de 1024 por 768, como mínimo) y por ende se alineaba a un lado, en lugar de esta centrada. Ante la duda, prefirió eliminarse.

- La expectativa “Presentación de la información en texto, más que en imágenes (para mejorar el posicionamiento en buscadores)” si bien estaba lo suficientemente clara en cuanto a su planteamiento, hecho por el grupo de Empleados de la Casa Matriz; se consideró que el objetivo no estaba del todo entendible. Locatel Venezuela tomó las medidas necesarias para que su Sitio Web y todo su contenido, inclusive el de imágenes cuenten con una posición privilegiada en los buscadores más conocidos. Por lo que esta expectativa se consideró innecesaria.

#### **4.2.2. Operacionalización de las expectativas en indicadores.**

Luego de haber estudiado las expectativas, se escogió un grupo de 30 expectativas a evaluarse. Posteriormente se evaluaron individualmente. Se observó en esta última evaluación que muchas expectativas están planteadas en forma cualitativa, lo que hace muy difícil de medir. Es así que, para llegar a una conclusión en el cálculo del éxito del proyecto de acuerdo a las expectativas iniciales, las transformamos de cualitativas en cuantitativa operacionalizándose individualmente.

A continuación se presenta y describe la forma en que fueron operacionalizadas individualmente las 30 expectativas, organizadas por el tema de las mismas: relativas al contenido o información del Sitio Web, su diseño, sus funcionalidades y los contenidos específicos de promoción.

Se hace la observación de que en la gran mayoría de las expectativas a medir, se empleó la página principal (home) del Sitio Web nuevo dado que una evaluación de todas las páginas Web del sitio se haría excesivamente extensa para los objetivos planteados en esta investigación. Además, porque gran parte de las expectativas se refieren a la página principal (home).

### **Expectativas relativas al contenido y la información del Sitio Web.**

#### **1. Mantenimiento de sección de novedades de la empresa.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Gerente de Mercadeo para Locatel Venezuela.

Tema	Expectativa expresada	Indicador de satisfacción de la expectativa	Método de medición	Resultados	Observaciones
Contenidos/ Información	Mantenimiento de sección de novedades de la empresa	Presencia del elemento: sección de novedades de la empresa	Observación del sitio		
Contenidos/ Información		Mantenimiento de la sección con algún tipo de periodicidad (que no sea estática)	Observación del sitio: Medición de la periodicidad		

**Tabla 2: Detalle del indicador número 1 en Cuadro de indicadores general.**

La gerente de Mercadeo, responsable de las comunicaciones corporativas de la empresa, requería un espacio en el Sitio Web, preferiblemente en la página principal, para destacar las informaciones

recientes. Además, solicitó que esta sección se mantuviese al día con respecto a las noticias. Una de las inconformidades de Locatel Venezuela presentes en la encuesta realizada a los Empleados de Casa Matriz y Gerentes de Franquicias es la falta de actualización de esta sección.

En esta expectativa en particular se identificaron dos indicadores posibles de medición: la existencia o no de una sección de novedades de la empresa, y la frecuencia de actualización de la misma. Para realizar la evaluación se decidió convertir esta expectativa en índice; donde la unión de la medición de los dos indicadores por separados ofreciera la evaluación de la expectativa, como se observa en el siguiente detalle del cuadro de indicadores.

Por un lado, se medirá la sola presencia del elemento solicitado, en la página principal y entre las páginas Web internas. El resultado indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

Por otro lado, se evaluará la periodicidad de la actualización de las informaciones que se publiquen en esta sección (debido al carácter noticioso de la sección). El grupo de interés solicitante de esta expectativa requería que esta sección se mantuviese al día con las novedades de la empresa. El resultado indicará una respuesta cuantitativa: sí se mantiene o no; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

En definitiva, la unión de las dos arrojará la medición de la satisfacción de la expectativa “Mantenimiento de sección de novedades de la empresa”.

## **2. Publicación en el Sitio Web de las respuestas que da el Farmacéutico virtual a los usuarios.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Jefa de Farmacia para Locatel Venezuela y persona encargada de la interacción con el usuario a través de Farmacéutico virtual.

La Jefa de Farmacia solicitó la publicación del archivo de preguntas y respuestas más frecuentes en el espacio destinado a Farmacéutico Virtual. En la página inicial, y durante 4 años, el Farmacéutico virtual mantuvo una página Web interna que constaba de un formulario electrónico donde el usuario debía llenar los campos para obtener respuesta vía correo electrónico.

Para realizar la evaluación se decidió operacionalizar esta expectativa. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe la publicación del archivo de respuestas del Farmacéutico virtual; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **3. Publicación de datos de contacto con el departamento de Convenios para las empresas interesadas en establecer un acuerdo comercial con Locatel.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Gerente del departamento de Convenios para Locatel Venezuela.

La Gerente de Convenios solicitó la publicación de datos de contacto con el departamento, ya que en el Sitio Web inicial no existía ningún espacio de contacto o de información sobre los convenios, que se establecen entre empresas privadas y públicas y Locatel Venezuela.

Para realizar la evaluación se decidió operacionalizar esta expectativa. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe la información de contacto con el departamento de Convenios; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

#### **4. Mayor información sobre los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición integral, Audiología y Terapia respiratoria.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Directora del departamento de Salud Integral (que coordina los servicios de alquiler de equipos médicos, nutrición y dietética, audiología y terapia respiratoria para Locatel Venezuela).

Esta expectativa en particular plantea el uso obligado de la metodología de comparación. Se decidió tomar como objeto de estudio la página Web interna de información sobre cada uno de estos servicios en el Sitio Web inicial, y la página Web interna de información sobre cada uno de estos servicios en el Sitio Web final; y comparar los tamaños de estos textos (medición de número de caracteres y de palabras).

El resultado de la comparación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe mayor cantidad de información de los servicios señalados; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

Cada comparación se hará de manera individual; es decir, que se planteará la evaluación comparativa de cada uno de los servicios solicitados. Por lo que en este caso, se trabajará un índice: la suma de todos los indicadores provenientes de las comparaciones, resultará en un indicador final que ofrecerá una conclusión sobre si la expectativa se satisfizo en su totalidad. Para mayores detalles, ver tabla 3.

Nº expectativa	Expectativa		Medición				
	Tema	Expectativa expresada	Indicador de satisfacción de la expectativa	Método de medición	Objeto de estudio	Resultados	Observaciones
4	Contenidos/		Presencia de mayor cantidad de páginas web dedicadas a la información de estos servicios, mayor número de caracteres y palabras empleadas en los textos informativos de estos servicios.	Comparación de sitio web final y sitio web inicial: medición del número de páginas web, caracteres y palabras empleados en los textos informativos sobre el servicio Alquiler de equipos médicos	Páginas web internas del servicio Alquiler de equipos médicos en sitios web inicial y final.		
	Información	Mayor información sobre los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición integral, Audiología y Terapia respiratoria		Comparación de sitio web final y sitio web inicial: medición del número de páginas web, caracteres y palabras empleados en los textos informativos sobre el servicio Nutrición integral	Páginas web internas del servicio Nutrición integral en sitios web inicial y final.		
				Comparación de sitio web final y sitio web inicial: medición del número de páginas web, caracteres y palabras empleados en los textos informativos sobre el servicio Audiología	Páginas web internas del servicio Audiología en sitios web inicial y final.		
				Comparación de sitio web final y sitio web inicial: medición del número de páginas web, caracteres y palabras empleados en los textos informativos sobre el servicio Terapia respiratoria	Páginas web internas del servicio Terapia respiratoria en sitios web inicial y final.		

Tabla 3. Detalle del cuadro general de indicadores. Expectativa 4.

### 5. La información sobre los servicios publicada en el Sitio Web debe contestar la pregunta: ¿cómo deben contratarlos los clientes?

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Directora del departamento de Salud Integral (que coordina los servicios de alquiler de equipos médicos, nutrición y dietética, audiología y terapia respiratoria para Locatel Venezuela).

Para medir esta expectativa, se evaluarán los contenidos de las páginas internas del Sitio Web final relacionadas con los servicios que presta la empresa para identificar (a través de la observación y de la lectura) si éstos responden a la pregunta planteada.

El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe la información de contratación de los servicios; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **6. Publicación de información sobre jornadas de salud.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Las jornadas de salud que realiza la empresa en sus establecimientos tenían un espacio en el Sitio Web inicial. Esta expectativa se refiere a que ese espacio continuara.

Para esto se observará el Sitio Web final, para identificar un espacio dedicado a las jornadas de salud. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe información sobre las jornadas; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **7. Aplicación de un estilo definido en los nombres de los establecimientos Locatel (nombre en mayúsculas o en minúsculas).**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

El solicitante observó que en el Sitio Web inicial se manejaban los nombres de los establecimientos completamente en mayúsculas en algunos casos, y en otros en minúsculas pero con la letra inicial de cada palabra en Mayúscula. Es decir, no existía un estilo en el tratamiento de los nombres de los establecimientos.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de un estilo definido para todos los nombres de los establecimientos. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no un estilo definido en los nombres de los establecimientos de Locatel Venezuela; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

#### **8. Publicación de temas relacionados a la ecología.**

Solicitada por el grupo de interés: Franquicias de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de contenidos relacionados al tema ecológico. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no contenidos relativos a la ecología; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

#### **9. Presentación de un formulario electrónico de Farmacéutico Virtual que solicite una mayor cantidad de datos del usuario.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

El grupo de Empleados de la Casa Matriz solicitó que en el formulario del ya existente Farmacéutico virtual se agregaran más campos que el usuario debe llenar con su información; de modo de que la respuesta sea más certera. En el Sitio Web inicial, y durante 4 años, el Farmacéutico virtual mantuvo un formulario electrónico básico.

Esta expectativa en particular plantea el uso obligado de la metodología de comparación. Se decidió tomar como objetos de estudio los formularios el Sitio Web inicial y del final; y comparara la cantidad de campos a llenar por el usuario.

Para realizar la evaluación se decidió operacionalizar esta expectativa. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe la presentación de un formulario electrónico más completo; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

#### **10. Presencia de videos de paseos por tiendas virtuales.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de videos de paseos virtuales por los establecimientos de Locatel Venezuela. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no videos de establecimientos; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

#### **11. Contar con un espacio de Plenia/Locatel Internacional, donde se muestren enlaces a los Sitios Web de cada franquicia internacional.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente el Director de Relaciones Institucionales y Convenios para Locatel Venezuela.

En esta expectativa en particular se identificaron dos indicadores posibles de medición: la existencia o no de una sección o página Web interna con información de Plenia/Locatel Internacional, y la presencia de hipervínculos hacia los sitios Web de cada franquicia internacional. Para realizar la evaluación se decidió convertir esta expectativa en índice; donde la unión de la medición de los dos indicadores por separados ofreciera la evaluación de la expectativa, como se observa en el siguiente detalle del cuadro de indicadores.

Nº expectativa	Expectativa		Medición			
	Tema	Expectativa expresada	Indicador de satisfacción de la expectativa	Método de medición	Resultados	Observaciones
21	Funcionalidades para la empresa	Contar con un espacio de Plenia/Locatel Internacional, donde se dé acceso a los sitios de cada franquicia internacional	Presencia del elemento: espacio para Locatel Internacional Acceso a los sitios web de las franquicias internacionales	Observación del sitio web final		

**Tabla 4: Detalle del indicador número 20 en Cuadro general de indicadores.**

Por un lado, se medirá la sola presencia del elemento solicitado, en la página principal y entre las páginas Web internas. El resultado indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no un espacio para Plenia/Locatel Internacional; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

Por otro lado, se identificará la presencia o no de hipervínculos hacia los sitios Web internacionales. El resultado indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no los hipervínculos; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

En definitiva, la unión de las dos arrojará la medición de la satisfacción de la expectativa. Para la medición de resultados finales en los índices se aplicará la siguiente regla: el indicador se cumplirá cuando obtenga el 51% o más de aprobación.

## **12. Presencia de blogs con aportes del propio personal de la empresa.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de blogs con aportes del personal de la empresa.

La idea manejada por el solicitante era que se crearan blogs de temas relacionados a los productos y servicios que ofrece Locatel Venezuela y administrados por los especialistas de cada área.

El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no los blogs corporativos; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **13. Presentación de una galería de los equipos médicos disponibles para alquiler.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Directora del departamento de Salud Integral (que coordina los servicios de alquiler de equipos médicos, nutrición y dietética, audiología y terapia respiratoria para Locatel Venezuela).

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de la galería de equipos médicos en alquiler de Locatel Venezuela. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no una galería de equipos en alquiler; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **Expectativas relativas al diseño del Sitio Web.**

### **14. Que el Sitio Web pueda ser usado por personas de la tercera edad.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Jefa de Farmacia para Locatel Venezuela y persona encargada de la interacción con el usuario a través de Farmacéutico virtual.

Juan Carlos García Gómez, documentalista en el Servicio de Información (SIU) de la Universidad de Murcia, España, realizó un estudio para evaluar la usabilidad para personas mayores de algunos sitios Web desarrollados para este público en ese país.

Ante la solicitud hecha por la Jefa de Farmacia, se decidió hacer uso parcial de los indicadores usados por García Gómez. Se usa parcialmente la tabla de indicadores del investigador, ya que ésta es tan sólo una de las 35 expectativas a analizar; y dado a que muchos de los indicadores usados por García Gómez se aplican a los casos investigados.

Tomando en cuenta estas dos condiciones, se seleccionaron 15 indicadores del estudio citado:

#### **Legibilidad:**

- Uso de tipos Sans Serif: empleo de tipografía sin serif.
- Tamaño de letra de 12 a 14 pt: empleo de tipografía de 12 a 14 puntos de tamaño.
- Peso medio o negritas: uso de negritas en los textos para resaltar palabras y frases importantes.
- Usar mayúsculas y minúsculas: presentación de frases y palabras en mayúsculas y minúsculas, no sólo en mayúsculas. En la Web suele ser agresivo el uso de mayúsculas para toda una palabra o una frase.
- Espaciado doble: uso del espaciado doble en los bloques de texto.

- Alineación izquierda del texto: presencia de la alineación izquierda en los textos.
- Fondo: presencia de colores no estridentes en el fondo; que permitan que el texto se distinga bien.

#### Presentación de la información:

- Usar voz activa: presentación de una redacción escrita en tiempo verbal presente.
- Glosario de términos técnicos: presencia de glosario.

#### Navegación:

- Pinchar sólo una vez con el ratón: presencia del comportamiento.
- Usar un diseño consistente en todo el sitio: presencia de diseño consistente en todas las páginas Web del sitio.
- Botones "Atrás" "Adelante": presencia de los botones "Atrás" y "Adelante" de la navegación.
- Mapas del sitio: presencia de un mapa del Sitio Web.
- Usar iconos con texto como hipervínculos: presencia de hipervínculos en forma de íconos.
- Información de contacto y ayuda: presencia de información de contacto y ayuda.

Para la medición de este sub conjunto de indicadores; se tomará como objeto de estudio una página interna del Sitio Web: "Fundailusión". Este grupo de indicadores se tomará como un índice: en definitiva, la unión de todas arrojará la medición de la satisfacción de la expectativa "Que el Sitio Web pueda ser usado por personas de la tercera edad".

Para la medición de resultados finales en los índices se aplicará la siguiente regla: el indicador se cumplirá cuando obtenga el 51% o más de aprobación.

### **15.Publicación de diseños de logos cambiantes de acuerdo a la estación, época o celebración (como hace Google).**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de diseño Web que cambie el *header* (el cabezal del Sitio Web, donde se ubica el logo) ocasionalmente. Dada la naturaleza de esta expectativa, se observará la página principal (home) del Sitio Web final por 6 meses; de modo de identificar si el diseño del logo ubicado en el *header* cambia de acuerdo a una fecha especial, una campaña, etc.

El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no diseños cambiantes en el *header*; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **Expectativas relativas a las funcionalidades del Sitio Web.**

### **16. Mayor cantidad de funcionalidades interactivas que las que se cuentan en el sitio inicial.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente el Director Sistemas, SAP e Informática para Plenia/Locatel International.

Esta expectativa en particular plantea el uso obligado de la metodología de comparación. Se decidió tomar como objetos de estudio los Sitio Web inicial y final; y comparar la cantidad de funcionalidades de cada uno.

El resultado de la comparación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no existe mayor cantidad de funcionalidades en el Sitio Web final; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **17. Presencia de comunidades virtuales creadas alrededor de la marca.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por el Director de Sistemas, SAP e Informática para Plenia/Locatel International.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia de comunidades virtuales alrededor de la marca; o de la posibilidad de crear comunidades virtuales. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no comunidades virtuales; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**18. Presencia de un buscador de productos que arroje resultados con la siguiente información: precio, existencia, posología y foto de cada producto.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por el Director de Sistemas, SAP e Informática para Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia de un buscador de productos que arroje los resultados señalados. El Sitio Web inicial contaba con un buscador de productos que sólo ofrecía como resultado el nombre y el código de los productos de la base de datos de Locatel Venezuela.

El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no el buscador esperado; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**19. Presencia de Nutricionista virtual en página Web.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Coordinadora del servicio de Soporte nutricional para Locatel Venezuela.

La solicitante planteó la creación de una función de especialista en línea relacionado con el servicio de Nutrición integral de Locatel, basándose en la función Farmacéutico virtual: los usuarios escribirían sus dudas en un formulario electrónico y obtendrían respuesta del especialista en línea en sus correos electrónicos.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de la funcionalidad Nutricionista virtual. El resultado

de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no el Nutricionista virtual; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **20. Uso de las autoevaluaciones entregadas en los establecimientos venezolanos en el Sitio Web.**

Solicitada por el grupo de interés: Jefes de departamento. Específicamente por la Coordinadora del servicio de Soporte nutricional para Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de algún contenido de las autoevaluaciones impresas que se entregan en los establecimientos venezolanos. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no el uso y aplicación de las autoevaluaciones a la Web; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **21. Presencia de comercio electrónico para los clientes.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de la funcionalidad comercio electrónico para los clientes de Locatel Venezuela. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no la posibilidad de compra en línea; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **22. Presencia de comercio electrónico dirigido sólo al médico o para Equipos Médicos.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de la funcionalidad comercio electrónico para los médicos de Venezuela o en donde se ofrezcan equipos médicos. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no la posibilidad de compra en línea; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **23. Publicación de Vademécum.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la publicación de un Vademécum en línea. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no un vademécum en la página Web; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **24. Presencia de cotizaciones en línea.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de una herramienta interactiva que permita hacer cotizaciones en línea. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no la posibilidad de cotizar productos de Locatel Venezuela en línea; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**25. Presencia de inscripción en boletines electrónicos, donde se les ofrezca a los usuarios información de novedades de la empresa y de productos.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de boletines electrónicos sobre Locatel Venezuela, a los cuales los usuarios puedan suscribirse. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no boletines electrónicos; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**26. Presentación de calculadoras de salud.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de calculadoras de salud en línea. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existen o no calculadoras de salud; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**27. Afiliación del cliente en la Web.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o de la funcionalidad de afiliación de clientes de Locatel

Venezuela en línea. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no la funcionalidad; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**28. Posibilidad de que los gerentes de establecimientos puedan ver a través del Sitio Web los reclamos que se hacen vía la sección de Atención al cliente.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no de un espacio donde los Gerentes y Dueños de las Franquicias de Locatel Venezuela puedan recibir sugerencias, reclamos y quejas hechas por los usuarios.

El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no el espacio para los dueños de Franquicias; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

**Expectativas relativas a la promoción de la empresa y sus productos y servicios por medio del Sitio Web.**

### **29.Promoción de Fundailusión.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, de modo de identificar la presencia o no algún elemento promocional de la iniciativa de responsabilidad social de Locatel Venezuela, Fundailusión. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no un elemento promocional de Fundailusión; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

### **30.Presencia de un espacio promocional sobre los productos exclusivos importados por Locatel.**

Solicitada por el grupo de interés: Empleados de la Casa Matriz de Locatel Venezuela.

Para medir esta expectativa se observará el Sitio Web final, para identificar la presencia o no de un espacio promocional para los productos exclusivos de Locatel Venezuela. El resultado de la observación del Sitio Web final indicará una respuesta cuantitativa: sí existe o no un espacio promocional de los productos exclusivos; lo que indicará si la expectativa se satisfizo.

## **Capítulo V: Resultados y análisis. Medición de cumplimiento de expectativas de proyecto Web Locatel**

El análisis de los resultados se dividirá en tres niveles:

- Primer nivel de resultados específicos: en que se analizaron los indicadores detalladamente uno por uno; ejemplificándose con imágenes y tablas.
- Segundo nivel de resultados por grupos de interés internos: se realizó luego del primer nivel de resultados específicos. Se hizo con el objetivo de evaluar la satisfacción de expectativas de cada grupo de interés, de acuerdo a los objetivos específicos planteados para esta investigación.
- Tercer nivel de resultados generales: es la unión de los niveles anteriores. Se responde la pregunta más importante del problema de estudio: la satisfacción o no de las expectativas en el proyecto de rediseño del Sitio Web y su grado de cumplimiento.

### **5.1. Resultados específicos.**

#### **Expectativas relativas al contenido y la información del Sitio Web.**

##### **1. Mantenimiento de sección de novedades de la empresa.**

Siguiendo la metodología planteada, primero se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de una sección dedicada a las novedades de la empresa. Efectivamente, el Sitio Web final tiene una sección llamada “De interés” en la cual se publican informaciones que son del interés de los clientes y afiliados, sobre la marca y sobre aspectos relacionados a los productos y servicios que Locatel ofrece, como se puede observar en la imagen 2. Las dos últimas informaciones publicadas en De interés son automáticamente

replicadas en una sección de la página principal (home), como se observa en la imagen 1.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “presencia del elemento: sección de novedades de la empresa” sí se cumple.

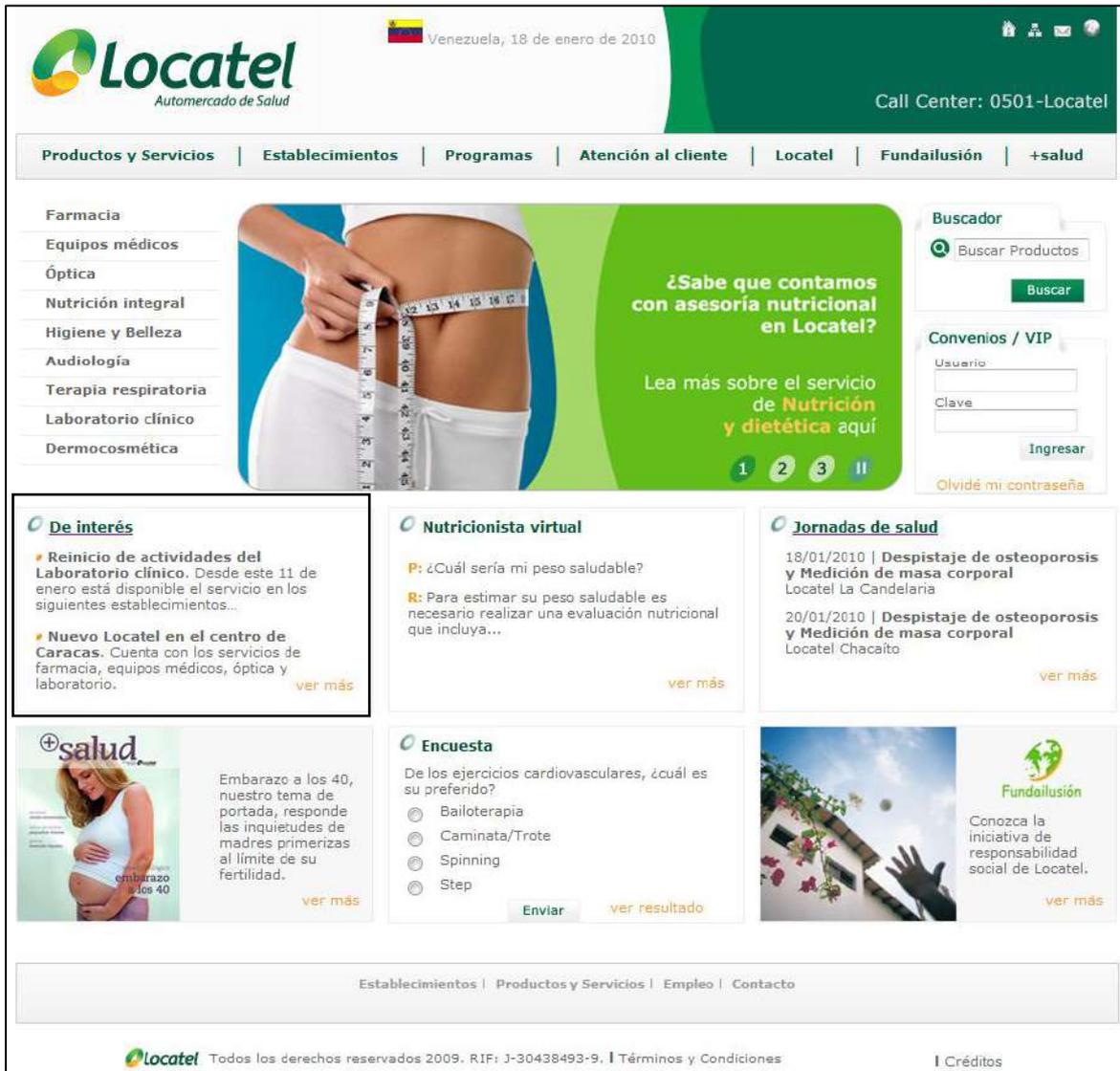


Imagen 1: Pantalla de la página Web principal (home) del Sitio Web final.

Por otro lado, se identificó que el indicador “Mantenimiento de la sección con algún tipo de periodicidad” sí se cumple. La sección De interés no es estática, mensualmente se han registrado por lo menos unas 4 noticias

publicadas (esto no significa que la periodicidad sea semanal), en los últimos 7 meses de observación.

Home > Locatel > De interés



## De interés

**Para los corredores**  
Ofrecemos recomendaciones de +salud a quienes vayan a participar de la Carrera 12.5 Km. [ver más](#)  
[17/10/2009]

---

**Locatel Boleíta cerrada**  
Nuestro establecimiento ubicado en Boleíta estará cerrado este viernes 16... [ver más](#)  
[16/10/2009]

---

**Hasta este domingo**  
Los interesados en participar en la Carrera 12.5 Km y la Caminata 6 Km tienen oportunidad... [ver más](#)  
[14/10/2009]

---

**Horarios feriado**  
Vea aquí los horarios de nuestros establecimientos para este 12 de octubre. [ver más](#)  
[08/10/2009]

---

**Corriendo por los niños**  
Nuestro cierre del Mes de la Salud contará con la acostumbrada Carrera 12.5 km en Caracas... [ver más](#)  
[05/10/2009]

---

**Para la familia**  
El cierre del Mes de la Salud lo celebraremos con una Caminata 6 km. Conozca más sobre esta actividad aquí. [ver más](#)  
[29/09/2009]

---

**Cerramos por inventario**  
El lunes 28 de septiembre nuestros establecimientos estarán cerrados... [ver más](#)  
[25/09/2009]

Imagen 2: Pantalla de la página Web interna “De interés” del Sitio Web final.

En conclusión, la expectativa “Mantenimiento de una sección de novedades de la empresa”, definida como un índice para su evaluación sí se satisfizo completamente.

## 2. Publicación en el Sitio Web de las respuestas que da el Farmacéutico virtual a los usuarios.

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de un archivo de preguntas y respuestas más frecuentes en el espacio destinado a Farmacéutico Virtual. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con la sección llamada “Preguntas frecuentes”, ubicada en la sección dedicada al Farmacéutico virtual, como se puede observar en las imágenes 3 y 4.

The screenshot shows the 'Farmacéutico virtual' page on the Locatel website. The header includes the Locatel logo and the text 'Automercado de Salud'. The navigation menu contains 'Productos y Servicios', 'Establecimientos', 'Programas', 'Atención al cliente', 'Locatel', 'Fundación', and '+salud'. The main content area has a breadcrumb trail 'Home > Atención al cliente > Farmacéutico virtual' and a large green banner with the text 'Farmacéutico virtual'. Below the banner, there is a list of services on the left: Farmacia, Equipos médicos, Óptica, Nutrición integral, Higiene y Belleza, Audiología, Terapia respiratoria, Laboratorio clínico, and Dermocosmética. The main text explains that Locatel has a group of pharmacists ready to answer questions and provides a list of categories for questions: 'Bebés y niños', 'De venta en Locatel', 'Medicamentos', and 'Sin prescripción'. A search bar and a 'Pregúntele al farmacéutico' button are visible on the right side.

Imagen 3: Pantalla de la página Web interna del Farmacéutico virtual con enlaces al archivo de preguntas y respuestas. Sitio Web final.



Imagen 4: Pantalla de la página Web interna de las Preguntas frecuentes del Sitio Web final.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Presencia del elemento: archivo de preguntas-respuestas de los usuarios de Farmacéutico virtual” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

### 3. Publicación de datos de contacto con el departamento de Convenios para las empresas interesadas en establecer un acuerdo comercial con Locatel.

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de datos de contacto con el departamento de Convenios. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con una página Web

interna dedicada a Convenios y a los Médicos VIP, en la que se publican los teléfonos de las oficinas del departamento para el establecimiento de nuevos convenios, como se puede ver a continuación:



Imagen 5: Detalle de la página Web interna de Convenios en el Sitio Web final.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Presencia del elemento: archivo de preguntas-respuestas de los usuarios de Farmacéutico virtual” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

#### **4. Mayor información sobre los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición integral, Audiología y Terapia respiratoria.**

Para realizar la medición y análisis de esta expectativa, evaluaremos indicador por indicador del índice planteado:

##### Mayor información sobre el servicio Alquiler de equipos médicos

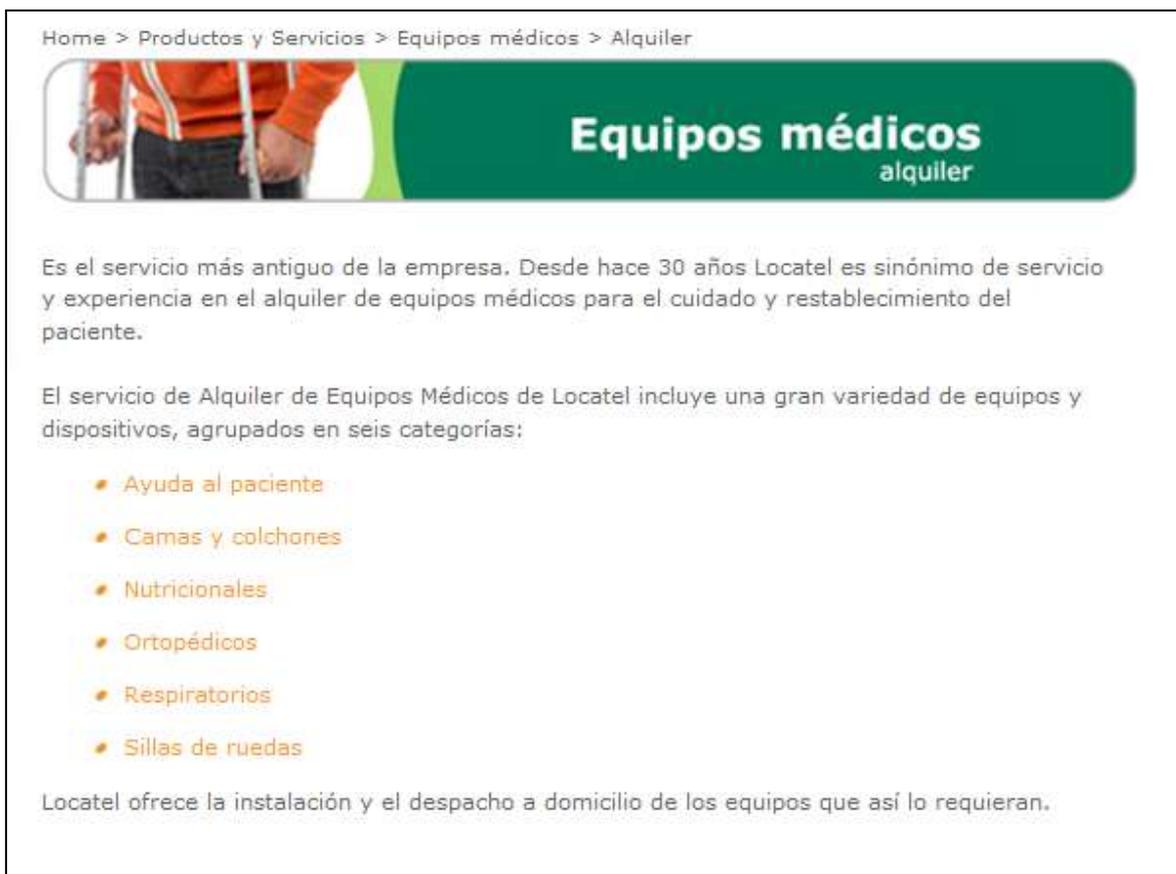
Aplicando la metodología de la comparación, se observa que:

- En el Sitio Web inicial, el servicio contaba con una (1) página Web interna dedicada, 62 palabras de texto informativo y 332 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 6.



**Imagen 6: Detalle de la página Web interna del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web inicial.**

- En el Sitio Web final, el servicio cuenta con una (1) página Web interna dedicada, 87 palabras de texto informativo y 438 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 7.



**Imagen 7: Detalle de la página Web interna del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web final.**

Además, en el Sitio Web final, se cuenta con una segunda página Web interna dedicada al servicio: la página de preguntas frecuentes de Alquiler de equipos médicos. Ésta tiene textos informativos de 651 palabras y 3469 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 8.

En total, el Sitio Web final cuenta con 2 páginas Web dedicadas al servicio, cuyos textos informativos miden 738 palabras y 3907 caracteres (sin espacios).

Nº	Páginas dedicadas al servicio	Nº de caracteres (sin espacios)	Nº de palabras
1	La página con información general.	438	87
2	La página de preguntas frecuentes.	3469	651
<b>Totales</b>		3907	738

**Tabla 5: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Nutrición integral en el Sitio Web final.**



Imagen 8: Detalle de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web final.

Indicador	Sitio Web inicial	Sitio Web final
Número de páginas Web dedicadas al servicio	1	5
Número de palabras en total	204	1274
Número de caracteres en total	1224	7438

Tabla 6: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Alquiler de equipos médicos.

En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que hay más información sobre el servicio Alquiler de equipos médicos: el número de páginas es mayor, y el número de palabras y caracteres usados en los textos informativos son por lo menos 4 veces más que los anteriores.

#### Mayor información sobre el servicio Nutrición integral

Aplicando la metodología de la comparación, se observa que en el Sitio Web inicial existía una página Web interna dedicada al servicio de Nutrición integral. En Locatel, el servicio Nutrición integral comprende dos sub departamentos: el de Nutrición y dietética (asesoría nutricional en los establecimientos) y el de Soporte Nutricional (asesoría nutricional a domicilio).

Se observó que en el Sitio Web inicial se dedicaba 1 (una) página Web interna al servicio de Nutrición integral, donde se presentaba un texto informativo sobre éste que constaba en 23 palabras y 125 caracteres (sin espacios), como se observa en la imagen 9. En esta página Web interna también se dedicaba un texto al servicio de Soporte Nutricional que constaba en 124 palabras y 739 caracteres (sin espacios), y otro párrafo al servicio de Nutrición y dietética que constaba en 57 palabras y 360 caracteres (sin espacios), como se observa en la imagen 9.



**Imagen 9: Detalle de la página interna del servicio Nutrición integral en el Sitio Web inicial de Locatel Venezuela.**

En total, se contabilizaron 204 palabras y caracteres (sin espacios) sobre el servicio de Nutrición integral en el Sitio Web inicial.

Se observó que en el Sitio Web final, el servicio de Nutrición integral cuenta con 5 páginas Web internas:

- 1.- La página con información general sobre el servicio.
- 2.- La página con información general sobre el servicio Soporte nutricional.
- 3.- La página de preguntas frecuentes sobre Soporte nutricional.
- 4.- La página con información general sobre el servicio Nutrición y Dietética.

5.- La página de preguntas frecuentes sobre el servicio Nutrición y Dietética.

Los textos de cada una de estas páginas Web internas cuentan los siguientes caracteres (sin espacios) y palabras, como se observa en las imágenes 10 y 11.

<b>Nº</b>	<b>Páginas dedicadas al servicio</b>	<b>Nº de caracteres (sin espacios)</b>	<b>Nº de palabras</b>
1	La página con información general sobre el servicio.	414	63
2	La página con información general sobre el servicio Soporte nutricional.	1515	261
3	La página de preguntas frecuentes sobre Soporte nutricional.	1839	322
4	La página con información general sobre el servicio Nutrición y Dietética.	1796	302
5	La página de preguntas frecuentes sobre el servicio Nutrición y Dietética.	1874	326
<b>Totales</b>		<b>7438</b>	<b>1274</b>

**Tabla 7: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos de los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición y dietética, Audiología y Terapia respiratoria para Locatel Venezuela en el Sitio Web final.**



## Soporte nutricional

Es un servicio de asistencia totalmente gratuito que Locatel brinda a domicilio a sus afiliados con requerimientos específicos de alimentación y en condiciones particulares:

- Pacientes con capacidad disminuida de movilización.
- Pacientes que comen poco o no pueden ingerir alimentos vía oral.
- Pacientes con sondas gástricas, nasogástricas, nasoduodenales, gastrostomías, yeyunostomías o gastroyeyunostomías. Por lo pronto, el Servicio de Soporte Nutricional no atiende a pacientes que requieran alimentación parenteral (vía endovenosa).

Para acceder al servicio es requisito indispensable que el paciente cuente con un médico tratante (su aval se requerirá en todo momento).

El servicio de Soporte Nutricional supone un proceso que incluye varios pasos:

- El paciente, un familiar directo o el médico tratante contacta a Locatel vía telefónica a través del 0501-Locatel (0501-5622835). El centro de atención al cliente tomará los datos necesarios para que el caso sea estudiado por el Departamento de Soporte Nutricional.
- Si el caso cumple con los requisitos de inclusión del departamento, se coordina una primera visita de exploración clínica de un médico especialista y de un nutricionista clínico de Locatel, ambos con entrenamiento y experiencia en el área de apoyo nutricional.
- En su visita, el médico realiza un examen físico del paciente e informa al nutricionista su estado de salud.
- Posteriormente, el nutricionista hace una evaluación nutricional, diseña un tratamiento individualizado, instruye al paciente y a sus familiares sobre el régimen de alimentación, realiza llamadas y visitas de seguimiento y atiende telefónicamente cualquier duda. Tanto el médico como el nutricionista de Locatel estarán en constante comunicación con el médico tratante.

**Imagen 10: Detalle de la página Web interna de Soporte nutricional del Sitio Web final.**



## Nutrición y dietética

Es un servicio totalmente gratuito que Locatel brinda en los establecimientos a todos sus afiliados. Consiste en la asesoría profesional sobre temas relacionados con la alimentación y la prevención o tratamiento de patologías asociadas.

El nutricionista de Locatel es indiscutiblemente un aliado del médico tratante. Su asistencia a los clientes incluye:

- Educación nutricional para promover mejores hábitos alimentarios y un estilo de vida saludable.
- Orientación en el manejo y consumo de alimentos y suplementos especiales.
- Guía en la compra de productos para las diferentes necesidades nutricionales.

Las recomendaciones formuladas por el nutricionista de Locatel parten de una evaluación nutricional individualizada y completa que se hace en el establecimiento.

El examen físico se realiza en la primera sesión. El nutricionista registra los datos del afiliado y construye su historia clínica con las mediciones corporales de rigor: peso, talla, índice de masa corporal, circunferencia del brazo, pliegue del tríceps, circunferencia de la muñeca, área grasa y magra.

Partiendo de las mediciones, las condiciones físicas y las necesidades del cliente, el nutricionista sugiere el peso ideal, formula indicaciones para mejorar la alimentación, establece un diagnóstico presuntivo y, de considerarlo necesario, recomienda la visita a un especialista.

El servicio de Nutrición y Dietética está dirigido a atender los requerimientos de afiliados de distintas edades y condiciones.

- Personas sanas:
  - Niños (desde los dos años).
  - Adolescentes.

Imagen 11: Detalle de la página Web interna de Nutrición y Dietética del Sitio Web final.

Es así que se establece gráficamente la comparación de los indicadores en ambos sitios, en la tabla 8:

Indicador	Sitio Web inicial	Sitio Web final
Número de páginas Web dedicadas al servicio	1	5
Número de palabras en total	204	1274
Número de caracteres en total	1224	7438

Tabla 8: Medición de números de páginas, número de caracteres y de párrafos empleados en los textos informativos del servicio de Nutrición integral en el Sitio Web final.

En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que hay más información sobre el servicio Nutrición integral: el número de páginas es mayor, y el número de palabras y caracteres usados en los textos informativos son por lo menos 4 veces más de los anteriores.

### Mayor información sobre el servicio Audiología

Aplicando la metodología de la comparación, se observa que:

- En el Sitio Web inicial, el servicio contaba con una (1) página Web interna dedicada, 83 palabras de texto informativo y 494 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 10.



**Imagen 12: Detalle de la página Web interna del servicio de Audiología del Sitio Web inicial.**

- En el Sitio Web final, el servicio cuenta con una (1) página Web interna dedicada, 150 palabras de texto informativo y 946 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 13.

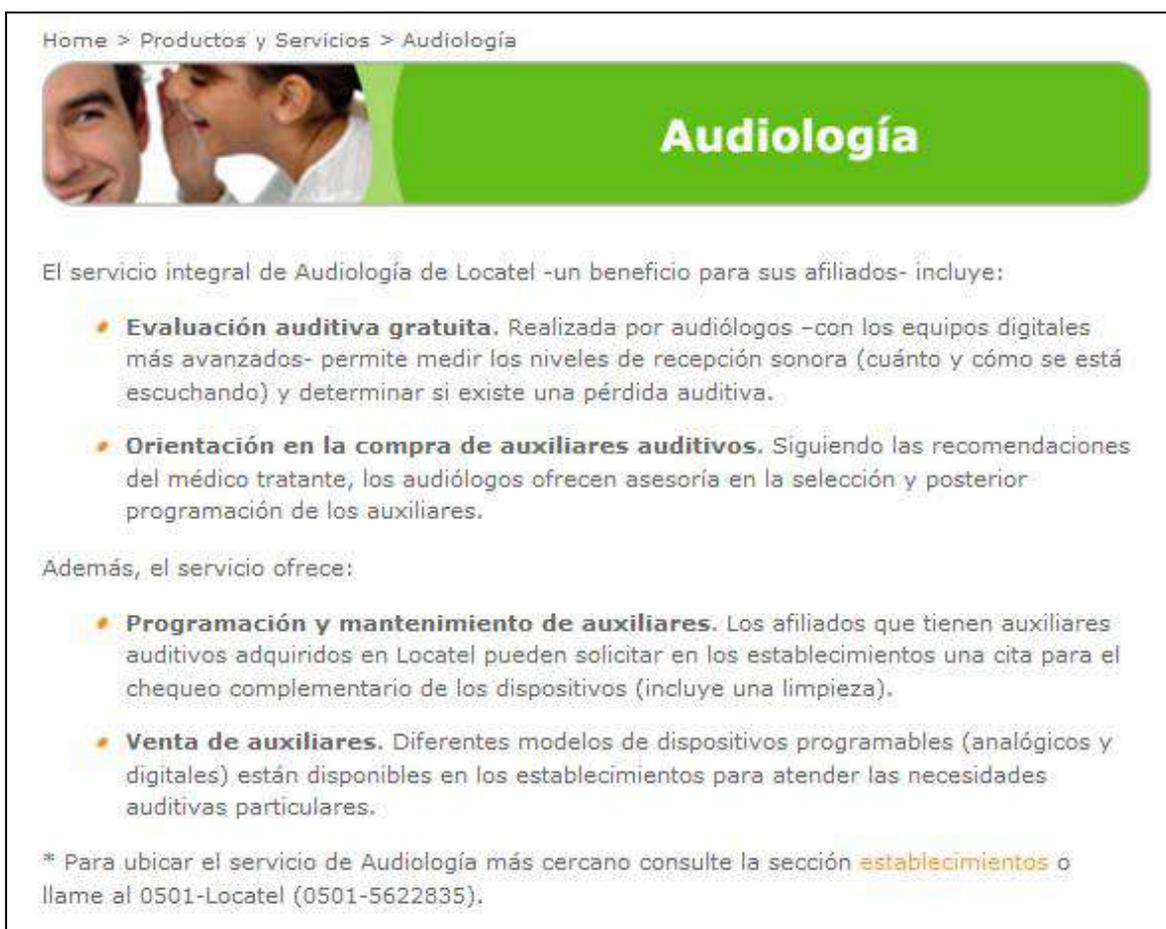


Imagen 13: Detalle de la página Web interna del servicio de Audiología del Sitio Web final.

Además, en el Sitio Web final, se cuenta con una segunda página Web interna dedicada al servicio: la página de preguntas frecuentes de Audiología. Ésta tiene textos informativos de 437 palabras y 2523 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 14.

En total, el Sitio Web final cuenta con 2 páginas Web dedicadas al servicio, cuyos textos informativos miden 587 palabras y 3469 caracteres (sin espacios).

Nº	Páginas dedicadas al servicio	Nº de caracteres (sin espacios)	Nº de palabras
1	La página con información general.	946	150
2	La página de preguntas frecuentes.	2523	437
<b>Totales</b>		<b>3469</b>	<b>587</b>

Tabla 9: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Audiología en el Sitio Web final.



Imagen 14: Detalle de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Audiología del Sitio Web final.

Indicador	Sitio Web inicial	Sitio Web final
Número de páginas Web dedicadas al servicio	1	2
Número de palabras en total	83	587
Número de caracteres en total	494	3469

Tabla 10: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Audiología.

En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que hay más información sobre el servicio Audiología: el número de páginas es mayor, y el número de palabras y caracteres usados en los textos informativos son por lo menos 6 veces más que los anteriores.

### Mayor información sobre el servicio Terapia respiratoria

Aplicando la metodología de la comparación, se observa que:

- En el Sitio Web inicial, el servicio contaba con una (1) página Web interna dedicada, 59 palabras de texto informativo y 348 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 15.



**Imagen 15: Detalle de la página Web interna del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web inicial.**

- En el Sitio Web final, el servicio cuenta con una (1) página Web interna dedicada, 204 palabras de texto informativo y 1194 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 16.



## Terapia respiratoria

El servicio de Terapia Respiratoria de Locatel ofrece a sus afiliados variados beneficios:

- Exámenes gratuitos de espirometría y oximetría. Realizados por terapeutas respiratorios, buscan medir la capacidad respiratoria y la cantidad de oxígeno en la sangre.
- Instalación y graduación gratuita de equipos BiPap y Cpap. Siempre bajo las indicaciones del médico tratante, terapeutas respiratorios de Locatel acuden a domicilio para instalar y graduar los equipos alquilados o comprados por afiliados con enfermedades pulmonares obstructivas crónicas. Las visitas domiciliarias se realizan cada vez que sea necesaria una nueva instalación o reprogramación de los aparatos.

Además, el servicio ofrece:

- Venta y alquiler de equipos para terapia respiratoria. Bajo estricta recomendación médica, incluye el alquiler de polisomnógrafos para quienes sospechan que sufren de apnea del sueño (el equipo graba durante la noche y detecta cuántas veces y por cuánto tiempo la persona deja de respirar). Posteriormente, el personal de Locatel envía los resultados de la medición al médico tratante del afiliado.

\* La venta y alquiler de equipos de terapia respiratoria está disponible en todos los establecimientos Locatel. Por lo pronto, los exámenes gratuitos de espirometría y oximetría sólo se realizan en Locatel Boleíta Norte (calle Vargas). Para mayor información llame al 0501-Locatel (0501-5622835).

**Imagen 16: Pantalla de la página Web interna del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web final.**

Además, en el Sitio Web final, se cuenta con una segunda página Web interna dedicada al servicio: la página de preguntas frecuentes de Terapia respiratoria. Ésta tiene textos informativos de 444 palabras y 2499 caracteres (sin espacios); como se observa en la imagen 17. En total, el Sitio Web final cuenta con 2 páginas Web dedicadas al servicio, cuyos textos informativos miden 738 palabras y 3907 caracteres (sin espacios).

Nº	Páginas dedicadas al servicio	Nº de caracteres (sin espacios)	Nº de palabras
1	La página con información general.	1194	204
2	La página de preguntas frecuentes.	2499	444
<b>Totales</b>		<b>3693</b>	<b>648</b>

**Tabla 11: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Terapia respiratoria en el Sitio Web final.**



**Imagen 17: Pantalla de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web final.**

Indicador	Sitio Web inicial	Sitio Web final
Número de páginas Web dedicadas al servicio	1	2
Número de palabras en total	204	648
Número de caracteres en total	1194	3693

**Tabla 12: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Terapia respiratoria.**

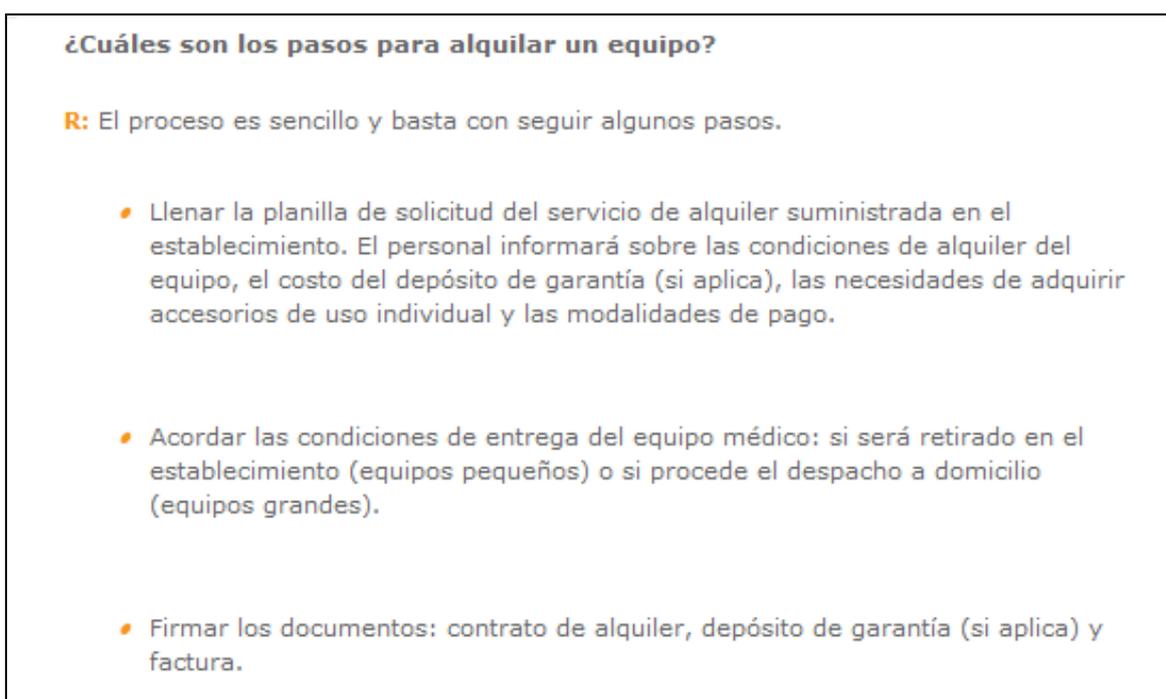
En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que hay más información sobre el servicio Terapia respiratoria: el número de páginas es mayor, y el número de palabras y caracteres usados en los textos informativos son por lo menos el triple que los usados en el Sitio Web inicial.

**5. La información sobre los servicios Alquiler de equipos médicos, Soporte nutricional y Audiología publicada en el Sitio Web debe contestar la pregunta: ¿cómo deben contratarlos los clientes?**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia información sobre la contratación de los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición integral y Audiología.

Sobre Alquiler de equipos médicos:

Efectivamente, se identificó la presencia del elemento informativo, ubicado en las preguntas frecuentes del servicio; por lo que se puede asegurar que el indicador se cumplió en este caso.



**Imagen 18: Detalle de la página Web interna de Preguntas frecuentes de Alquiler de equipos médicos en el Sitio Web final.**

Sobre Soporte nutricional:

Efectivamente, se identificó la presencia del elemento informativo, ubicado en la página Web informativa del servicio; por lo que se puede asegurar que el indicador se cumplió en este caso.

El servicio de Soporte Nutricional supone un proceso que incluye varios pasos:

- El paciente, un familiar directo o el médico tratante contacta a Locatel vía telefónica a través del 0501-Locatel (0501-5622835). El centro de atención al cliente tomará los datos necesarios para que el caso sea estudiado por el Departamento de Soporte Nutricional.
- Si el caso cumple con los requisitos de inclusión del departamento, se coordina una primera visita de exploración clínica de un médico especialista y de un nutricionista clínico de Locatel, ambos con entrenamiento y experiencia en el área de apoyo nutricional.
- En su visita, el médico realiza un examen físico del paciente e informa al nutricionista su estado de salud.
- Posteriormente, el nutricionista hace una evaluación nutricional, diseña un tratamiento individualizado, instruye al paciente y a sus familiares sobre el régimen de alimentación, realiza llamadas y visitas de seguimiento y atiende telefónicamente cualquier duda. Tanto el médico como el nutricionista de Locatel estarán en constante comunicación con el médico tratante.

**Imagen 19: Detalle de la página Web interna de Soporte nutricional en el Sitio Web final.**

#### Sobre Audiología:

Efectivamente, se identificó la presencia del elemento informativo, ubicado en las preguntas frecuentes del servicio; entre las que se responde en cuáles establecimientos se presta el servicio, cuánto cuesta (es gratuito), quiénes pueden ser atendidos, qué se necesita para poder acceder al servicio. Por lo que se puede asegurar que el indicador se cumplió en este caso.

## Audiología

¿Qué puede causar una pérdida auditiva?

---

¿Cómo saber si se tiene una pérdida auditiva?

---

¿En qué consiste el servicio de Audiología de Locatel?

---

¿Cuáles establecimientos ofrecen el servicio?

---

¿Cuánto cuesta el servicio?

---

¿Qué se necesita para acceder a él?

**R:**

Estar afiliado a Locatel. Para conocer toda la variedad de beneficios de la afiliación haga click [aquí](#).

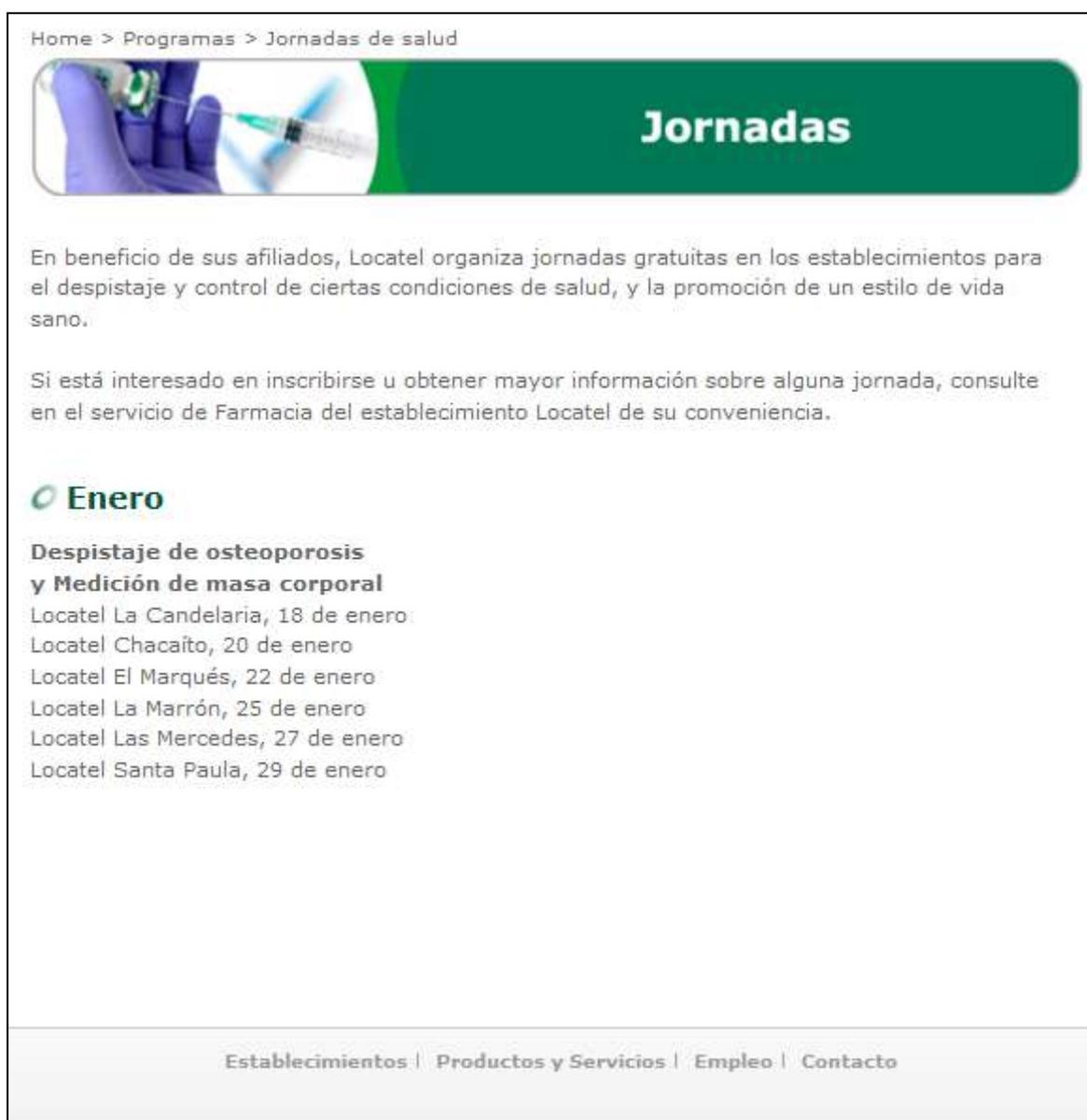
---

¿Quiénes pueden ser atendidos?

Imagen 20: Detalle de la página Web de Preguntas frecuentes de Audiología en el Sitio Web final.

## 6. Publicación de información sobre jornadas de salud.

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de un espacio dedicado a las jornadas de salud que realiza Locatel. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con la sección llamada Jornadas de salud, que se replica en la página principal (home), como se puede observar en las imágenes 21 y 22.



Home > Programas > Jornadas de salud

 **Jornadas**

En beneficio de sus afiliados, Locatel organiza jornadas gratuitas en los establecimientos para el despistaje y control de ciertas condiciones de salud, y la promoción de un estilo de vida sano.

Si está interesado en inscribirse u obtener mayor información sobre alguna jornada, consulte en el servicio de Farmacia del establecimiento Locatel de su conveniencia.

### Enero

**Despistaje de osteoporosis  
y Medición de masa corporal**

- Locatel La Candelaria, 18 de enero
- Locatel Chacaíto, 20 de enero
- Locatel El Marqués, 22 de enero
- Locatel La Marrón, 25 de enero
- Locatel Las Mercedes, 27 de enero
- Locatel Santa Paula, 29 de enero

[Establecimientos](#) | [Productos y Servicios](#) | [Empleo](#) | [Contacto](#)

Imagen 21: Detalle de la página Web interna de Jornadas en el Sitio Web final.



Imagen 22: Detalle de la página principal (home) del Sitio Web final.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Publicación de información sobre jornadas de salud” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

**7. Aplicación de un estilo definido en los nombres de los establecimientos Locatel Venezuela (nombre en mayúsculas o en minúsculas).**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de un estilo definido en la escritura de los nombres de los establecimientos Locatel. Efectivamente, la lista de establecimientos publicada en el buscador de establecimientos del Sitio Web final cuenta con un estilo de redacción definido: todos los establecimientos se tratan en minúsculas, exceptuando las letras iniciales de los nombres, que se publican en mayúsculas, como se puede observar en la imagen 23.

Establecimiento	Ubicación	Contacto
Locatel Acarigua	Portuguesa - Acarigua Altos de Camoruco <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0255) 621.5965 ✉ <a href="mailto:acarigua@locatel.com.ve">acarigua@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:acarigua@locatelve.com">acarigua@locatelve.com</a>
Locatel Alto Prado	Distrito Capital - Caracas Alto Prado <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0212) 975.3235 ✉ <a href="mailto:altoprado@locatel.com.ve">altoprado@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:altoprado@locatelve.com">altoprado@locatelve.com</a>
Locatel Barinas	Barinas - Barinas Jardines de Alto Barinas <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0273) 541.7699 ✉ <a href="mailto:barinas@locatel.com.ve">barinas@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:barinas@locatelve.com.ve">barinas@locatelve.com.ve</a>
Locatel Barquisimeto Capanaparo	Lara - Barquisimeto Santa Elena <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0251) 255.0190 ✉ <a href="mailto:barquisimeto@locatel.com.ve">barquisimeto@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:barquisimeto@locatelve.com">barquisimeto@locatelve.com</a>
Locatel Barquisimeto Obelisco	Lara - Barquisimeto El Obelisco <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0251) 443.2600 ✉ <a href="mailto:obelisco@locatelve.com">obelisco@locatelve.com</a> <a href="mailto:obelisco@locatel.com.ve">obelisco@locatel.com.ve</a>
Locatel Bella Vista	Zulia - Maracaibo Bella Vista <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0261) 793.1063 ✉ <a href="mailto:bellavista@locatel.com.ve">bellavista@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:bellavista@locatelve.com">bellavista@locatelve.com</a>
Locatel Boleíta	Distrito Capital - Caracas Boleíta Norte <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0212) 203.4640/4641/4647 ✉ <a href="mailto:boleita@locatel.com.ve">boleita@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:boleita@locatelve.com">boleita@locatelve.com</a>
Locatel Boleíta Center	Distrito Capital - Caracas Boleíta <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0212) 232.1111/1211 ✉ <a href="mailto:bocenter@locatel.com.ve">bocenter@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:bocenter@locatelve.com">bocenter@locatelve.com</a>
Locatel Caricuao	Distrito Capital - Caracas Caricuao <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0212) 432.7113/5768/6744/2304 ✉ <a href="mailto:caricuao@locatel.com.ve">caricuao@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:caricuao@locatelve.com">caricuao@locatelve.com</a>
Locatel Chacaíto	Distrito Capital - Caracas Chacaíto <a href="#">ver mapa</a>	☎ (0212) 953.0191 ✉ <a href="mailto:chacaito@locatel.com.ve">chacaito@locatel.com.ve</a> <a href="mailto:chacaito@locatelve.com">chacaito@locatelve.com</a>

Imagen 23: Detalle del buscador de establecimientos del Sitio Web final.

Con estos datos, se puede afirmar que esta expectativa sí se satisfizo.

## 8. Publicación de temas relacionados a la ecología.

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de contenidos relacionados al tema ecológico. No se identificó ningún elemento relativo a la ecología, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

## 9. Presentación de un formulario electrónico de Farmacéutico Virtual que solicite una mayor cantidad de datos del usuario.

Aplicando la metodología de la comparación, se observa que:

- En el Sitio Web inicial, el formulario electrónico de Farmacéutico virtual contaba con 6 campos; como se observa en la imagen 24.

**Farmacéutico Virtual**

A través de un grupo de destacados farmacéuticos (profesionales), ponemos al servicio de nuestros afiliados un buzón virtual donde usted podrá hacer llegar sus inquietudes las cuales serán respondidas a la brevedad posible por nuestros farmacéuticos.

**Ingrese su pregunta y con gusto le responderemos**

Nombre:  \* Apellido:  \*

E-Mail:  \* Cédula:  -  \*

No Carnet:

Pregunta: \*

Imagen 24: Detalle de Farmacéutico virtual del Sitio Web inicial.

- En el Sitio Web final, el formulario de Farmacéutico virtual cuenta con 12 campos; como se observa en la imagen 25 (El último campo es el de la pregunta, no se muestra en la imagen por problemas de espacio y largo de la página Web).



## Farmacéutico virtual

Envíenos su consulta completando el siguiente formulario. Es importante que llene la mayor cantidad de campos solicitados. La información es clave para permitirle al especialista responder con mayor precisión.

Recuerde que su identidad y otros datos personales no serán publicados.

### Pregúntele al farmacéutico

\* Campos Requeridos

Nombre:

Correo electrónico:

Edad:

Sexo:

 F  M

Si es mujer, ¿está embarazada o está amamantando?

 Sí  No

Peso:

¿Toma algún medicamento?  
Especifique

¿Padece alguna enfermedad  
o condición de salud?  
Especifique.

¿Es alérgico a algún  
medicamento o alimento?  
Especifique

¿Fuma?

 Sí  No

¿Consume alcohol?

 Sí  No

Imagen 25: Detalle del formulario electrónico de Farmacéutico virtual del Sitio Web final.

Indicador	Sitio Web inicial	Sitio Web final
Número de campos	6	12

**Tabla 13: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Terapia respiratoria.**

En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que, con un total de 12 existe el doble de campos en el formulario electrónico de Farmacéutico virtual en el Sitio Web final que en el Sitio Web inicial que contaba con 6.

#### **10. Presencia de videos de paseos por tiendas virtuales.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de videos de paseos virtuales por los establecimientos de Locatel Venezuela. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

#### **11. Contar con un espacio de Plenia/Locatel Internacional, donde se ofrezcan enlaces a los Sitios Web de cada franquicia internacional.**

En primer lugar, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de una sección o página Web interna con información de Plenia/Locatel Internacional. No se observó ningún elemento de información sobre Plenia/Locatel Internacional; por lo que se concluye que el indicador “Presencia del elemento: espacio para Locatel Internacional” no se cumple.

En segundo lugar, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de una página Web con hipervínculos hacia los sitios Web de cada franquicia internacional. Efectivamente, existe una página Web interna llamada “Otros países” donde se muestra información de contacto, como dirección,

teléfono y acceso a los sitios Web de cada franquicia internacional. Por lo que se concluye que el indicador “Presencia de una página Web con acceso a los sitios Web de las franquicias internacionales” sí se cumple.

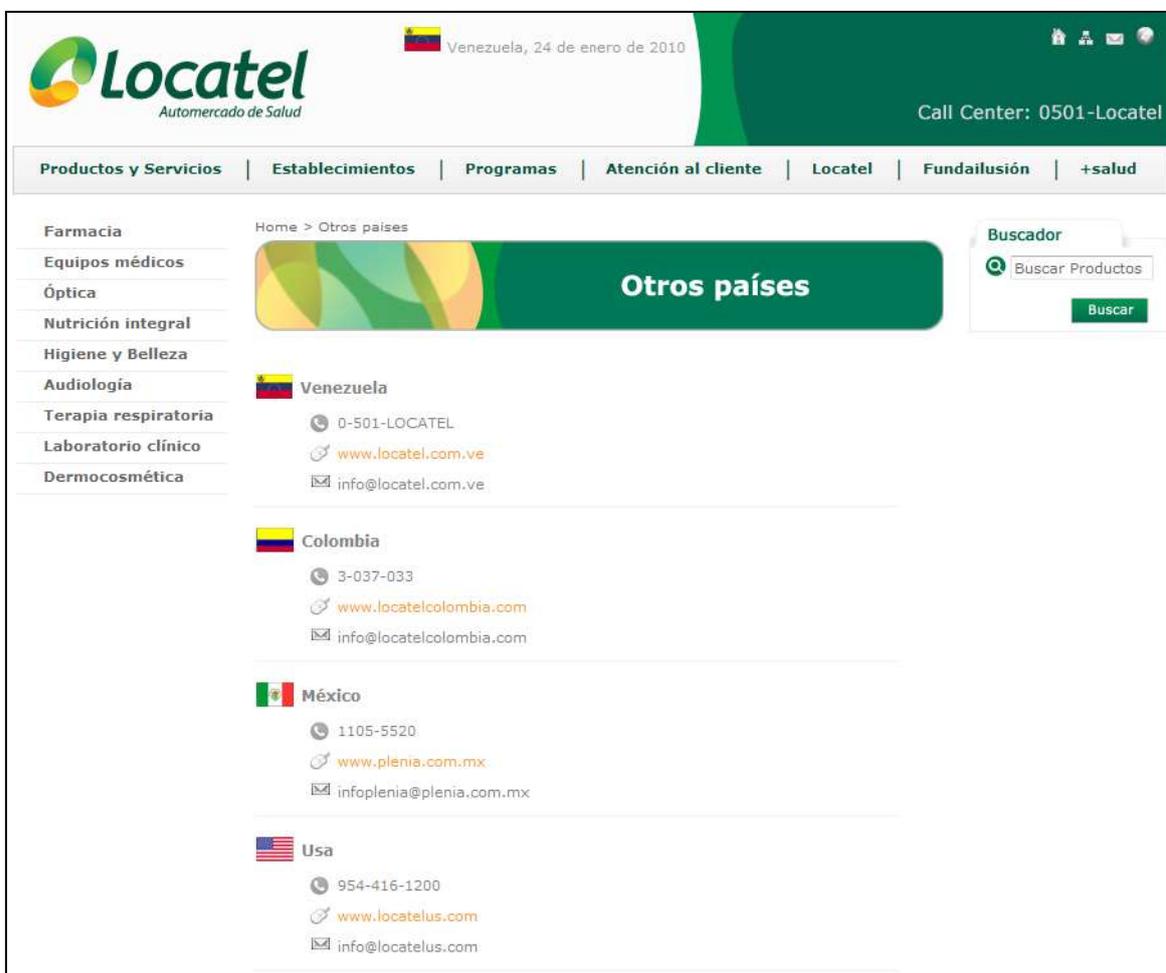


Imagen 26: Pantalla de la página “Otros países” del Sitio Web final.

En definitiva, la expectativa fue cumplida en un 50%; sí se cuenta con los accesos en forma de hipervínculos hacia los sitios Web internacionales de Plenia/Locatel International, mas no existe un espacio informativo de la misma.

Siguiendo los parámetros metodológicos fijados para esta investigación, en que en indicadores tipo índice se decidiría si el indicador se cumplía cuando obtuviese el 51% o más de aprobación; se puede concluir que este indicador no se satisfizo.

## **12. Presencia de blogs con aportes del propio personal de la empresa.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de de blogs con aportes del personal de la empresa. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

## **13. Presentación de una galería de los equipos médicos disponibles para alquiler.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de la galería de equipos médicos en alquiler de Locatel Venezuela. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con el catálogo, como se puede observar en la imagen 28.



## Equipos médicos alquiler

### Camas y colchones



#### Cama clínica mecánica

1. Soporta hasta 160 kg. 2. Mide 91,4 cm de ancho y 2,23 m de largo. 3. La altura, la cabecera y los pies tien...

[ver detalles](#)



#### Cama clínica eléctrica

Características: 1. Soporta hasta 160 kg. 2. Mide 91,4 cm de ancho y 2,23 m de largo. 3. La altura, la cabecer...

[ver detalles](#)



#### Colchón cama clínica

Se usa tanto en camas clínicas mecánicas como eléctricas....

[ver detalles](#)



#### Motor colchón antiescaras

Se usa junto a un colchón específico. Evita la formación de escaras en pacientes con baja movilidad, al alterar la...

Imagen 28: Detalle de la página Web interna del catálogo de equipos médicos en alquiler en el Sitio Web final.

Con estos datos, el indicador de satisfacción “Presencia del elemento: galería de los equipos médicos disponibles para alquiler” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

## Expectativas relativas al diseño del Sitio Web.

### 14. Que el Sitio Web pueda ser usado por personas de la tercera edad.

Siguiendo la metodología planteada, se eligió una página interna: Fundailusión ([http://www.locatel.com.ve/site/p\\_contenido.php?sec=6](http://www.locatel.com.ve/site/p_contenido.php?sec=6)) para analizar si el diseño del Sitio Web final cumplía con los indicadores citados para medir su usabilidad por personas de la tercera edad. En la imagen 27 se muestra una pantalla de la página interna referida.

Es así que se presenta el análisis de cada uno de los indicadores:

<b>Medición</b>			
<b>Indicador de satisfacción de la expectativa</b>			
<b>Indicador</b>	<b>Observación del Sitio Web final</b>	<b>Objeto de estudio</b>	<b>Resultados</b>
Tipos SansSerif	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Tamaño de tipo de 12 a 14 pt	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Peso medio o negrita	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	No existe
Usar may/min. May. Sólo en titulares	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Espaciado doble	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	No existe
Alineación izquierda del texto	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe

Fondo	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Usar voz activa	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Ofrecer glosario de términos técnicos	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	No existe
Pinchar sólo una vez con el ratón	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Usar un diseño consistente en todo el sitio	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Botones "Atrás" "Adelante"	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Mapas del sitio	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Usar íconos con texto como hiperenlaces	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe
Información de contacto y ayuda	Observación del Sitio Web final	Sitio Web final. Página interna de Fundailusión	Sí existe

**Tabla 14: Cuadro de indicadores en medición de usabilidad para personas mayores. Aplicado a página Web de Fundailusión en Sitio Web final.**

De acuerdo al cuadro de indicadores en medición de usabilidad para personas mayores (tabla número 14), 12 de los 15 indicadores sí se cumplen; mientras que los 3 restantes no. En conclusión este indicador se cumplió en un 80%.

Siguiendo los parámetros metodológicos fijados para esta investigación, en que en indicadores tipo índice se decidiría si el indicador se cumplía cuando

obtuviese el 51% o más de aprobación; se puede concluir que este indicador sí se satisfizo.

Venezuela, 24 de enero de 2010

Home

Call Center: 0501-Locatel

Productos y Servicios | Establecimientos | Programas | Atención al cliente | Locatel | Fundailusión | +salud

Farmacía  
Equipos médicos  
Óptica  
Nutrición integral  
Higiene y Belleza  
Audiología  
Terapia respiratoria  
Laboratorio clínico  
Dermocosmética

Home > Fundailusión

**Fundailusión**

Buscador  
Buscar Productos  
Buscar

Fundailusión, la iniciativa de responsabilidad social del Grupo Locatel, es una organización sin fines de lucro creada en agosto de 2003. Su objetivo central es cumplir los sueños e ilusiones de niños y adolescentes que luchan día a día contra una enfermedad que compromete su vida.

Con el propósito de reanimar a los jóvenes pacientes y estimular sus fortalezas emocionales, la fundación recorre los centros de salud para identificar los casos y trabajar en el cumplimiento de los sueños. Hasta la fecha Fundailusión ha hecho realidad las ilusiones de más de 300 pequeños en Venezuela.

Las ilusiones varían. Si bien para algunos un equipo electrónico o un videojuego son el regalo soñado, otros buscan experiencias: Jearitz y Valeria fueron Miss Venezuela por un día y recibieron la banda y la corona de la mano de Osmel Sousa, Josselyn celebró sus 15 años junto a la cantante Mayré Martínez, Yhonaiker compartió con la actriz y animadora Viviana Gibelli, Leandro fue bombero por un día en el cuartel de los Bomberos Metropolitanos de El Cafetal, y Douglas y José tocaron las nubes sobrevolando Caracas desde un helicóptero.

Fundailusión también ha cumplido ilusiones colectivas. La fundación organizó una tarde con integrantes de la Selección Nacional de Fútbol de Venezuela; gestionó el encuentro de niños y adolescentes con Ricardo Arjona, Shakira, Olga Tañón, Tito El Bambino y Chino y Nacho, entre otros reconocidos artistas, y llevó a pequeños pacientes a conocer los estudios de un canal de televisión.

Además, Fundailusión celebra anualmente el Día del Niño, el Día de la Madre y la Navidad con funciones de cine, paseos a parques de diversiones y fiestas infantiles en las que sus voluntarios comparten con los niños y sus familiares.

Entre las iniciativas de la fundación figura la remodelación y dotación de los espacios donde los niños y adolescentes reciben tratamiento de quimioterapia. El proyecto, bautizado como Rincón de la Esperanza, busca que el ambiente en las unidades de Oncología Pediátrica sea más cálido y confortable. Los hospitales de Caracas J.M. de los Ríos y Clínico Universitario, y el Hospital Central de Maracay ya cuentan con su "rincón". En el Hospital J.M de los Ríos la fundación también remodeló y acondicionó cuatro cuartos en el Área de Aislamiento.

Para cumplir sus objetivos, Fundailusión busca establecer alianzas con empresas privadas, instituciones públicas, colegios, centros de salud y otras fundaciones que trabajan a favor de los niños.

Si desea colaborar con Fundailusión, convertirse en voluntario o postular un caso, comuníquese al 203.4620 o escriba un correo electrónico a [ilusiones@fundailusion.org.ve](mailto:ilusiones@fundailusion.org.ve).

Establecimientos | Productos y Servicios | Empleo | Contacto

Locatel Todos los derechos reservados 2009. RIF: J-30438493-9. | Términos y Condiciones | Créditos

Imagen 27: Pantalla de la página "Fundailusión" del Sitio Web final.

**15.Publicación de diseños de logos cambiantes de acuerdo a la estación, época o celebración (como hace Google).**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de diseño Web que cambie el *header* (donde se ubica el logo) ocasionalmente. No se identificó ningún elemento relativo, por lo que se concluye que esta expectativa no ha sido satisfecha al momento de la evaluación.

## **Expectativas relativas a las funcionalidades del Sitio Web.**

### **16. Mayor cantidad de funcionalidades interactivas que las que se cuentan en el sitio inicial.**

Aplicando la metodología de la comparación, se observa que:

- En el Sitio Web inicial, se contaban con 3 funcionalidades:
  - o Farmacéutico Virtual.
  - o Buscador de productos.
  - o Formulario electrónico de la sección de Contacto.
  
- El Sitio Web final cuenta con 7 funcionalidades interactivas:
  - o Farmacéutico Virtual.
  - o Nutricionista virtual.
  - o Buscador de productos.
  - o Formulario electrónico de la sección de Contacto.
  - o Formulario electrónico de la sección de Sugerencias.
  - o Test de salud: Autoevaluación respiratoria.
  - o Test de salud: Autoevaluación auditiva.

<b>Indicador</b>	<b>Sitio Web inicial</b>	<b>Sitio Web final</b>
Cantidad de funcionalidades interactivas	3	7

**Tabla 15: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final de la cantidad de funcionalidades interactivas para el usuario.**

En conclusión, se puede afirmar que la expectativa sí se satisfizo, ya que, se cuenta con un total de 7 funcionalidades interactivas en el Sitio Web final, mucho más que las 3 con las que se contaba en el Sitio Web inicial.

### **17. Presencia de comunidades virtuales creadas alrededor de la marca.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de comunidades virtuales alrededor de la marca; o de la posibilidad de crear comunidades virtuales. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

### **18. Presencia de un buscador de productos que arroje resultados con la siguiente información: precio, existencia, posología y foto de cada producto.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de un buscador de productos que arroje los resultados señalados. Si bien el Sitio Web final cuenta con un buscador de productos, no arroja como resultados ni el precio, ni la existencia, ni la posología ni la foto de los productos; por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

### **19. Presencia de Nutricionista virtual en página Web.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia de la funcionalidad Nutricionista virtual. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con la sección, que se replica en la página principal (home), como se puede observar en las imágenes 24 y 25.



Imagen 24: Detalle de la página Web interna de Nutricionista virtual en el Sitio Web final.

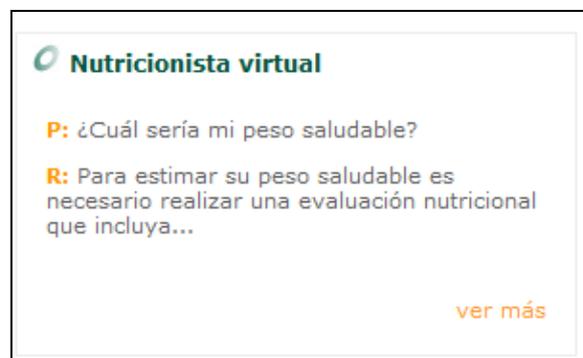


Imagen 25: Detalle de la página principal (home) del Sitio Web final.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Presencia del elemento Nutricionista virtual” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

## **20. Uso de las autoevaluaciones entregadas en los establecimientos venezolanos en el Sitio Web.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar el uso de las autoevaluaciones impresas que se entregan en los establecimientos Locatel Venezuela. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta con la presencia de este material: las autoevaluaciones respiratoria y auditiva, entregadas en los establecimientos venezolanos se emplean en el Sitio Web como nuevas funcionalidades interactivas. Como se puede observar en las imágenes 26, 27, 28 y 29, el material impreso, que plantea una lista de opciones que la persona debe marcar para calcular la respuesta de una autoevaluación es empleado en el Sitio Web como formularios electrónicos de respuesta inmediata.

## Test de salud

### Autoevaluación Auditiva

Usted puede perder su audición gradualmente o puede ocurrirle más rápido si se expone a ruidos muy fuertes.

Esta breve auto-evaluación le ayudará a determinar si tiene un problema auditivo. Sólo le tomara un momento.

\*Le recordamos que el test es de uso referencial y no tiene ningún valor médico.

¿Tiene que subir mucho el volumen de su televisor?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Frecuentemente le pide a los demás que repitan lo que están diciendo?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Tiene dificultad para entender cuando hay ruido de fondo o más gente habla al mismo tiempo?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Necesita sentarse en las primeras filas para entender mejor lo que dicen?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Con frecuencia siente que la gente no habla con claridad?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Tiene problemas para ubicar de dónde vienen los sonidos?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Tiene dificultad para comprender cuando le hablan desde otra habitación o cuando no tiene contacto visual?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Se aísla en las reuniones porque no escucha con claridad?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Le han dicho sus familiares o amigos que no oye bien?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Presenta pitos u otros ruidos en los oídos?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Con frecuencia le dicen que habla a un volumen muy alto?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Se siente cansado o estresado cuando tiene que hablar o escuchar durante mucho tiempo?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No

Enviar

Imagen 26: Pantalla de la página Web de la Autoevaluación auditiva en el Sitio Web final

### AUTO EVALUACIÓN AUDITIVA

Ud. puede perder su audición gradualmente o puede ocurrirle más rápido si se expone a ruidos muy fuertes. Esta breve auto evaluación le ayudará a determinar si Ud. tiene un problema auditivo. Sólo lo tomará un momento.

	SI	NO
*¿Tiene que subir mucho el volumen de su televisor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Frecuentemente le pide a los demás que repitan lo que están diciendo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Tiene dificultad para entender cuando hay ruido de fondo o más gente habla al mismo tiempo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Necesita sentarse en las primeras filas para entender mejor lo que dicen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Con frecuencia siente que la gente no habla con claridad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Tiene problemas para ubicar de dónde vienen los sonidos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Tiene dificultad para comprender cuando le hablan desde otra habitación o cuando no tiene contacto visual?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Se aleja Ud. en las reuniones porque no escucha con claridad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Le han dicho sus familiares o amigos que Ud. no oye bien?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Presenta pitos u otros ruidos en las oídos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Con frecuencia le dicen que Ud. habla a un volumen muy alto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Se siente cansado o estresado cuando tiene que hablar o escuchar durante mucho tiempo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**PUNTUACIÓN**

Si respondió que SI a 3 o menos de las preguntas, Ud. no presenta un problema auditivo aparente.

Si respondió que SI a 4 o más de las preguntas Uds. podría tener un problema auditivo. Para determinar exactamente cómo se encuentra su audición, evalúe su nivel auditivo. Para mayor información, diríjase a su LOCATEL mas cercano o llame al 0501-LOCATEL



Imagen 27: Imagen digital de la Autoevaluación auditiva impresa.



## Autoevaluación Respiratoria

Una de las patologías más frecuentes en el área respiratoria es la Apnea del Sueño.

Para determinar si usted tiene posibilidad de presentar este trastorno, responda el siguiente cuestionario. Sólo le tomará un momento.

\*Le recordamos que el test es de uso referencial y no tiene ningún valor médico.

¿Sueño inquieto?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Ronquidos fuertes?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Somnolencia diurna?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Poco alerta durante el día?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Irritabilidad o mal humor?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Dolor de cabeza matutino?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Memoria olvidadiza?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Cambios de humor o comportamiento?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Ansiedad o depresión?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No
¿Desinterés progresivo hacia el sexo?	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No

Enviar

Imagen 28: Pantalla de la página Web de la Autoevaluación respiratoria en el Sitio Web final

## AUTOEVALUACIÓN RESPIRATORIA

Estimado afiliado, una de las patologías más frecuentes en el área respiratoria es la Apnea del Sueño. Para determinar si usted tiene posibilidad de presentar este trastorno, responda el siguiente cuestionario. Sólo le tomará un momento.

	SI	NO
*¿Sueño inquieto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Ronquidos fuertes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Somnolencia diurna?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Poco alerta durante el día?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Irritabilidad o mal humor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Dolor de cabeza matutino?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Memoria olvidadiza?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Cambios de humor o comportamiento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Ansiedad o depresión?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
*¿Desinterés progresivo hacia el sexo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Si usted presenta dos o más de estos síntomas, consulte a su médico

0501-locatel

[www.locatel.com.ve](http://www.locatel.com.ve)

**LOCATEL**  
AUTOMERCADO DE SALUD



Imagen 29: Imagen digital de la Autoevaluación respiratoria impresa.

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Presencia de las autoevaluaciones aplicadas a la Web” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

### **21. Presencia de comercio electrónico para los clientes.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de la funcionalidad comercio electrónico para los clientes de Locatel Venezuela. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

### **22. Presencia de comercio electrónico dirigido sólo al médico o para Equipos Médicos.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de la funcionalidad comercio electrónico para los médicos o donde se ofreciera la venta en línea de equipos médicos. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

### **23. Publicación de vademécum.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no un vademécum para consultas en línea. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

#### **24. Presencia de cotizaciones en línea.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de una herramienta interactiva que permita hacer cotizaciones en línea. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

#### **25. Presencia de inscripciones en boletines electrónicos, donde se les ofrezca a los usuarios información de novedades de la empresa y de productos.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de inscripción en boletines electrónicos de la empresa. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

#### **26. Presentación de calculadoras de salud.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de calculadoras de salud en línea. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

#### **27. Afiliación al Cliente en la Web.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de comunidades virtuales alrededor de la marca; o de la funcionalidad de afiliación de clientes de Locatel Venezuela en línea. No

se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

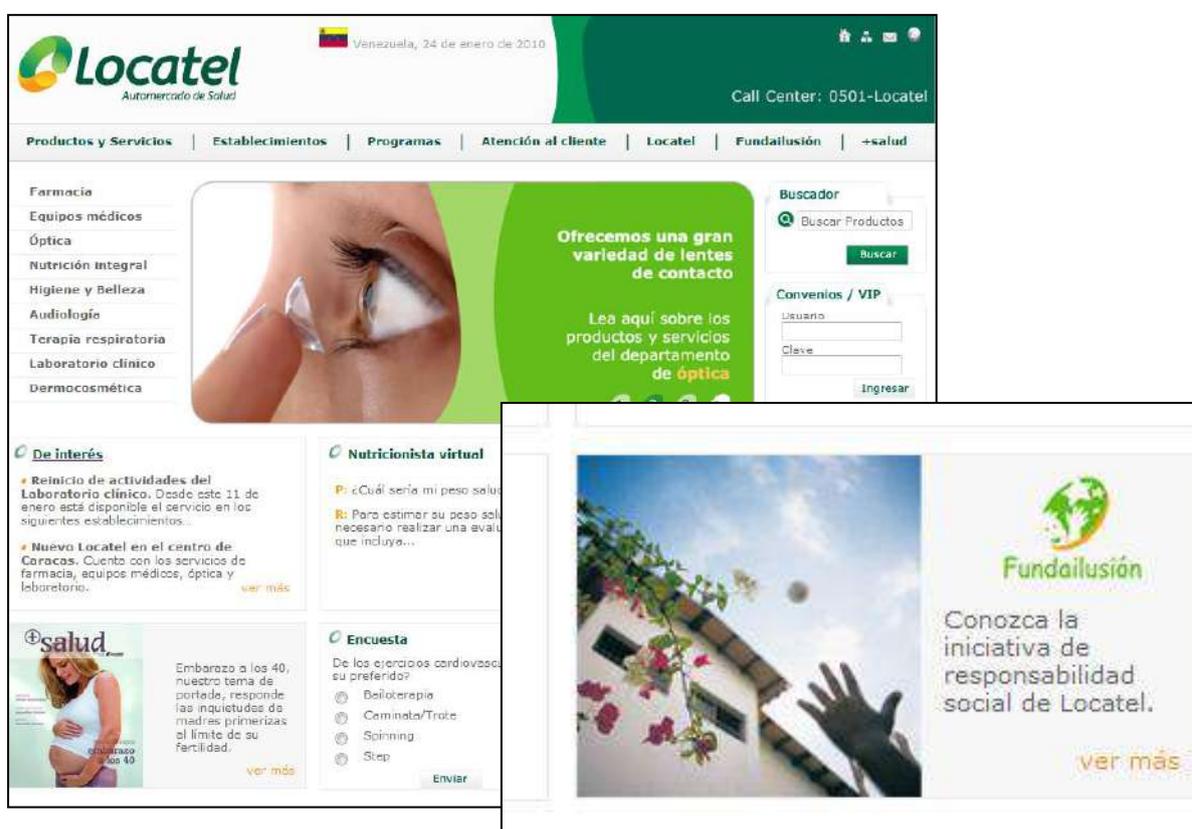
**28.Posibilidad de que los gerentes de establecimientos puedan ver a través del Sitio Web los reclamos que se hacen vía la sección de Atención al cliente.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de un espacio donde los Gerentes y Dueños de las Franquicias de Locatel Venezuela puedan recibir sugerencias, reclamos y quejas hechas por los usuarios. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

**Expectativas relativas a la promoción de la empresa y sus productos y servicios por medio del Sitio Web.**

## **29. Promoción de Fundailusión.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no algún elemento promocional de la iniciativa de responsabilidad social de Locatel Venezuela, Fundailusión. Efectivamente, el Sitio Web final cuenta en su página principal (home) un espacio destinado a la promoción de la fundación, como se puede observar en la imagen 30.



**Imagen 30: Pantalla de la página principal (home) en el Sitio Web final y detalle de espacio promocional de Fundailusión.**

En ese sentido, el indicador de satisfacción “Presencia de algún tipo de elemento destacado sobre Fundailusión en el home y páginas internas” sí se cumple; por lo que la expectativa sugerida sí se satisfizo.

### **30.Presencia de un espacio promocional sobre los productos exclusivos importados por Locatel.**

Siguiendo la metodología planteada, se observó el Sitio Web final para identificar la presencia o no de un espacio promocional para los productos exclusivos de Locatel Venezuela. No se identificó ningún elemento de este tipo, por lo que se concluye que esta expectativa no se satisfizo.

## 5.2. Resultados analizados por grupo de interés.

### 5.2.1. Jefes de departamento.

De acuerdo al análisis detallado del resultado de la medición de los indicadores de satisfacción de expectativas para el grupo de interés Jefes de departamento, se concluye que éstas se cumplieron en un 76,92%. Para ver al detalle los indicadores de este grupo, su medición y observaciones, remitirse al Anexo I.

Se puede asegurar que las expectativas para este grupo sí fueron satisfechas, según la información inicial de requerimientos para el proyecto de rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela.

Satisfacción de expectativas para Jefes de departamento		
Expectativas satisfechas	10	76,92%
Expectativas no satisfechas	3	23,08%

Tabla 16: Satisfacción de expectativas para Jefes de departamento.



Gráfico 1: Satisfacción de expectativas para Jefes de departamento.

### 5.2.2. Empleados de Casa Matriz.

De acuerdo al análisis detallado del resultado de la medición de las expectativas del grupo de interés Empleados de Casa Matriz, se concluye que éstas se cumplieron en un 25%. Para ver al detalle los indicadores de este grupo, su medición y observaciones, remitirse al Anexo J.

Se puede asegurar que las expectativas para este grupo no fueron satisfechas, según la información inicial de requerimientos para el proyecto de rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela.

Satisfacción de expectativas para Empleados de Casa Matriz		
Expectativas satisfechas	4	25%
Expectativas no satisfechas	12	75%

Tabla 17: Satisfacción de expectativas para Empleados de Casa Matriz.



Gráfico 2: Satisfacción de expectativas para Empleados de Casa Matriz.

### 5.2.3. Franquicias.

De acuerdo al análisis detallado del resultado de la medición de las expectativas del grupo de interés Jefes de departamento, se concluye que éstas se cumplieron en un 0%. Para ver al detalle los indicadores de este grupo, su medición y observaciones, remitirse al Anexo K.

Se puede asegurar que las expectativas para este grupo no fueron satisfechas, según la información inicial de requerimientos para el proyecto de rediseño del Sitio Web de Locatel Venezuela.

Satisfacción de expectativas para Franquicias		
Expectativas satisfechas	0	0%
Expectativas no satisfechas	1	100%

Tabla 18: Satisfacción de expectativas para Franquicias.



Gráfico 3: Satisfacción de expectativas para Franquicias.

### 5.3. Análisis de resultados generales.

Luego de haber analizado los resultados de medición de los 30 indicadores detalladamente, y de haber estudiado la satisfacción de expectativas de los tres grupos de interés internos caso por caso, se presenta el estudio de satisfacción de expectativas a un nivel general.

En total, el resultado del proyecto Web, es decir, el Sitio Web rediseñado para Locatel Venezuela no satisfizo las expectativas de los grupos de interés internos (a nivel general). Los resultados son muy reñidos pero se concluye que fue mayor el número de expectativas no satisfechas (16) que las expectativas satisfechas (14), de acuerdo a la metodología de medición planteada en este trabajo.

El rediseño satisfizo sólo un 47% de las expectativas iniciales, como se puede apreciar en los siguientes tabla y gráfico.

Satisfacción de expectativas para todos los grupos de interés internos		
Expectativas satisfechas	14	47,00%
Expectativas no satisfechas	16	53,00%

Tabla 19: Proporción total de satisfacción de expectativas.



Gráfico 4: Gráfico general de satisfacción de expectativas.

## Conclusiones

El análisis de los resultados arroja que las expectativas generales planteadas al inicio del proyecto no se satisficieron (sólo un 47%). En detalle, por grupos de interés internos, únicamente se cumplieron las expectativas de los Jefes de Departamento (77% de cumplimiento) y hubo un marcado fracaso con las Franquicias (0%) y los Empleados de Casa Matriz (47%).

Si hiciéramos una ponderación de cuál grupo es el más importante en esta evaluación, los Jefes de Departamento probablemente serían el primer grupo en señalarse; y nuestros resultados mejorarían. Pero no sería justo con la herramienta metodológica planteada en este Trabajo Especial de Grado (TEG), ya que desde sus inicios se tomaron en cuenta los tres grupos al mismo nivel de relevancia y peso en la medición.

Lo interesante de esta evaluación para la empresa es que puede identificar cuáles grupos de interés internos estarían satisfechos u insatisfechos con el Sitio Web nuevo de Locatel Venezuela, de acuerdo a las expectativas planteadas por ellos; y en qué proporción. La única otra forma que visualizamos para obtener este tipo de resultados sería el de la aplicación de una encuesta para conocer los grados de satisfacción de las personas tras el rediseño; herramienta que creemos puede verse sesgada por la novedad de la implementación. Por lo que mantenemos nuestra propuesta de medición para lograr los resultados más objetivos del grado de satisfacción de las expectativas en torno al proyecto.

Asimismo, creemos que el instrumento es auditable, ya que tras el filtrado de expectativas realizado, se lograron 30 indicadores completamente contables y comprobables. La operacionalización de las expectativas fue el mejor camino a seguir para obtener una herramienta analítica confiable, y no

basada en apreciaciones no contabilizables, como las mejoras en la calidad de la información que se solicitaron al inicio del proyecto. Es muy difícil determinar qué es mejor, y ciertamente ése no era el objetivo de este TEG.

Por otra parte, es interesante la aplicación de la herramienta empleada en este TEG para identificar claramente los elementos que no se cumplieron o que se cumplieron en una proporción determinada. La utilidad para Locatel Venezuela de esta evaluación ex post es determinar las expectativas que no se pudieron satisfacer y volverlas a plantear como posibles objetivos en futuras fases del proyecto. O estudiarlas, analizar el por qué de este fracaso. Es una herramienta que permitirá la toma de decisiones a la corporación y más específicamente a su Equipo Web.

Sentimos que la herramienta es lo suficientemente objetiva y transparente; por lo que puede aplicarse nuevamente tras los rediseños de los Sitios Web internacionales de Plenía Locatel International, agregando en las expectativas al grupo de Franquicias internacionales, luego de pulsar su opinión.

Sin embargo, creemos que puede haber espacio para mejoras en el instrumento y en definitiva en el proyecto Web de Locatel. Muchas expectativas partían de buenas y emocionantes ideas de las personas, pero no de estrategias de negocios o de comunicación de la empresa, como, por ejemplo la implementación de diseños de *headers* (cabezales) cambiantes de acuerdo a la temporada. Muchas otras no tenían realmente posibilidades de satisfacerse con la infraestructura actual de Locatel Venezuela, como la implementación del e-commerce y la posibilidad de hacer cotizaciones en el Sitio Web.

Además, durante todo el proyecto y en el instrumento se debió definir una jerarquía de importancia para el manejo de los grupos de interés internos.



## Recomendaciones

Recomendamos a Plenía Locatel International aplicar esta metodología luego de rediseñar los sitios Web internacionales (Colombia, México, Estados Unidos y Rusia), para medir el éxito de las implementaciones, de acuerdo a las expectativas iniciales de los proyectos.

Además, recomendamos a la corporación internacional que antes de aplicar la herramienta, evalúen la opinión de los usuarios de los sitios Web internacionales; y pondere los grupos de interés internos en la elección de expectativas a cumplir y posteriormente, a medir.

Observamos necesaria la definición de estrategias de negocios y de comunicaciones corporativas para el proyecto Web. Y su constante estudio.

Para culminar, recomendamos a la Universidad Monteávila la evolución del nombre del postgrado. La Especialización en Periodismo Digital puede detener a muchas personas en su elección de estudios del cuarto nivel. Luego de haber cursado con éxito el postgrado, creemos que un mejor nombre sería Especialización en Comunicaciones Digitales y que se dirigiera a Comunicadores sociales en general, y no sólo a periodistas. El pensum es muy completo para limitarlo sólo al periodismo.

## Fuentes consultadas

- Carvajal Burbano, A. (2006) "Planeación participativa: Diagnóstico, plan de desarrollo y evaluación de proyectos". Segunda edición. Cali, Colombia: Universidad del Valle, 2006.

- Cohen, Ernesto, y Franco, Rolando (2006): Evaluación de proyectos sociales. Séptima edición. México D.F: Siglo XXI Editores.

- Córdoba Padilla, M. (2006) "Formulación y evaluación de proyectos". Primera edición. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

- García López, G. L. (2007) "Sistemas automatizados de acceso a la información bibliográfica: evaluación y tendencias en la red de Internet". Primera edición. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2007.

- Heinneman, K. (2003) "Introducción a la metodología de la investigación empírica". Paidotribo Editorial.

- Miranda Miranda, J. J. (2005) "Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental". Bogotá, Colombia: MMEditores.

- Organización de Naciones Unidas (1984) "Pautas básicas para el seguimiento y evaluación de programas".

- Universidad Monteávila (2007). Manual para la elaboración del Trabajo Especial de Grado (1era ed.). Caracas: Universidad Monteávila.

## Informes corporativos:

- Departamento de Página Web (2008, mayo) *Mapa Del Sitio Web de Locatel y Análisis crítico*. Manuscrito, Locatel Casa Matriz, Caracas.

- Departamento de Página Web (2008, noviembre) *Resultados de encuesta a Personal Locatel sobre página Web corporativa*. Manuscrito, Locatel Casa Matriz, Caracas.

- Departamento de Página Web (2008, Diciembre) *Funcionamiento de módulo Convenios VIP en Sitio Web de Locatel*. Manuscrito, Locatel Casa Matriz, Caracas.

### **Sitio Web:**

- (Autor desconocido) *Historia de la empresa*. Recuperado abril, 13, 2009 en [http://www.locatel.com.ve/emp\\_historia.php](http://www.locatel.com.ve/emp_historia.php)
- García Gómez, J.C. (2008) *Análisis de usabilidad de los portales en español para personas mayores*. En: No Sólo Usabilidad. Recuperado Octubre, 27, 2009 en [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usabilidad\\_mayores.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usabilidad_mayores.htm).

### **Hemerográficas:**

- Revista +salud (2004, Julio-Agosto) *Ganar en Salud (De una en una)*. Caracas: Editorial Arte/Locatel.

### **Entrevistas:**

- Gerente de Mercadeo. Mayo de 2008.
- Gerente de Recursos Humanos. Noviembre de 2008.
- Director de Sistemas, SAP e Informática para Locatel a nivel. Junio de 2008.
- Gerente de Sistemas, SAP e Informática para Venezuela. Junio de 2008.
- Jefa de Farmacia a nivel nacional y persona encargada de la sección Farmacéutico Virtual (FV). Mayo de 2008.
- Gerente de Convenios. Mayo de 2008.
- Gerente de Compras de productos Misceláneos. Mayo de 2008.
- Director de Convenios y Relaciones Institucionales. Mayo de 2008.
- Coordinadora del servicio Nutrición Integral. Mayo de 2008.
- Directora de Salud Integral. Mayo de 2008.

## Índice de tablas y gráficos

### Índice de Tablas:

Tabla 1: Hitos del proyecto Rediseño de Sitio Web de Locatel Venezuela. ....	41
Tabla 2: Detalle del indicador número 1 en Cuadro de indicadores general. ...	51
Tabla 3. Detalle del cuadro general de indicadores. Expectativa 4. ....	55
Tabla 4: Detalle del indicador número 20 en Cuadro general de indicadores. .	59
Tabla 5: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Nutrición integral en el Sitio Web final. ....	78
Tabla 6: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Alquiler de equipos médicos. ....	79
Tabla 7: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos de los servicios Alquiler de equipos médicos, Nutrición y dietética, Audiología y Terapia respiratoria para Locatel Venezuela en el Sitio Web final. ....	82
Tabla 8: Medición de números de páginas, número de caracteres y de párrafos empleados en los textos informativos del servicio de Nutrición integral en el Sitio Web final. ....	84
Tabla 9: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Audiología en el Sitio Web final. ....	86
Tabla 10: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Audiología. ....	87
Tabla 11: Medición de números de caracteres y párrafos empleados en los textos informativos del servicio Terapia respiratoria en el Sitio Web final. ....	90
Tabla 12: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Terapia respiratoria. ....	90
Tabla 13: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final del espacio destinado para la información sobre Terapia respiratoria. ....	101
Tabla 14: Cuadro de indicadores en medición de usabilidad para personas mayores. Aplicado a página Web de Fundailusión en Sitio Web final. ....	106
Tabla 15: Comparación entre Sitio Web inicial y Sitio Web final de la cantidad de funcionalidades interactivas para el usuario. ....	109
Tabla 16: Satisfacción de expectativas para Jefes de departamento. ....	122
Tabla 17: Satisfacción de expectativas para Empleados de Casa Matriz. ....	123
Tabla 18: Satisfacción de expectativas para Franquicias. ....	124
Tabla 19: Proporción total de satisfacción de expectativas. ....	125

## Índice de imágenes:

Imagen 1: Pantalla de la página Web principal (home) del Sitio Web final. ....	72
Imagen 2: Pantalla de la página Web interna “De interés” del Sitio Web final.	73
Imagen 3: Pantalla de la página Web interna del Farmacéutico virtual con enlaces al archivo de preguntas y respuestas. Sitio Web final.....	74
Imagen 4: Pantalla de la página Web interna de las Preguntas frecuentes del Sitio Web final. ....	75
Imagen 5: Detalle de la página Web interna de Convenios en el Sitio Web final. ....	76
Imagen 6: Detalle de la página Web interna del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web inicial. ....	77
Imagen 7: Detalle de la página Web interna del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web final. ....	78
Imagen 8: Detalle de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Alquiler de equipos médicos del Sitio Web final. ....	79
Imagen 9: Detalle de la página interna del servicio Nutrición integral en el Sitio Web inicial de Locatel Venezuela.....	81
Imagen 10: Detalle de la página Web interna de Soporte nutricional del Sitio Web final. ....	83
Imagen 11: Detalle de la página Web interna de Nutrición y Dietética del Sitio Web final. ....	84
Imagen 12: Detalle de la página Web interna del servicio de Audiología del Sitio Web inicial. ....	85
Imagen 13: Detalle de la página Web interna del servicio de Audiología del Sitio Web final. ....	86
Imagen 14: Detalle de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Audiología del Sitio Web final.....	87
Imagen 15: Detalle de la página Web interna del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web inicial. ....	88
Imagen 16: Pantalla de la página Web interna del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web final.....	89
Imagen 17: Pantalla de la página Web interna de preguntas frecuentes del servicio de Terapia respiratoria del Sitio Web final.....	90
Imagen 18: Detalle de la página Web interna de Preguntas frecuentes de Alquiler de equipos médicos en el Sitio Web final. ....	92
Imagen 19: Detalle de la página Web interna de Soporte nutricional en el Sitio Web final. ....	93
Imagen 20: Detalle de la página Web de Preguntas frecuentes de Audiología en el Sitio Web final.....	94
Imagen 21: Detalle de la página Web interna de Jornadas en el Sitio Web final. ....	95
Imagen 22: Detalle de la página principal (home) del Sitio Web final.....	96

Imagen 23: Detalle del buscador de establecimientos del Sitio Web final.....	97
Imagen 24: Detalle de Farmacéutico virtual del Sitio Web inicial. ....	98
Imagen 25: Detalle del formulario electrónico de Farmacéutico virtual del Sitio Web final. ....	100
Imagen 26: Pantalla de la página “Otros países” del Sitio Web final.....	102
Imagen 28: Detalle de la página Web interna del catálogo de equipos médicos en alquiler en el Sitio Web final. ....	104
Imagen 27: Pantalla de la página “Fundailusión” del Sitio Web final.....	107
Imagen 24: Detalle de la página Web interna de Nutricionista virtual en el Sitio Web final. ....	111
Imagen 25: Detalle de la página principal (home) del Sitio Web final.....	111
Imagen 26: Pantalla de la página Web de la Autoevaluación auditiva en el Sitio Web final .....	113
Imagen 27: Imagen digital de la Autoevaluación auditiva impresa. ....	114
Imagen 28: Pantalla de la página Web de la Autoevaluación respiratoria en el Sitio Web final .....	115
Imagen 29: Imagen digital de la Autoevaluación respiratoria impresa. ....	116
Imagen 30: Pantalla de la página principal (home) en el Sitio Web final y detalle de espacio promocional de Fundailusión. ....	120

#### **Índice de gráficos:**

Gráfico 1: Satisfacción de expectativas para Jefes de departamento. ....	122
Gráfico 2: Satisfacción de expectativas para Empleados de Casa Matriz.....	123
Gráfico 3: Satisfacción de expectativas para Franquicias. ....	124
Gráfico 4: Gráfico general de satisfacción de expectativas. ....	125