

Service Management and its Impact on the Performance of a Manabí Telecommunications Company

Gestión del Servicio y su Incidencia en el Desempeño de una Empresa de Telecomunicaciones de Manabí

Autores:

Ing. Arcentales Loor, Fran Rolando
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Ingeniero Comercial
Egresado de la Maestría de Administración de Empresas, Instituto de Posgrado
Portoviejo – Ecuador



farcentales1306@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-8083-8780>

Mag. Veliz Valencia, Mercedes Noemí
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
Docente de la Universidad Técnica de Manabí,
Departamento de Administración de Empresas
Portoviejo – Ecuador



mercedes.veliz@utm.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0003-4518-1143>

Citación/como citar este artículo: Arcentales Loor, Fran Rolando., y Veliz Valencia, Mercedes Noemí. (2023). Gestión del servicio y su incidencia en el desempeño de una empresa de telecomunicaciones de Manabí. MQRInvestigar, 7(1), 2487-2506. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.2487-2506>

Fechas de recepción: 15-ENE-2023 aceptación: 30-ENE-2023 publicación: 15-MAR-2023



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

El presente estudio se realizó bajo la premisa de analizar la gestión del servicio y su incidencia en el desempeño de una empresa de Telecomunicaciones de la provincia de Manabí. Se empleó una investigación de tipo descriptiva y de campo; con enfoque mixto; donde se analizó la información de la gestión del servicio, y datos del desempeño de la organización; la información se obtuvo de las áreas comercial y técnica.

Las técnicas de recolección de información empleadas fueron la encuesta, la entrevista y fuentes de información cuantitativa primarias; la encuesta se realizó a una población de 20 funcionarios de la institución, entre ellos jefes, supervisores y personal de atención, se procesó en un formulario de google drive y los datos de las fuentes cuantitativas primarias se procesaron en Excel a través del Cuadro de Mando Integral, se aplicó una entrevista semiestructurada al gerente de la empresa. Estos resultados permitieron analizar la incidencia de la gestión del servicio en el desempeño de la empresa de telecomunicaciones estudiada.

Los resultados obtenidos evidencian que debe mejorar la gestión del servicio en la institución, en vista que, entre otros factores, no se han cumplido algunas metas y objetivos empresariales, observados en la revisión de los datos del primer semestre del año 2022; para lo cual se debe mantener la estructura de las áreas completas, evitando sobrecargar al personal, manteniéndolo motivado y capacitado, innovando en los productos y servicios ofrecidos, con el fin de lograr una mejor experiencia del cliente y la sostenibilidad de la compañía.

Palabras claves: desempeño, gestión de servicios, procesos, estructura.

Abstract

This study was carried out under the premise of analyzing to service management and its impact on the performance of a Telecommunications company in the province of Manabí. A descriptive and field type research was used; with mixed approach; where the service management information and the organization's performance data were analyzed; the information was obtained from the commercial and technical areas.

The data collection techniques used were the survey, the interview and primary quantitative information sources; the survey was carried out on a population of 20 officials of the institution, including heads, supervisors and care staff, was processed in a google drive form and the data from the primary quantitative sources were processed in Excel through the Balanced Scorecard, a semi-structured interview was applied to the manager of the company. These results allowed us to analyze the incidence of service management in the performance of the Telecommunications company studied.

The results obtained show that the management of the service in the institution must be improved, given that, among other factors, some business goals and objectives, observed in the review of the data for the first semester of the year 2022, have not been met; for which the structure of the complete areas must be maintained, avoiding overloading the personnel, keeping them motivated and trained, innovating in the products and services offered, in order to achieve a better customer experience and the sustainability of the company.

Keywords: service management, performance, processes, structure.

Introducción

En la actualidad se puede apreciar en el mundo que las empresas de telecomunicaciones representan un papel importante, dado que estas trabajan de forma constante en la mejora de los procesos desarrollados en materia comunicacional, las telecomunicaciones son una acción que permite a las personas poder estar en contacto, por ello sobre estas organizaciones recae los procesos informativos y comunicacionales, dependiendo así del aumento de productividad, dada la incidencia positiva generada por estas organizaciones en países que requieren de innovación constante para el avance de las comunicaciones, la conectividad y el acceso eficiente a la información.

La empresa de telecomunicaciones escogida en esta investigación es concebida como una de las instituciones con mayor rentabilidad en el Ecuador, debido a todas sus actividades comerciales, entre las cuales destaca la venta de servicios de telecomunicaciones convergentes a todo el país; por ello, esta es una de las instituciones ecuatorianas más comprometida con el desarrollo y con el mejoramiento de la calidad de vida de la población, acercando al ciudadano y al gobierno a las tecnologías de la información y comunicación innovadoras.

Dentro de su campo de acción y el extenso abanico de servicios que genera una empresa de telecomunicaciones, se puede apreciar que estas entidades permiten un mejor manejo de los procesos en relación a mecanismos de comunicación constante, con la finalidad de poder brindar respuesta frente a los posibles imprevistos; por su parte en la educación contribuye por su aporte a la conectividad y procesamiento e utilización de recursos educativos y herramientas de enseñanza, también en el campo de la medicina las actividades de estas empresas permite la mejora considerable en todo lo relacionado a los sistemas de salud, generando un acceso adecuado a la información en línea para la prevención, calidad en los diagnósticos y un adecuado monitoreo, y así en cada uno de los ámbitos sociales, educativos, profesionales y de desarrollo.

En relación a las empresas que tienen como actividad económica a las telecomunicaciones se puede apreciar que existe la empresa Redes Del Ecuador Fibredec Cia. Ltda., que se dedica a trabajar en la instalación de accesorios eléctricos, líneas de telecomunicaciones, redes informáticas y líneas de televisión por cable. A nivel mundial se puede resaltar AT&T, la cual es una empresa de telecomunicaciones que presenta múltiples servicios en relación a las instalaciones de internet, venta de dispositivos móviles, televisión satelital y otros.

En la organización estudiada, se puede apreciar que no solo contribuye al ingreso económico del país, dado que incide de forma directa en el crecimiento y desarrollo de la ciudadanía en general, creando valor para la sociedad, brindando los siguientes servicios: servicio de telefonía fija, servicio de internet fijo, servicio de televisión por suscripción, servicio de

telefonía móvil avanzada – prepago y pospago, los mismos a los que pueden acceder personas naturales y jurídicas.

Actualmente se ha facilitado a los ciudadanos los procesos para adquirir los servicios a través de Centros de Atención, página web, contact center, así mismo, se brindan otros beneficios como, por ejemplo, descuentos y planes especiales para el adulto mayor, discapacitados, según la Ley Orgánica que los rige.

Cada día se realizan nuevos estudios y esfuerzos para mejorar los servicios con la finalidad de incrementar su cobertura y el número de clientes en todas las líneas del negocio y lograr ser el principal proveedor de telecomunicaciones en el país, lo cual va de la mano con sus objetivos de mantener la sostenibilidad y sustentabilidad financiera a largo plazo.

Dentro de la problemática en la entrega de los servicios de la empresa se deben analizar entre otros factores, la gama para ventas de productos ofertados, las visitas por requerimientos por servicios de los clientes, si el personal de las áreas de atención al cliente y técnica está capacitado de forma integral, atención de solicitudes o reclamos, con relación a los planes y procesos aplicados, al interior de los entornos relacionados con la planificación empresarial, con la finalidad de poder identificar debilidades y fortalezas que nos brinden información importante para el análisis propuesto. Sin embargo, al igual que muchas instituciones, la operadora tiene deficiencias en su estructura y gestión de procesos, donde el servicio al cliente y de operación de todos los productos que ofrece debe ser analizado para evidenciar su incidencia en el desempeño, por lo cual se torna un tema muy importante para identificar las posibles causas de los resultados en la gestión del servicio y desempeño en la empresa de Telecomunicaciones de Manabí.

Ulacia y Llevat (2014) mencionan que: “es importante que se trabaje en la necesidad de enfocar el servicio al cliente, dado que esto permite orientar las estrategias centradas en el desarrollo de los atributos de cara al cliente, de tal manera que la oferta planteada se considere un valor llamativo para el cliente” (p.2).

El objetivo de esta investigación está encaminado en analizar la gestión del servicio y su incidencia en el desempeño de la empresa de Telecomunicaciones de Manabí, finalmente se contesta a la siguiente interrogante ¿Cómo ha incidido la gestión del servicio en el desempeño de la empresa de Telecomunicaciones de Manabí?

Gestión de Servicio al cliente en el área de telecomunicaciones.

En el área de telecomunicaciones se puede apreciar que, dentro de la gestión de servicio, surge la necesidad de afianzar acciones que permitan a los clientes generar un alto nivel de satisfacción en relación a los servicios prestados, puesto que este influye de manera directa en los factores asociados al posicionamiento de un mercado altamente competitivo, que debe trabajar en la necesidad de tener clientes satisfechos y leales (Azero y Almeida, 2021).

La gestión establecida en función de los parámetros relacionados a la calidad de servicio, nace de la opinión y percepción creada por el cliente, dado que este es el principal elemento para saber de forma precisa si la empresa está ofreciendo un servicio o productos con una calidad alta o baja (Strenitzerová & Gaña, 2018). Este factor es influyente dentro de la gestión

de servicios dentro de las empresas de telecomunicaciones, puesto que permite efectuar una comparación entre las expectativas y la experiencia propia de cada cliente referente a la atención y rendimiento del servicio.

La gestión del servicio en una empresa de telecomunicaciones requiere de una evolución constante en su organización, la cual debe estar direccionada principalmente a todo lo enmarcado para la satisfacción del consumidor. Por lo cual se debe trabajar en la necesidad de mejorar las capacidades de los empleados al momento de realizar procesos con la finalidad de optimizar el desempeño, con el propósito de ser competitivas en el mundo tecnológicamente globalizado.

El servicio al cliente tiene como función responder a una filosofía de trabajo que está determinada a la satisfacción de los clientes, los cuales tienen el papel de ser los consumidores del servicio sin importar si este es interno o externo, en la gestión del servicio radica esencialmente los elementos que están presentes en la transformación que debe generarse en las diferentes organizaciones en un enfoque dirigido hacia el cumplimiento a cabalidad de los objetivos, que permitan a la empresa alcanzar una mejora continua dirigida a perfeccionar la competitividad en el entorno laboral que se desempeñan. (Zavala y Vélez, 2020).

Para la implementación de la gestión de servicios al cliente se debe tomar en cuenta las diferentes estrategias, las cuales se proyectan como un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente por la parte operacional dentro de una organización en un determinado tiempo considerado como adecuado para llevar a cabo un objetivo trazado por cada organización en función de establecer una mejora constante en el servicio al cliente (Vera y Suárez, 2018).

La gestión de servicios se direcciona a trabajar de forma constante en el cumplimiento de todos los procesos que están presentes para el cumplimiento de los requisitos establecidos según las necesidades del cliente, a través de la mejora en las capacidades, las cuales permitan al proveedor del servicio llevar a cabo actividades para la prestación de un servicio óptimo y eficiente. Las organizaciones consideran como imprescindible tener una correcta capacidad de gestionar lo necesario para garantizar un buen nivel de calidad en los servicios que ofrece teniendo en consideración que en algunos contextos esta capacidad de gestión se vuelve condicionante para crecer. (Melendez y Dávila, 2018).

Dentro de la configuración actual de las organizaciones debido a los factores como la globalización y la competitividad deben concentrar sus esfuerzos y direccionar sus recursos en el conocimiento del cliente; de tal manera que se pueda conocer qué esperan y cómo estos logran identificar los servicios ofertados. Por lo antes mencionado, las empresas en sus procesos deben partir de una lógica de gestión establecida en el manejo de los bienes y servicios, mediante la implementación de estrategias dirigidas a gestar una adecuada satisfacción en los clientes, que dependen de un marketing relacional. Para lo anterior, factores como la calidad de servicio y el valor percibido, deben tenerse en cuenta y con esto lograr diferenciarse de la competencia. (Henao, 2020).

El desarrollo que se espera en las corporaciones de telecomunicaciones es de gran relevancia, dado que este ha generado en los últimos tiempos una dependencia en el mundo, por ello dentro del manejo de la interacción con el cliente, se requiere de personas, empresas y organizaciones que fomenten de manera constate la aplicación de una visión encaminada a la mejora de la gestión de servicios, tomando en cuenta su papel dentro del entorno comercial con todos los miembros de una sociedad (Gómez et al., 2018).

La prestación de servicios por lo general tiende a establecer un alto índice de calidad, de tal manera que este se constituye en un reto de gran importancia para las organizaciones, tomando en cuenta que esta tiene una serie de variables en las economías a escala, por lo cual se requiere de elementos que permitan generar un entorno diferenciador para que las empresas alcancen niveles marcados de posicionamiento al interior del mercado y la satisfacción de la mayoría de necesidades de los clientes (Azero y Almeida, 2021).

El diseño organizacional que está relacionado con el servicio al cliente, toma en cuenta a la integración de una estructura, de gran connotación para el trabajo requerido para todas las funciones empresariales, tareas, actividades y demás elementos que van de la mano con las interacciones sociales, de tal manera que dentro del entorno del personal de atención al cliente se pueda garantizar la validez de las actividades realizadas a través de mecanismos de control, que ofrecen un servicio integrado, muy bien institucionalizado. (Alvarado et al., 2018).

El diseño de estructura organizacional toma en consideración lo establecido al interior de los objetivos estratégicos, tomando en cuenta que estos deben estar relacionados de forma directa con todo lo establecido en relación al cumplimiento integral de las metas de la empresa, dado que estas actividades requieren de coherencia y organización adecuada para el desarrollo de calidad de todos los procesos. Así también, de presentarse nuevas actividades empresariales, la estructura organizacional debe realizar un ajuste estratégico que permita el cumplimiento de las mismas y que se vean reflejadas en el organigrama estructural. (Chuncho et al., 2020).

Desempeño Empresarial en relación a la prestación de servicios.

El desempeño empresarial está relacionado directamente con el aprendizaje organizacional y este a su vez con el desarrollo de las capacidades dinámicas de aprendizaje que toda organización dentro de sus estrategias trabaja en fortalecer, de esta manera se puede ubicar la influencia motivacional existente al interior de la cultura organizacional en el desempeño de las personas que integran la organización, estos a su vez son los ejecutores claves de los cambios que generan la competitividad y sostenibilidad deseada; la apropiación del aprendizaje es la principal responsable para lograr las metas sobre la base de nuevos saberes adquiridos (Londoño y Acevedo, 2018).

Según Mendoza et al., (2021) menciona que el desempeño empresarial presenta dentro de su estructuración un carácter sistémico, que tiene como punto de partida la idea que se requieren de acciones coherentemente dirigidas al logro de los objetivos a través del cumplimiento de las funciones clásicas de la gestión en el proceso que está presente en dicha gestión, partiendo desde la innovación empresarial la cual presenta un papel importante en el modelo de negocio empresarial, no obstante, es importante que se generen cambios en las configuraciones

organizacionales, las cuales deben ir de la mano con las innovaciones productivas y tecnológicas en la ejecución de las estrategias de negocio, para ingresar así a un mercado que requiere de acciones que permitan generar cambios eficientes, en la búsqueda de alcanzar un posicionamiento dentro del mercado o que en su defecto facilite poder crear un mercado nuevo el cual no presente múltiples competidores.

En torno al desempeño empresarial Barrios et al., (2020) expresan que la capacidad que tiene un negocio para satisfacer las expectativas del propietario, mediante la medición y gestión, se convierten en un eje primordial para el funcionamiento toda organización. Las organizaciones requieren de actividades que les permitan siempre maximizar beneficios, esto “se logra mediante el cumplimiento a cabalidad de los objetivos establecidos, para esto se requiere de direccionar esfuerzos enfocados a la eficiencia, mismos que sólo pueden ser alcanzados mediante el desarrollo de una estructura organizacional adecuada” (Navarro et al., 2018, p.97).

En ese mismo contexto, Bautista et al., (2020) comentan que “el desempeño empresarial se ha convertido en una herramienta para medir el buen funcionamiento en cada puesto del área productiva, convirtiéndose en la piedra angular para el desarrollo de la efectividad y éxito de las organizaciones” (p.117).

El concepto de indicadores, en relación al desempeño empresarial para la ejecución de actividades empresariales, es considerado como necesario para poder efectuar una correcta medición de la pertinencia en los sistemas de seguimiento y evaluación; gracias a la utilización de los indicadores se logra trabajar de forma factible los elementos presentes en la descripción y explicación de un sistema dentro de una organización, se cree que estas acciones permiten evaluar, de manera práctica y confiable, todos los aspectos que están estrechamente asociados con un proceso organizacional, los mismos que conforman una parte de gran relevancia en las actividades de seguimiento y evaluación continua (García et al.,2019).

Los indicadores de eficiencia por su estructuración se aplican principalmente cuando existe la necesidad de medir la relación que se genera entre las metas alcanzadas y todo el conjunto de recursos empleados para tal fin.

Cancino (2021) expresa que:

La importancia de la eficiencia radica en las asociaciones entre los resultados y los esfuerzos realizados, siendo medidos a través de salidas y entradas en la organización, la eficiencia es el nivel en el cual una institución puede alcanzar sus propósitos con bajos costos; es decir, es la razón de la salida segura a los insumos requeridos para lograr conseguirla (p.13).

El indicador de eficiencia muestra acciones representativas presentes en los procesos que reflejan el grado de aceptación frente a lo realizado, mediante la comparación con valores esperados. Estos indicadores son aspectos cuantitativos inmersos en el comportamiento o desempeño de una organización, como parte de ella, cuya magnitud al ser comparada con

algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas (González, 2020).

El indicador de eficacia es el encargado de efectuar la medición de los resultados propuestos. Identificando así, cómo se realizaron las cosas e identificando qué se debe hacer, frente a las necesidades y los aspectos correctos del proceso. Este indicador se enfoca en lo que se debe hacer, por tal motivo, la implementación de este indicador es necesario para conocer y definir operacionalmente los requerimientos del cliente del proceso, para comparar lo que se entrega en el proceso contra lo que él espera.

La eficacia se puede definir como las acciones que son resultados iniciales dentro del accionar del personal dentro de la empresa, por ello, esto se puede identificar con mayor claridad en función de los beneficios adicionales obtenidos al implementar políticas laborales flexibles y dinámicas, así como procesos administrativos modernos que permitan a toda la organización una evolución constante para beneficio de todos (Ramírez et al., 2020).

Los indicadores de desempeño dentro de la parte empresarial se consideran como un instrumento que dentro de su composición tiene la cualidad de proporcionar información cuantitativa sobre el desempeño de los empleados y logros que estos provoquen dentro de una institución, programa, actividad o proyecto a favor de la población u objeto, en función del cumplimiento de todos los objetivos estratégicos y su misión como empresa pública o privada (Fernández et al., 2022).

Herramientas del Desempeño Empresarial

Medir el desempeño empresarial u organizacional, permite conocer sobre la capacidad de la organización, que tiene como finalidad indicar los resultados individuales, grupales y de la propia organización. Esa conceptualización se realiza de manera práctica, “por ello es importante, para comprender los resultados del desempeño tanto individual, como de grupo (brigada, taller, área, departamento, etc.) y de la organización en su conjunto (donde están los objetivos estratégicos)”. (Cuesta et al., 2018, p.26).

El indicador es el instrumento de medición que facilita el poder conocer el cumplimiento del desempeño del proceso. Se define el listado de los indicadores, “**de eficiencia y eficacia**, dentro de la evaluación de los procesos y del entorno relacionado con el desempeño empresarial, gracias a la utilización del Cuadro de Mando Integral (CMI)”. (Medina et al., 2019, p.339).

Materiales y métodos

La investigación realizada fue de tipo descriptiva, de corte transversal, tomando en consideración la observación, análisis conceptual y estadístico. Se empleó materiales bibliográficos y documentos como son: artículos científicos relacionados al tema de estudio, bases de datos de la empresa estudiada, mediante los cuales se logró conocer la importancia de una adecuada gestión de servicio dentro de las actividades económicas de la empresa.

Según Díaz y Calzadilla (2016) mencionan que “La investigación descriptiva presenta acciones que facilitan la labor del investigador para poder identificar las características específicas presentes en el desarrollo de investigaciones exploratorias, mediante esta descripción y utilización de los métodos cualitativos para dar solución al problema de estudio” (p.118).

Mediante lo establecido en la teoría sobre el método deductivo e inductivo, se pudo consolidar acciones encaminadas a desarrollar una forma de tratamiento para la información que parte desde lo general a lo particular y viceversa, sobre los aspectos asociados al desempeño laboral presentes en la actividad económica efectuada por la empresa de telecomunicaciones. Como sostiene Hernández et al., (2016) el método deductivo “comienza con la teoría y de esta se derivan expresiones lógicas que el investigador somete a prueba (p.6) y el método inductivo “explora, describe y genera perspectivas teóricas” (p.8). En esta investigación se aplicó un estudio de campo con la finalidad de conocer la percepción de los colaboradores, de tal manera que se pueda identificar situaciones que son apreciadas por los mismos y que repercuten de forma considerable en todo lo relacionado a la gestión de servicio y los efectos de dicha actividad en el desempeño de la empresa de telecomunicaciones.

Según Bernal (2016) sostiene que la encuesta se sustenta en un cuestionario de preguntas, en los cuales se establece criterios necesarios para que el investigador obtenga información relevante para cumplir de forma adecuada los objetivos de estudio, en función del criterio de las personas involucradas. La entrevista semiestructurada ayuda a que el investigador pueda recolectar la información, estableciendo contacto con la persona entrevistada en el campo de investigación, en un entorno de confianza donde el entrevistador puede introducir interrogantes adicionales si lo considera necesario (Hernández y Mendoza, 2018).

Para la recolección de datos se empleó la encuesta, la entrevista y fuentes de información cuantitativas primarias. La encuesta se aplicó a la población completa objeto de estudio de 20 personas conformada por los jefes departamentales, supervisores y los recursos de las áreas de atención al cliente y de asistentes del área técnica de la empresa de Telecomunicaciones de la provincia de Manabí ubicada en la ciudad de Portoviejo.

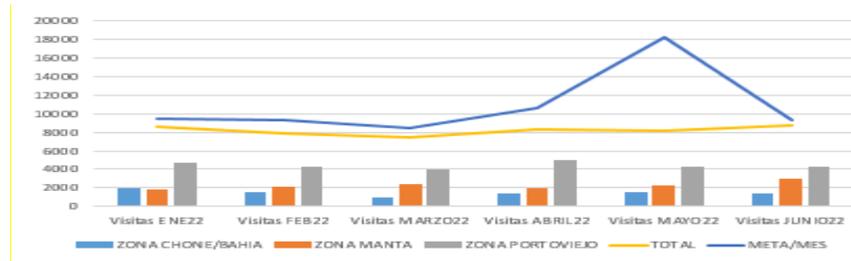
Se realizó una entrevista al gerente con la finalidad de identificar situaciones y acciones de la parte gerencial, las cuales bajo su percepción infieren en la gestión de servicio y como esto se ve influenciado por acciones encaminadas a mejorar de forma considerable el desempeño de la empresa.

La población considerada para el presente estudio corresponde a 20 personas, al ser una cantidad reducida, no se realizó muestra. Los resultados fueron procesados y establecidos en un formulario de google drive, posteriormente se trabajó los datos generados por los resultados cuantitativos, de fuentes primarias, estas se calcularon en Excel a través del Cuadro de Mando Integral, los cuales permitieron analizar la incidencia de la gestión del servicio en el desempeño de la empresa de telecomunicaciones de Manabí.

Resultados

Figura 1

Visitas por servicios a la Empresa de Telecomunicaciones, en la provincia de Manabí.



Nota. Reporte de visitas en la empresa de Telecomunicaciones en los meses de enero-junio del 2022. Elaborado por los autores/Adaptado del reporte semestral de la empresa estudiada.

Dentro de los datos obtenidos de la situación actual de la empresa, se evidencia en el CMI del primer semestre del 2022, que dentro de la zona Portoviejo se efectúa la mayor cantidad de visitas de usuarios, seguido por Manta y las demás zonas. Dentro de la zona Portoviejo se puede apreciar una media de 4000 visitas al mes, lo cual representa resultados favorables en función del alcance de las metas en los meses de enero, marzo y junio, no obstante, dentro de la eficiencia y desempeño de la empresa se puede apreciar que el total de visitas recibidas está muy por debajo de las metas propuestas por la empresa para los meses establecidos.

Figura 2

Reporte de ventas dentro de la empresa de Telecomunicaciones, en la provincia de Manabí.

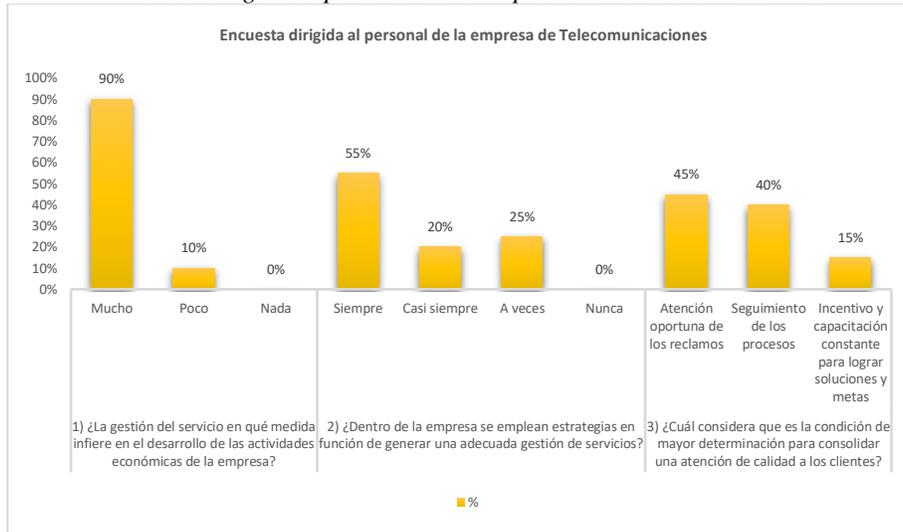


Nota. Reporte de ventas en la empresa de Telecomunicaciones en los meses de enero-junio del 2022. Elaborado por los autores /Adaptado del reporte semestral de la empresa estudiada.

Dentro del reporte de ventas presentado por la empresa de Telecomunicaciones, en la provincia de Manabí, se puede apreciar que en la situación actual de la entidad se evidencia en el CMI del primer semestre del 2022 que el total de ventas efectuado por la empresa está distante de las metas establecidas, por ello el desempeño dentro de la corporación no cumple las metas de ventas tanto en unidades y montos, no obstante, el ARPU es positivo en función de los ingresos por servicio vendido.

Figura 3

Encuesta dirigida al personal de la empresa de Telecomunicaciones

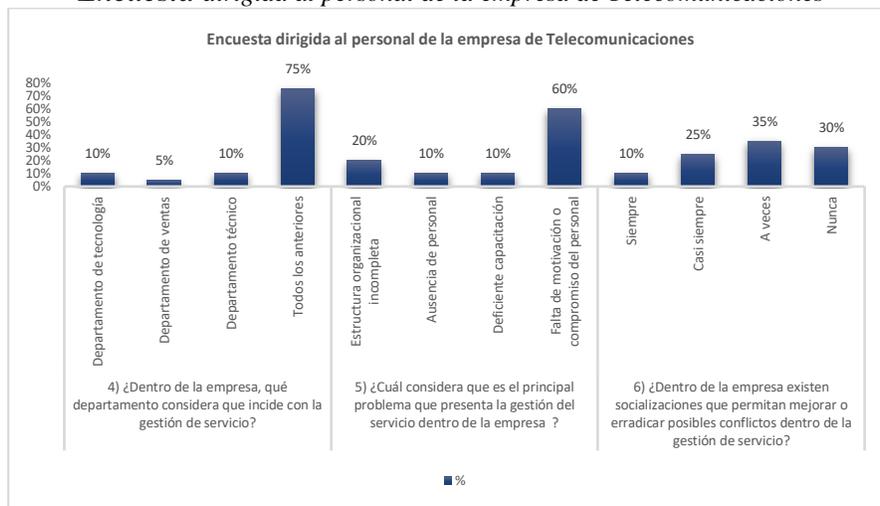


Nota. Encuesta realizada al personal de la empresa de Telecomunicaciones. Elaborado por los autores/adaptado del google forms.

El 90% del personal encuestado consideró que la gestión del servicio infliere mucho en el desarrollo de las actividades económicas de la empresa y el 10% estimó que poco. El 55% consideró que dentro de la empresa estudiada siempre se generan estrategias para generar una adecuada gestión del servicio; el 25% expresó que a veces se generan estas estrategias; mientras que el 20% estimó que casi siempre. El 45% de los encuestados estuvo de acuerdo en que la atención oportuna de los reclamos es la condición que determina una atención de calidad a los clientes; el 40% opinó que son los seguimientos de los procesos y el 15% que son los incentivos y capacitaciones constantes para lograr soluciones y metas.

Figura 4

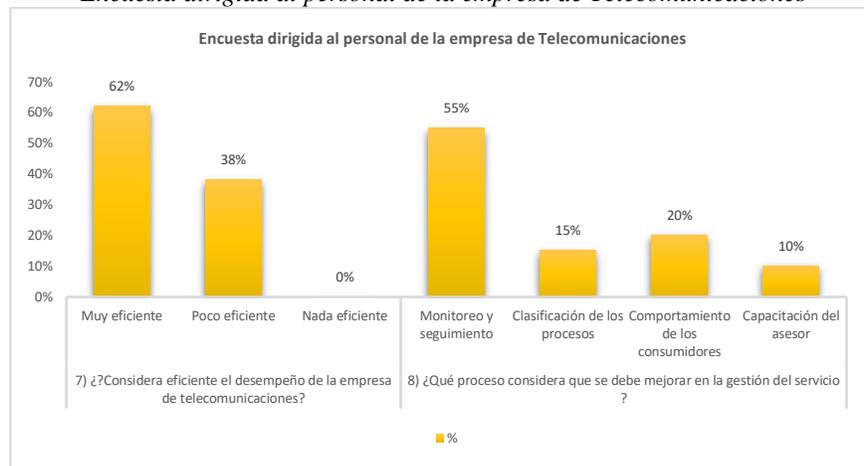
Encuesta dirigida al personal de la empresa de Telecomunicaciones



Nota. Encuesta realizada al personal de la empresa de Telecomunicaciones. Elaborado por los autores/adaptado del google forms.

El 75% de los encuestados enunció que el departamento de tecnología, ventas y el departamento técnico inciden en la gestión del servicio; el 10% estimó que es el departamento de tecnología y el 5% el departamento de ventas. El 60% del personal encuestado planteó que la falta de motivación y compromiso del personal es el principal problema que presenta la gestión del servicio de la empresa; el 20% referenció que es debido a la estructura organizacional incompleta; el 10% opinó que se debe a la ausencia del personal; y otro 10% comentó que son las capacitaciones deficientes. En relación al tema de socialización dentro de la gestión del servicio para mejorar conflictos, el 35% contestó que a veces se socializa; el 30% referenció que nunca; el 25% expresó que casi siempre y el 10% declaró que siempre realizan dichas actividades.

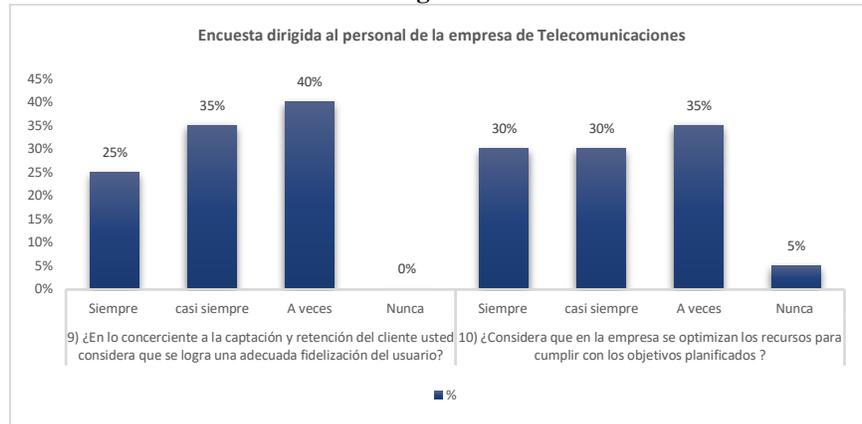
Figura 5
Encuesta dirigida al personal de la empresa de Telecomunicaciones



Nota. Encuesta realizada al personal de la empresa de Telecomunicaciones. Elaborado por los autores/adaptado del google forms.

El 62% de los encuestados consideró muy eficiente el desempeño de la empresa de Telecomunicaciones y el 38% consideró poco eficiente el desempeño de la empresa. El 55% de los encuestados enunció que el monitoreo y seguimiento son procesos que deben mejorarse en la gestión del servicio; el 25% consideró que el comportamiento de los consumidores; el 15% expresó que la clasificación de los procesos y el 10% contestó que la capacitación del asesor.

Figura 6



Nota. Encuesta realizada al personal de la empresa de Telecomunicaciones. Elaborado por los autores/adaptado del google forms.

El 40% de los encuestados consideró que a veces se logra una adecuada fidelización de los usuarios; el 35% refirió que casi siempre y el 25% consideró que siempre se logra la fidelización de los mismos. El 35% considera que a veces se optimizan los recursos para cumplir con los objetivos planeados; el 30% opinó que siempre; el 30% enunció que casi siempre y el 5% contestó que nunca.

Resultados de la entrevista

En la entrevista realizada al gerente de la empresa de Telecomunicaciones, comentó que las acciones que permiten el buen desempeño de la empresa se dan en base a la ejecución y cumplimiento de un plan estratégico 2021-2025, que se ha diseñado como resultado del análisis y diagnóstico situacional de la empresa mediante objetivos y acciones estratégicas. Cuando se preguntó si la estructura organizacional de la empresa es la adecuada para mejorar la gestión del servicio y el desempeño de la empresa, el gerente respondió que sí, porque trabajan para satisfacer de manera responsable y sostenible las necesidades de los servicios de los usuarios.

La empresa mantiene una eficacia direccionada a mejorar la gestión del servicio y desempeño, de esta manera se incrementa la rentabilidad y crecimiento de ingresos, asegurando la sostenibilidad de la empresa. En lo que respecta a los procesos para mejorar la gestión administrativa en base a las necesidades de la empresa, el entrevistado explicó que la empresa cuenta con procesos estandarizados en las diferentes áreas, los mismos que son medibles y auditables de acuerdo a normas internacionales, y se realizan las mejoras acordadas a los estudios de auditoría.

En la empresa se tienen los procesos establecidos con sus respectivos flujogramas, pudiendo medir el desempeño de los trabajadores y aplicar las mejoras correspondientes. En lo que respecta al desempeño del personal, se pudo obtener la información de que existe un personal capacitado, competente y comprometido con la empresa, teniendo como resultado el conocimiento referente al cliente y al grado de satisfacción, con la atención y servicio que perciben.

Discusión

En esta investigación en relación a los resultados obtenidos del proceso de tratamiento de datos se puede identificar que, en relación a la gestión del servicio y su incidencia en el desempeño de una empresa de Telecomunicaciones de Manabí entre los principales hallazgos se pudo constatar por medio del CMI del primer semestre del 2022, dentro de la eficiencia y el desempeño de la empresa no se cumple con las metas de visitas establecidas. Los reportes de ventas están distantes de las metas instauradas, y no se cumple con un óptimo desempeño. El 90 % del personal encuestado consideró que la gestión del servicio de la empresa incide en el desarrollo de las actividades económicas.

En relación a esto Meléndez y Dávila (2018) mencionan que es necesario que las empresas tengan una gran capacidad para gestionar los servicios que ofrecen, influyendo esta gestión en el crecimiento y desarrollo de la empresa. Al encuestar sobre las estrategias que se emplean para mejorar la gestión del servicio, la mayoría considera que siempre y casi siempre se generan estas estrategias, este hallazgo coincide con la entrevista realizada al gerente, cuando menciona que existe una eficacia encaminada a mejorar la gestión del servicio y el desempeño.

La atención de calidad a los clientes es primordial en la empresa de Telecomunicaciones, por ello los el 45% de los encuestados consideró que la atención oportuna de los reclamos es la condición que más determina la atención de calidad, los seguimientos de los procesos también son importantes a la hora de brindar un servicio eficiente, De acuerdo con este criterio se puede tomar en cuenta la postura de Zavala y Vélez (2020), los cuales sostienen que al momento de expresar que la gestión del servicio es una de las estrategias que se aplica actualmente en las empresas para perfeccionar mejoras en el área en que se desenvuelven, siendo la satisfacción del cliente el objetivo esencial.

Otro de los resultados relevantes en la investigación hace referencia a la motivación del personal, el 60% expresó que la falta de motivación y compromiso del personal es el principal inconveniente que presenta la gestión del servicio, siendo la motivación uno de los grandes desafíos empresariales, por ello, es necesario para la empresa generar estrategias de motivación para que el personal se sienta comprometido a lograr los objetivos y metas propuestas; la socialización también es un aspecto a mejorar debido a que el 65% considera que no se socializan aspectos de mejora en la gestión del servicio, o que lo realizan muy poco. La organización sin las personas no puede desempeñarse, porque el rendimiento de la misma depende de factores como la tecnología, el diseño, la cultura organizacional, la motivación, y fundamentalmente el talento humano (Chiavenato, 2009).

El 62% de los encuestados consideró muy eficiente el desempeño de la empresa de Telecomunicaciones y el 38% consideró poco eficiente el desempeño de la empresa, este resultado es relevante porque si bien la mayoría considera que el desempeño es muy eficiente, es necesario mejorar la gestión del servicio optimizando y mejorando las falencias existentes.

Por su parte Medina et al., (2019). Sostienen que en relación a este hallazgo la mejor opción para mantener este proceso optimizado es ejerciendo el control con sus respectivas mediciones de desempeño de los trabajadores para poder aplicar las mejoras adecuadas, tal como consta en los resultados de la entrevista realizada en esta investigación.

El 60% del personal encuestado considera que la fidelización del cliente se logra, pero se debe trabajar en la constancia de este aspecto, ya que el 40% expresó que a veces, de esta manera se puede llegar a la satisfacción total de los clientes que requieren el servicio de la empresa de telecomunicaciones, por lo cual “las empresas que dentro de su actividad económica prestan servicios, tienen la necesidad de adaptar parte de su proceso a efectos de poder satisfacer las demandas de la mayoría de sus clientes” (González y Manfredi, 2019, p.293). En cuanto a la optimización de los recursos, también debe existir mejoras, ya que es necesario que la empresa enfoque sus esfuerzos en brindar un mejor servicio y que las expectativas del cliente no disminuyan; evidenciando la importancia de la satisfacción del cliente, para tener un desempeño eficiente y eficaz que permita mejorar la calidad del servicio en los procesos de atención y calidad en todo el servicio brindado.

Ante la situación descrita y la necesidad de renovar la gestión del servicio para un mejor desempeño, se debe efectuar una mejor interacción al momento de brindar el servicio al cliente, para propiciar el surgimiento de factores que favorezcan y faciliten dicha acción: la amabilidad, atención personalizada, rapidez, ambiente agradable, seguridad e higiene (Zambrano, 2021). Es así como, ofrecer los medios para que las personas se sientan satisfechas con la atención brindada al momento de realizar sus trámites y transacciones mejora la gestión y por ende la empresa mejora en su desempeño, consiguiendo la captación del cliente y su lealtad.

Conclusiones

La calidad de la gestión del servicio está caracterizada principalmente por todo lo establecido al interior de los factores que contribuyen a incrementar de manera constante el nivel de eficacia al momento de trabajar con el servicio que ofrece la empresa, incidiendo en el desempeño de una manera significativa.

Al analizar las dos variables: gestión del servicio y desempeño empresarial en la empresa de telecomunicaciones, se analizó que la gestión del servicio no es óptima, por lo que es necesario realizar un seguimiento y evaluación del cumplimiento de las metas, debido a que no se cumple con las visitas establecidas y las ventas también se mantienen distantes a lo planificado, generando un inadecuado desempeño. Se debe procurar que las metas estén alineadas a la misión y visión de la organización.

Brindar el debido cuidado en relación al tema de la atención a los usuarios es primordial, considerando que estos son la razón de ser de la organización, por lo tanto, en relación a las falencias encontradas se deben establecer mejoras de actividades y estrategias para capacitar al personal y definir acciones que fortalezcan el desempeño de los servidores de la empresa de Telecomunicaciones.

Si se mejoran los aspectos que afectan a la gestión del servicio, se pueden fortalecer las metas y objetivos que se establecen en la empresa, y así generar resultados más favorables para todos, sin mencionar los beneficios que se obtienen con un desempeño eficiente en el cual se pueden tomar decisiones y solucionar problemas de una forma más rápida en beneficio de la institución y sus clientes.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, A., Yañez, R., & Moreno, C. (2018). Conceptos para entender la innovación organizacional. *Revista de la SEECI*, (45), 87-101.
- Azero, V. & Almeida, R. (2021). Impacto de la calidad del servicio y la satisfacción en la lealtad de los clientes de las empresas de telefonía móvil. *Revista Perspectivas*, (48), 37-56. Epub 01 de noviembre de 2021. Recuperado en 06 de octubre de 2022, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332021000200037&lng=es&tlng=es.
- Barrios, D., Restrepo, F., y Cerón, M. (2020). Desempeño empresarial en la industria lechera. *Suma de negocios*, 11(25), 180-185. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2020.v11.n25.a9>
- Bautista, R., Cienfuegos, R., y David, E. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista Científica de Administración Valor Agregado*, 7(1), 109-121. <https://doi.org/https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1417>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación de Colombia S.A.S., 2016.
- Cancino, K. (2021) Gestión por competencias para la productividad laboral del personal administrativo del Hospital Almanzor Aguinaga Asenjo. [Trabajo de maestría. Universidad de César Vallejo de Perú] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77943/Cancino_VKY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuesta, A., Fleitas, S., García, V., Hernández, I., Anchundia, A. y Mateus, L. (2018). *Evaluación del desempeño, compromiso y gestión de recursos humanos en la empresa*. *Ingeniería Industrial*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000100004&lng=es&tlng=en.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México D.F. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>

- Chuncho, J., Tacuri, J., Granda, M., Tejada, M., & Díaz, J. (2020). El diseño organizacional como estrategia de fortalecimiento y estructura en el ambiente empresarial. *Tecnologi-K*, 2(1), 22-33.
- Díaz, V., & Calzadilla, A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de la Salud*, 115-121.
- Fernández, D., Guevara, G., Dávila, T., y Cruz, J. (2022). Capital intelectual como factor del desempeño organizacional en las Micro y Pequeñas Empresas. *Comuni@cción*, 13(1), 63-73. Epub 24 de marzo de 2022. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.1.595>
- García, J., Cazallo, A., Barragán, C., Mercado, M., Olarte, L., y Meza, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 40(22).
- Gómez, C., Valencia, F., & Marulanda, C. (2018). Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y los Servicios Tecnológicos en las Entidades Públicas del Triángulo del Café en Colombia. *Información tecnológica*, 29(4), 119-126. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000400119>
- González, J., y Manfredi, L. (2016). EMCEL ¿Cómo ejecutar una buena recuperación del servicio? *Scielo*, 32(140), 290-294. Obtenidode <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v32n140/v32n140a11.pdf>
- González, J. (2020). INDICADORES DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS DE FLUIDOS DE PERFORACIÓN. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(15), 185-191. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/6219/621968091003/html/>
- Henao, L. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y Administración*, 65(3), 1-23. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v65n3/0186-1042-cya-65-03-00010.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativas, Cualitativas y Mixtas*. Mc Graw Hill <https://virtual.cuautlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Londoño, J. y Acevedo, C. (2018). El aprendizaje organizacional (AO) y el desempeño empresarial bajo el enfoque de las capacidades dinámicas de aprendizaje (Organizational Learning (OL) and Business Performance Adopting the Approach of Dynamic Learning Capabilities). *Revista CEA*, 4(7).

- Medina, A., Nogueira, D., Hernández, A., Comas, R. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 328-342. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000200328>
- Melendez, K., y Dávila, A. (2018). Problemas en la adopción de modelos de gestión de servicios de tecnologías de información. Una revisión sistemática de la literatura. *DYNA*, 85(204), 215-222. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/dyna/v85n204/0012-7353-dyna-85-204-00215.pdf>
- Mendoza, J., Macías, G., & Parrales, M. (2021). DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS: SU EVOLUCIÓN 2015-2020. *Revista Publicando*, 8(31), 320-337. doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253>
- Navarro Alvarado, A., Cota Yáñez, R., y González Moreno, C. (2018). CONCEPTOS PARA ENTENDER LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL. *Revista de Comunicación de la SEECI*(45), 87-101. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360641>
- Ramírez, O., Patiño, J., Patiño, M., & Cuéllar, M. (2020). Medición del comportamiento laboral y su impacto en la productividad. *Computación y Sistemas*, 24(3), 1305-1312. Epub 09 de junio de 2021. <https://doi.org/10.13053/cys-24-3-3489>
- Strenitzerová, M. & Gaña, J. (2018). Customer Satisfaction and Loyalty as a Part of Customer-Based Corporate Sustainability in the Sector of Mobile Communications Services. *Sustainability* 10(5):1657. May 2018. <https://doi.org/10.3390/su10051657>
- Ulacia, Z. y Llevat, M. (2014). ¿Gestión del Servicio vs Gestión Hotelera? Un caso de estudio. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 4. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2014/04/gestion-servicio.pdf>
- Vera, N. y Suárez, A. (2018). Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral, el servicio al cliente: Corporación de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 180-186. Epub 02 de marzo de 2018. Recuperado en 06 de octubre de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100180&lng=es&tlng=es.
- Zambrano, T. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel en el centro de la ciudad de Guayaquil. Ecuador. *Dominio de las ciencias*., 7(3), 145-162. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1986/4067>
- Zavala, F., y Vélez, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Revista científica Dominio de la Ciencia*, 6(3), 264-281. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.



Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.