

FACULTAD DE INGENIERIA ARQUITECTURA Y URBANISMO

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

INCIDENCIA DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN POR CABLE EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA TELECABLE CHICLIN DEL VALLE SAC. CARTAVIO EN EL PERÍODO AGOSTO A DICIEMBRE 2018.

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL DE BACHILLER EN INGENIERIA INDUSTRIAL

> Autor: Figueroa Aguilar Paul Renan

Asesor:

Mg. Puyen Farías Nelson Alejandro

Línea de Investigación: Gestión De Operaciones y Logística

> Pimentel – Perú 2019

INDICE

RESU	MEN	4
ABST	RACT	5
I. In	NTRODUCCIÓN	6
1.1	Realidad Problemática	6
1.2	Trabajos previos	8
1.3	Teorías relacionadas al tema	9
1.3.1	Mejora continua:	9
1.3.2	Metodologías de mejora	10
1.3.3	Herramientas para la Mejora de Procesos	10
1.3.4	Introducción y Problemática de los Servicios:	14
1.3.5	Concepto de Servicio:	15
1.3.6	Características diferenciadoras de los Servicios	16
1.3.7	Clasificación de servicios	19
1.4	Formulación del Problema	21
1.5	Justificación e importancia del estudio.	21
1.6	Hipótesis	22
1.7	Objetivos.	22
II. M	IATERIAL Y MÉTODOS	23
2.1	Tipo y Diseño de Investigación.	23
2.2	Población y muestra.	23
2.3	Variables, Operacionalización	23
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	24
2.5	Procedimientos de análisis de datos	25
2.6	Criterios éticos	25
2.7	Criterios de Rigor Científicos	26
III.	RESULTADOS	27
3.1	Resultados en tablas y figuras	27
3.1.1	Diagrama Causa Efecto	27
3.1.2	Diagrama de Pareto	28
3.1.3	Diagramas de Flujo de Procesos	29
3.1.4	Encuesta	31

3.2	Discusión de resultados	49
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
4.1	Conclusiones	54
4.2	Recomendaciones	55
REFE	RENCIAS	56
ANEX	OS	60

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad determinar en qué medida influyen las

incidencias de los procesos operativos en el grado de satisfacción de los clientes de la

empresa TELECABLE CHICLIN DEL VALLE SAC La Libertad, 2018. Para lograr este fin

se inició con el diagnóstico de la situación actual de la gestión de los procesos en el área

operativa de la empresa, y después se identificaron los puntos críticos que se deben mejorar.

Con respecto a la metodología realizada se desarrolló y aplicó instrumentos como la

encuesta y entrevista que permitió adquirir datos precisos que se analizaron y se evaluaron

para diagnosticar el estado actual de la empresa, esto datos son relevantes e importantes para

la justificación de la investigación. Esta investigación es de tipo Cuantitativa y de diseño

Descriptivo Longitudinal.

Como resultado, se pudo determinar que la empresa no cuenta con una adecuada

gestión de procesos y para ello necesita definir sus objetivos y su plan estratégico anual, de

esta manera podrá mejorar la calidad de sus servicios.

PALABRAS CLAVE: Planificación, Gestión, Eficiencia, Calidad

4

ABSTRACT

The objective of this research is to determine in what extent to influence the operational

processes in the degree of satisfaction of the clients of the company TELECABLE

CHICLIN DEL VALLE SAC La Libertad. 2018. To achieve this end, it started with the

diagnosis of the management situation in the current process into the operational area of

the company, and after they identified the critical points that must be improved.

With respect to the methodology developed and applied tools such as the survey and

interview that allowed to acquire accurate data that were analyzed and evaluated to

diagnose the current state of the company, this data are relevant and important for the

justification of the investigation. This investigation is of Quantitative type and of

Longitudinal Descriptive design.

As a result, it was determined that the company does not have an adequate process

management and for that it needs to define its objectives and its annual strategic plan, in

this way it will be able to improve the quality of its services.

KEYWORD: Planning, Management, Efficiency, Quality.

5

I. INTRODUCCIÓN

Los sistemas de televisión por cable (CATV, Cable Televisión) nacieron como una solución para ofrecer las señales de TV de libre recepción, en zonas donde la recepción no es satisfactoria. Posteriormente agregaron canales de producción propia ó de otras empresas constituyendo una alternativa diferente para aquellas zonas donde la recepción de los canales de TV de libre recepción no presenta dificultades.

Debido a la creciente competencia en el mercado, las empresas de televisión por cable han tenido que ir mejorando la calidad de sus servicios para hacer la diferencia frente a su competencia. Sin embargo, muchas empresas no han podido superar los problemas con la gestión de sus procesos y han quedado relegadas frente a otras.

La gestión de sus procesos involucra mucho el tema de la calidad, ya sea en sus productos o servicios. Este estudio se enfoca en una empresa de servicios.

Calidad del servicio que brinda una empresa se debe mucho a incidentes como fallas técnicas o mala atención por parte del personal, esto provoca que la satisfacción de cliente por el servicio disminuya.

Si hay insatisfacción en el cliente es muy importante detectar cuales son los problemas que los provocan para así poder determinar soluciones.

1.1 Realidad Problemática

Las compañías de servicios existen alrededor del mundo y están en diversos rubros, existen desde servicios de comida rápida hasta servicio de telefonía celular. Uno de los servicios que tiene gran demanda en nuestros días es el de las telecomunicaciones.

La televisión por cable está dentro de este contexto, pues es un instrumento que transmite información y que a lo largo de los años ha ido evolucionando acorde con las nuevas tecnologías. Es así que a comienzos de los años 40, por cuestiones de geografía, en Estados Unidos se comienza a implementar los primeros sistemas de televisión por cable (Evolucion medios, 2017).

Con el auge de la televisión y en especial del sistema de cable, han surgido grandes compañías de telecomunicaciones que ofrecen este servicio a sus usuarios como son AT&T, NTT Communications, Verizon Communication INC., Deutsche Telekon, y Telefónica, (Colombiadigital, 2010). Al igual que estas empresas trasnacionales, también existen medianas y pequeñas empresas de televisión por cable, que ofrecen un servicio que muchas veces no es eficiente y produce un descontento en sus usuarios. En el Perú existen más de 200 empresas entre grandes y pequeñas que brindan el servicio de televisión por cable (Andina, 2010). Muchas de estas empresas son informales y por lo tanto no existe una regulación de la calidad de servicios que brindan. Debido a la creciente demanda del uso de la televisión por cable, estas empresas deben satisfacer ofreciendo una buena calidad de sus productos así como los servicios de mantenimiento y atención al cliente. Sin embargo, también existe un panorama de insuficiencia en la satisfacción de esta demanda debido a factores logísticos y de gestión de operaciones dentro de las propias empresas.

El estudio diagnóstico sobre los servicios que brindan las empresas tiene estudios realizados, pero en el rubro de la televisión por cable aún hay algunos vacíos que se tienen que ir desarrollando.

Una aproximación oficial en el diagnóstico de la televisión por cable la podemos encontrar en el portal de OSIPTEL donde se puede encontrar datos estadísticos sobre este servicio (Osiptel, 2016).

El presente informe se focaliza en el diagnóstico del Área Operativa de la Empresa de Televisión por Cable Telecable Chiclin del Valle SAC de la localidad de Cartavio, distrito de Santiago de Cao, provincia de Ascope, departamento de La Libertad, en el periodo de agosto a diciembre del 2018 y que a su vez se proponer una mejora para optimizar el servicio a sus usuarios.

1.2 Trabajos previos

Cuatrecasas (2012), en su investigación "Organización de la Producción y Dirección de Operaciones", en el capítulo sobre Mejora de la Eficiencia, Agilidad y Niveles de Servicio, Optimización y Niveles de los Servicios, demuestra que se pueden automatizar los servicios, los que podrán mejorar la eficiencia a nivel de flexibilidad, costos y tiempos, por una parte y el nivel de servicio, y por tanto la calidad del mismo, por otra.

Relevancia: Este estudio nos permitirá analizar las herramientas que se utilizan para resolver los problemas en los procesos de servicios dentro de una empresa.

Martínez (2010), en su investigación "Procedimiento para la Mejora de la Calidad en Servicios de Asistencia Técnica" Concluye que se debe iniciar con diagnóstico integral del área para poder realizar las mejoras de los procedimientos en los servicios, los que permitirán identificar las causas de los principales problemas que inciden en la insatisfacción de los clientes externos. Se identificaron, analizaron y minimizaron

las barreras que impiden la aplicación del procedimiento que se propone, referidas principalmente a la capacitación del personal.

Relevancia: Se incluye este estudio porque representa un área que trabaja directamente con personas en el tema de servicios lo cual nos permitirá hacer comparativos con nuestro estudio.

Parra, Negrin & Gomez (2009), en su investigación "Procesos de Servicios. Tendencias Modernas en su Gestión" nos habla sobre la necesidad del incremento de la eficacia, la eficiencia y la efectividad de los servicios que se ofrecen en todas las áreas de la economía. Concluye con el consumo de servicios como una experiencia donde detalla la conducta y la experiencia del cliente, la cadena de servicio utilidad, medición de la satisfacción del cliente y el modelo de las brechas, elementos básico del servicio de calidad, dimensiones de la calidad del servicio, y la estrategia de medición.

Relevancia: Nos muestra casos muy prácticos, se enfoca en el cliente, así como en la calidad del servicio.

1.3 Teorías relacionadas al tema.

1.3.1 Mejora continua:

Consiste en la búsqueda de mejores métodos de trabajo y procesos organizativos a partir de una constante revisión de los mismos con objeto de realizarlos cada vez mejor. Las mejoras se conciben de forma continua (sin fin) y con carácter incremental: la realización de un proceso va aumentando ya que, a medida que se lleva a cabo, los resultados se examinan y se incorporan las modificaciones oportunas para la mejora.

Ésta es guiada no sólo por el propósito de proveer una mayor calidad, sino también por la necesidad de ser eficiente. En definitiva, se trata de conseguir un espíritu de superación mediante una cultura de cambio basada en la adaptación continua. (Apmarin, 2006)

1.3.2 Metodologías de mejora

Consiste en experiencias, estrategias y herramientas que permiten obtener mejoras en el área de interés.

1.3.3 Herramientas para la Mejora de Procesos

A continuación listan las herramientas de mejora de procesos, las cuales son aplicadas bajo una metodología establecida y conocida.

Diagrama de Pareto

Según Forrest W. y Breyfogle III (2003), el Diagrama de Pareto es una herramienta muy útil para identificar la fuente de problemas crónicos en los procesos. El principio de Pareto, básicamente, establece que unas pocas características del proceso de producción causan la mayoría de problemas en la línea, mientras que muchas de las características triviales de los procesos de producción causan solo una pequeña porción de los problemas de calidad. De acuerdo con Forrest W. y Breyfogle III (2003), el procedimiento para construir un diagrama de Pareto genérica sigue los siguientes pasos:

Primero, definir el problema y las características del proceso a usar en el diagrama. También, se debe definir el periodo de tiempo para el diagrama, por ejemplo semanalmente, diariamente o turno. Más adelante, las mejoras de la calidad se pueden hacer de la información determinada.

Luego, determinar la cantidad total de veces que cada característica ocurre y clasifica r las características según los totales definidos anteriormente. Trazar el número de ocurrencias de cada característica en orden descendente en forma de gráfico de barras junto con las cantidades acumuladas. A veces, sin embargo, el diagrama de Pareto no tiene superposición de porcentaje acumulado.

Ishikawa

Según Forrest W. y Breyfogle III (2003), la herramienta de causa y efecto, también conocido como Ishikawa o espina de pescado es efectiva como parte de la solución de problemas del proceso. Esta técnica es útil para desencadenar ideas y promover un enfoque equilibrado en las sesiones de lluvia de ideas en grupo, en el que los individuos enumeran las fuentes percibidas de un problema. Un diagrama de causa y efecto proporciona un medio para términos para centrarse en la creación de una lista de variables de entrada del proceso que puedan afectar a las variables clave de salida del proceso. Para construir un diagrama de causa y efecto, a menudo es conveniente considerar seis áreas o causas que pueden contribuir a una respuesta característica o efecto: materiales, equipo, método, personal, mediciones, y el medio ambiente.

Ciclo Deming o PDCA

El nombre del Ciclo PDCA (o PHVA) viene de las siglas Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, en inglés "Plan, Do, Check, Act". También es conocido como Ciclo de mejora continua o Círculo de Deming, por ser Edwards Deming su autor. Esta

metodología describe los cuatro pasos esenciales que se deben llevar a cabo de forma sistemática para lograr la mejora continua, entendiendo como tal al mejoramiento continuado de la calidad (disminución de fallos, aumento de la eficacia y eficiencia, solución de problemas, previsión y eliminación de riesgos potenciales). El círculo de Deming lo componen 4 etapas cíclicas, de forma que una vez acabada la etapa final se debe volver a la primera y repetir el ciclo de nuevo, de forma que las actividades son reevaluadas periódicamente para incorporar nuevas mejoras. La aplicación de esta metodología está enfocada principalmente para ser usada en empresas y organizaciones.

Etapas del Ciclo Deming:

Planificar: Se establece objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados acordes con las expectativas y requerimientos de los clientes y las políticas de la organización.

La planificación consta de las siguientes etapas:

Análisis de la situación actual o diagnostico

Establecimiento de principios y objetivos

Fijación de los medios para lograr los objetivos

Adjudicación de los recursos para gestionar los medios.

Hacer: En esta etapa se implementan los procesos. Es ejecutar y aplicar las tareas tal como han sido planificadas.

Verificar: Se realiza el seguimiento y la medición de los procesos y los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar los resultados.

Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos. Si hay que modificar el modelo, ello remite nuevamente a la etapa de planificación. (UNIT, 2012)

A los efectos de su uso como herramienta se debe seguir las siguientes etapas para la aplicación del ciclo de Deming:

Etapa 1: Estudiar un proceso y decidir cuál cambio podría mejorarlo.

En esta etapa es recomendable hacerse preguntas como las siguientes:

¿Cuáles podrían ser los logros más importantes de esta prueba?

¿Qué cambios podrían ser deseables?

¿Qué resultados son fáciles de alcanzar?

¿Es necesario hacer nuevas observaciones?

Etapa 2: Efectuar las pruebas o hacer el cambio, de preferencia a escala piloto. En esta etapa es fundamental conseguir resultados que puedan ser ordenados y analizados rápidamente obteniendo la información deseada.

Etapa 3: Observar los efectos.

Etapa 4: Verificar qué cosas se aprendieron y repetir la prueba, de ser posible en condiciones diferentes (ambiente, personal, metodología operativa, etc.). Observar la posibilidad de que ocurran cambios secundarios.

El ciclo se debe girar continuamente, de modo que al final se alcance el objetivo inicial establecido en la etapa 1.

El uso del ciclo de Deming es importante en cada tarea que se realiza y conducirá a una mejora continua en las metodologías de trabajo. Puede aplicarse a cualquier proceso y puede ser empleado, también, para encontrar las causas especiales detectadas mediante herramientas estadísticas.

1.3.4 Introducción y Problemática de los Servicios:

Ríos (2006) nos dice que no es necesario comprobar que en el Mundo la tendencia hacia la industria sin humo (servicios) está en notable crecimiento, y ya tiene una importancia vital en la economía de algunos países, pues su actividad nacional se está centrando en está. Son muchos los sectores de servicios que actualmente hacen uso las personas, los siguientes son los 14 sectores relacionado a servicios según Gonzales Zamora et al (2003):

- 1. Transporte
- 2. Distribución comercial
- 3. Sanidad (servicios de salud),
- 4. Turismo, ocio, cultura y deporte
- 5. Telecomunicaciones

- 6. Entidades financieras y de seguros
- 7. Servicios a empresas
- 8. Servicios públicos y sin ánimo de lucro
- 9. Mantenimiento y reparación
- 10. Producción y suministro de energía en general
- 11. Servicios profesionales
- 12. Correos y mensajería
- 13. Educación (enseñanza)
- 14. Servicios personales

1.3.5 Concepto de Servicio:

Desde un punto de vista comercial, tanto bienes como servicios ofrecen beneficios o satisfacciones; y son productos. La visión estrecha de un producto dice que es un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, físicos y químicos, reunidos en una forma especial. La visión amplia, dice que es un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que el comprador puede aceptar para satisfacer sus necesidades y deseos. Así pues, en el sentido más amplio, todo producto tiene elementos intangibles, independientemente de lo que se produzca en la fábrica (Ríos, 2006).

Ríos (2006) continúa explicando sobre los servicios citando a otros autores. El concepto de servicio, tiene hasta hoy muchas propuestas y pocas investigaciones científicas sobre su concepto, por ejemplo, según Stanton (1992) los servicios son "todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de

una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores". Otra definición similar es la que plantea Kotler (1993) que: "un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico."

El concepto de servicio no sólo se define como el ¿Qué se da? y ¿Cómo de da?, sino como la integración de estos elementos con la estrategia de la empresa y las necesidades de los clientes. Esta definición será de mucha utilidad para el diseño del servicio.

De lo anterior se deduce que las organizaciones de servicios son aquellas que no tienen como meta principal la fabricación de productos tangibles, que los compradores vayan a poseer permanentemente; es decir, la compañía está vendiendo el servicio como núcleo central de su oferta al mercado, que está alineado con la estrategia de la compañía y las necesidades de los clientes.

1.3.6 Características diferenciadoras de los Servicios

Se han sugerido varias características para ayudar a distinguir bienes y servicios. Es la combinación de estas características la que crea el contexto específico en que debe desarrollar Dirección de Operaciones en una organización de servicios.

Según Arias Aranda, De Burgos et al., Rivera y Huete, Pancorvo y Fitzsimmons y Fitzsimmons (Citados por Rios, 2006), las características más frecuentemente establecidas de los servicios son:

Intangibilidad

Los servicios son esencialmente intangibles. Con frecuencia no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos.

Se pueden buscar de antemano opiniones y actitudes; una compra repetida puede descansar en experiencias previas, al cliente se le puede dar algo tangible para representar el servicio, pero a la larga la compra de un servicio es la adquisición de algo intangible.

De lo anterior se deduce que la intangibilidad es la característica definitiva que distingue productos de servicios y que intangibilidad significa tanto algo palpable como algo mental. También la falta de propiedad es una diferencia básica entre una industria de servicios y una industria de productos, porque un cliente solamente puede tener acceso a utilizar un servicio determinado. El pago se hace por el uso, acceso o arriendo de determinados elementos.

Perecibilidad

Los servicios son susceptibles de perecer y no se pueden almacenar. Por otra parte, para algunos servicios una demanda fluctuante puede agravar las características de perecibilidad del servicio. Las decisiones claves se deben tomar sobre qué máximo nivel de capacidad debe estar disponible para hacer frente a la demanda antes de que sufran las ventas de servicios. Igualmente hay que prestar atención a las épocas de bajos niveles de uso, a la capacidad de reserva o a la opción de políticas de corto plazo que equilibren las fluctuaciones de demanda.

Esto dificulta las prácticas tradicionales de Dirección de Operaciones relacionadas con la Planificación y Producción de productos, especialmente en los relacionados a capacidad e inventarios. Tomando el ejemplo del artículo de De Burgos et al. (2003), los hoteles suelen operar con unos niveles de ocupación de su capacidad productiva muy inferiores a los que serían deseables en términos de eficiencia y eficacia. Comparémoslos con una empresa manufacturera, esta última tiene mayor flexibilidad para hacer frente a aumentos en la cantidad demandada de bienes y puede, en general, aumentar los turnos de producción para hacer frente a ella, pero no lo puede hacer de manera inmediata los hoteles.

Heterogeneidad

Con frecuencia es difícil lograr estandarización de producción en los servicios, debido a que cada "unidad", por lo que se genera el fenómeno de la personalización. Prestación de un servicio puede ser diferente de otras "unidades". Además, no es fácil asegurar un mismo nivel de producción desde el punto de vista de la calidad. Asimismo, desde el punto de vista de los clientes también es difícil juzgar la calidad con anterioridad a la compra. Este equilibrio debe traducirse en una serie de procedimientos encaminados a estandarizar las operaciones "Back Office".

Implicación directa o indirecta de los clientes

Con frecuencia los servicios no se pueden separar del cliente. Una consecuencia de esto es que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo, ya sea este parcial o total. Los bienes son producidos, luego vendidos y consumidos mientras que los servicios se venden y luego se producen y consumen por

lo general de manera simultánea. Esto tiene gran relevancia desde el punto de vista práctico y conceptual, en efecto, tradicionalmente se ha distinguido nítidamente funciones dentro de la empresa en forma bien separada, con ciertas interrelaciones entre ellas por lo general a nivel de coordinación o traspaso de información que sirve de input para unas u otras; sin embargo, aquí se puede apreciar más una fusión que una coordinación, el personal de producción del servicio, en muchos casos, es el que vende y/o interactúa más directamente con el cliente o usuario mientras éste hace uso del servicio ("consume"). Recordemos que en la manufactura por lo general el personal de producción y el proceso productivo en sí, no suponen interacción directa con el consumidor.

Intensidad de capital

La norma habitual en el sector de servicios es la baja intensidad de capital del proceso, que se encuentra, en la mayoría de los casos poco mecanizado y, en un número aún menos de ocasiones, automatizado. En los últimos tiempos esta circunstancia ha mejorados debido a los sistemas de información y al desarrollo de las comunicaciones. Sin embargo aún existen numerosas operaciones que debe realizarse manualmente y no requieren de tal calificación, por ejemplo en los hoteles serán las operaciones de limpieza y cafetería o restaurante.

1.3.7 Clasificación de servicios

Fitzsimmons y Fitzsimmons (Citados por Ríos, 2006) determina la siguiente clasificación:

Instalaciones de Apoyo (supporting facilities): son los recursos físicos imprescindibles para la prestación del servicio, como el edificio del hospital, el avión, el tren, las instalaciones del hotel, etc.

Bienes facilitadores del servicio (Facilitating goods): es el conjunto de bienes que son parte del servicio, que son comprados, arrendados o prestados para la realización plena del servicio. Por ejemplo los palos de golf, los repuestos del automóvil, etc.

Servicios Explícitos (Explicit services): beneficios directamente observables por los sentidos y consistentes en las características esenciales o intrínsecas del servicio. Por ejemplo disfrutar del jugar en campo de golf, curarse después de la operación, el excelente funcionamiento del auto después de su reparación, etc.

Servicios Implícitos (Implicit services): beneficios psicológicos características extrínsecas del servicio percibidas por el cliente. Por ejemplo el estatus que conlle va jugar golf en un campo determinado, la privacidad del trato en un banco, etc.

Es posible clasificar a los servicios por su contenido de recursos (bienes e instalaciones) de apoyo a éste, como puros y mixtos.

Otra clasificación de los servicios se da por el grado de interacción y personalización; y el grado de intensidad de mano de obra.

La primera mide hasta qué punto el cliente puede influir de manera personal a la naturaleza del servicio a entregar, mientras que en la segunda mide el ratio del costo de mano de obra respecto al costo del capital. (Ríos, 2006)

1.4 Formulación del Problema

¿De qué manera influyen los incidentes del área operativa de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC en la satisfacción de sus clientes en el periodo de agosto a diciembre del 2018 en la localidad de Cartavio, distrito de Santiago de Cao, provincia de Ascope, departamento de La Libertad?

1.5 Justificación e importancia del estudio.

Es necesario realizar esta investigación debido a que existen reportes de retrasos en el servicio del área operativa de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

Este problema puede disminuir el porcentaje de usuarios del servicio brindado por el Telecable Chiclin del Valle SAC.

Un mal servicio y la disminución de usuarios podrían poner en riesgo el balance económico de la empresa.

El identificar y diagnosticar el nivel de eficiencia por parte del servicio del área operativa implica poder resolver problemas que se presenten, y mejorar el número de usuarios de televisión por cable que ofrece la empresa.

A un mayor número de usuarios se mejorara la rentabilidad en la empresa y se podría realizar nuevos proyectos de mejoras en la empresa.

1.6 Hipótesis.

Existe una relación directa entre los incidentes de los procesos operativos en la Empresa Telecable Chiclin del Valle SAC. de Cartavio y el grado de satisfacción de sus usuarios.

1.7 Objetivos.

Objetivo General

Determinar las incidencias de los procesos operativos de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC durante el periodo de agosto a diciembre del 2018 en la localidad de Cartavio distrito de Santiago de Cao, provincia de Ascope, departamento de La Libertad.

Objetivo Especifico

- a) Analizar los procesos operativos del servicio de televisión en la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC en Cartavio.
- b) Determinar el grado de satisfacción del cliente de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.
- c) Aplicar técnicas de correlación de variables para determinar la incidencia de los procesos operativos con el grado de satisfacción del cliente de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Tipo y Diseño de Investigación.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación según su enfoque será Cuantitativa, según su relación con el conocimiento Aplicadas, y según su alcance Descriptiva.

Diseño de Investigación

Será Descriptiva Longitudinal

2.2 Población y muestra.

Unidad de análisis: Cantidad de usuarios que recibieron el servicio del área operativa de la Empresa Telecable Chiclin del Valle SAC. de Cartavio en un mes.

La población es de 67 Usuarios

La muestra será de 67Usuarios

2.3 Variables, Operacionalización.

Y: Grado de satisfacción de los clientes

X: Incidentes en los procesos operativos

Tabla 1 Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Definicion Conceptual	Definicion Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Analizar los procesos operativos del servicio de television de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC en Cartavio	Incidentes en los procesos operativos	Incidente se define como un hecho que produce una alteración o interrupción de un proceso	Identificación de los incidentes	Impacto en la retención de clientes	Cantidad de clientes	Herramientas de gestion de procesos
Determinar el grado de satisfacción del cliente de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.	Grado de Satisfaccion en los clientes	La noción de satisfacción al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio.	Grado de satisfacción del servicio medido a través de una encuesta.	Aceptación	Escala de aceptación	Cuestionario

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se aplicarán Métodos Empíricos como la Observación Científica y la Medición.

En la observación Científica se observará de manera objetiva los procesos de los servicios del área operativa para realizar un diagnóstico de estas y proponer luego estrategias aplicativas.

La medición se realizará luego del diagnóstico y se aplicaran indicadores a las variables y así tener resultados que nos den una real lectura de la situación.

En las técnicas de recolección de datos se aplicarán: Entrevistas a los usuarios que reciben los servicios del área operativa, encuestas y observación.

Asimismo, los instrumentos serán las entrevistas, encuestas y la observación.

2.5 Procedimientos de análisis de datos

Tabla 2 Procedimiento para la recolección de Datos

N°	Técnica	Instrumento	Fuente/Informante	Descripción
1	Entrevista	Cuestionario/	Clientes	Recolectar los datos
		Guia de		directamente de un promedio de
		entrevista		15 clientes a fin de conocer sus
				apreciaciones de la atención que
				recibe por parte del personal
				operativo de la empresa
2	Encuesta	Cuestionario	Clientes	Recolectar información masiva
				de un grupo de clientes, en base
				al tamaño de muestra. Esta
				información permitirá conocer
				las apreciaciones de un grupo
				representativo de clientes, sobre
				la calidad de atención que recibe
				por parte del área operativa de la
				empresa
3	Observación	Hoja de	Ciclo de Procesos	Recolectar información
		Observación		relacionada con los procesos
				del área operativas. Cada uno de
				los detalles permitirá
				comprender las actividades que
				realizan los empleados, la forma
				en que se realizan, los recursos
				utilizados y tiempos invertidos.
				Permitirá identificar los errores y
				aciertos a fin de tomar medidas
				de mejora continua

2.6 Criterios éticos

Ambiente: La mejora de los servicios del área operativa de la empresa que se está aplicando debe tener especial cuidado en no alterar o dañar el medio ambiente. Se debe tener especial cuidado en ello tomando las medidas necesarias para un desarrollo de actividades cumplan con los requerimientos de las leyes medio ambientales nacionales e internacionales

Confidencialidad: Toda la información proporcionada por la empresa que deberá ser consultada a ésta para su publicación debido a que algunos datos son de carácter privado y uso exclusivo de la empresa.

2.7 Criterios de Rigor Científicos

Durante toda la investigación se siguieron algunos criterios de rigor científico, debido a que todas las investigaciones cuantitativas deben garantizar su calidad a través del rigor metodológico utilizado.

En este sentido se planteó el uso de credibilidad y consistencia

Credibilidad, porque se dio una aproximación de los resultados frente al fenómeno observado en la empresa en estudio. Y tanto los datos que se obtuvieron de la empresa como de los encuestados fueron estudiados sin alterar la información obtenida.

Consistencia, porque no es posible la replicabilidad exacta de este estudio, en empresas del mismo sector.

Es decir, que la información obtenida por parte de los clientes encuestados, es en relación a la problemática que ellos perciben de los servicios de televisión por cable de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC filial Cartavio, mas no son resultados que puedan ser aplicados en otras empresas en general.

III. RESULTADOS

Se Analizó los procesos operativos de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC en Cartavio mediante herramientas de procesos para determinar en qué estado se encontraban.

3.1 Resultados en tablas y figuras

3.1.1 Diagrama Causa Efecto

En observación del personal que labora en la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac, se encontraron algunas causas que pueden aportar más información sobre el bajo nivel de efectividad en los procesos del área operativa de la empresa. El siguiente diagrama muestra algunas de las causas

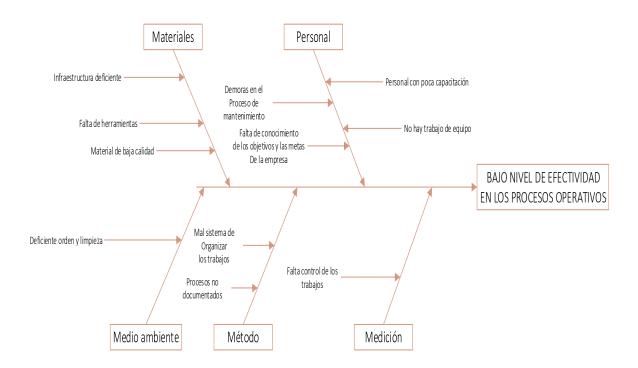


Figura 1. Diagrama Causa Efecto de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

3.1.2 Diagrama de Pareto

Se elaboró el diagrama de Pareto para identificar las principales causas principales de los problemas en los procesos de mayor a menor, y con ello reducirlas o eliminar las de una en una, empezando con la que provoca un problema mayor y después con las posteriores.

El Análisis de Pareto es una comparación cuantitativa y ordenada de elementos o factores según su contribución a un determinado efecto.

El objetivo de esta comparación es clasificar dichos elementos o factores en dos categorías: Las "Pocas Vitales", elementos muy importantes en su contribución, y los "Muchos Triviales", elementos poco importantes en ella.

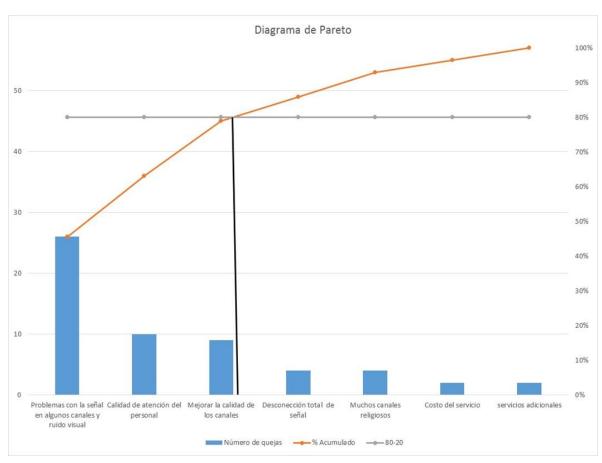


Figura 2. Causas de los problemas presentes en los servicios prestados por la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

De aquí se puede determinar que los problemas con la señal en algunos canales y ruido visual, calidad de la atención del personal y mejora de la calidad de los canales son los principales problemas con los que se deberá trabajar para eliminar o disminuir.

3.1.3 Diagramas de Flujo de Procesos

Con los cuales se conocen las etapas del proceso por medio de una secuencia de pasos, así como las etapas críticas.

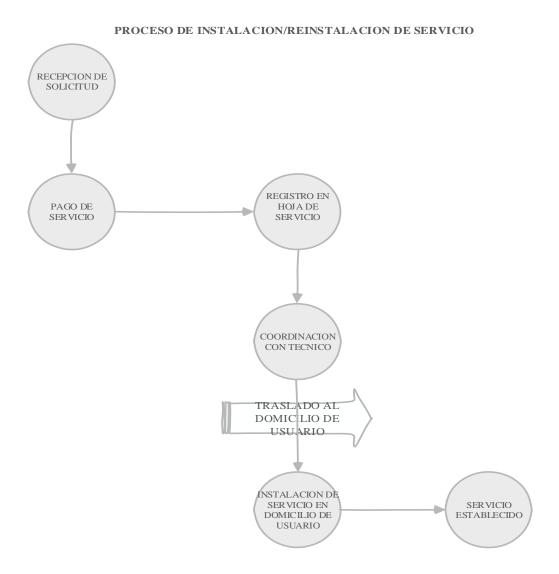


Figura 3. Diagrama de operaciones del proceso de Instalación y Reinstalación

PROCESO DE MANTENIMIENTO DE SERVICIO

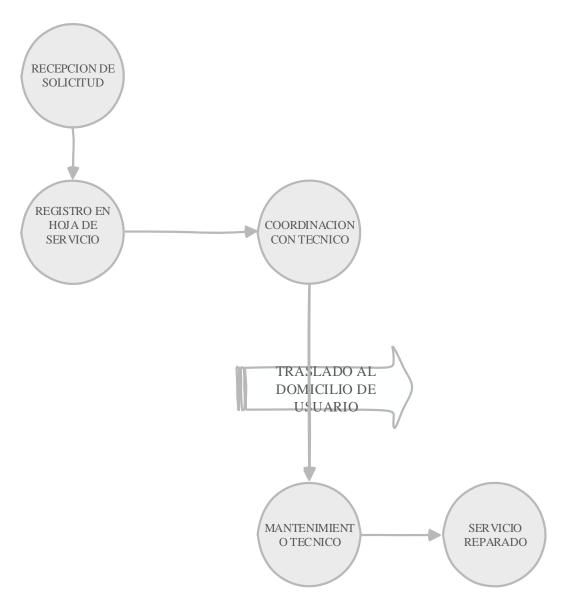


Figura 4. Diagrama de operaciones del proceso de mantenimiento de servicio

Con relación al grado de satisfacción del cliente de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC., se aplicó una encuesta de la cual se pudieron sacar datos muy importantes.

3.1.4 Encuesta

Para este estudio se aplicó una encuesta a 76 usuarios de las comunidades de Cartavio, Chiquitoy y Santiago de Cao, donde tienen cobertura el servicio de señal de televisión por cable de la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac. La población consiste en los usuarios que reciben, algún tipo de servicio por parte del área operativa durante el mes de agosto del 2018, con una muestra de 120 de población.

La metodología aplicada que se utiliza, es la técnica de encuesta escrita mediante un cuestionario estructurado de 15 preguntas según la muestra el formato anexo. Se procede posteriormente a tabular en el programa SPSS para determinar el porcentaje de resultados según la siguiente escala valorativa:

Tabla 3

Escala Valorativa

Item	Categoría
1	Deficiente
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Representación del porcentaje de usuarios encuestados por localidad donde se realiza la encuesta:



Figura 5. Ubicación de domicilio del usuario

Análisis de cada pregunta

La atención recibida por parte del personal en la oficina de la empresa Telecable
 Chiclin del Valle SAC es.

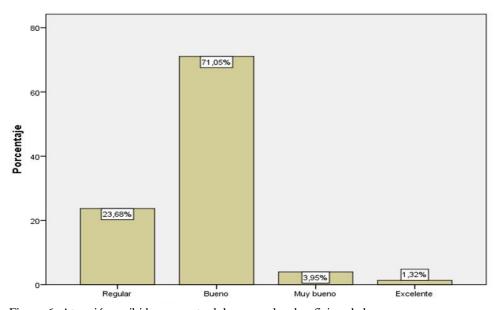


Figura 6. Atención recibida por parte del personalen la oficina de la empresa

La percepción de los usuarios frente a la atención recibida por parte del personal en la oficina obtuvo un porcentaje del 71,05% en la Escala Valorativa correspondiente a "Bueno", sumado a esto el 23.68% en la valoración "Regular", representando también un importante porcentaje, lo cual indica en términos generales los usuarios consideran bueno y existe porcentaje considera regular.

1. La facilidad de comunicación con el personal de oficina que lo atendió.

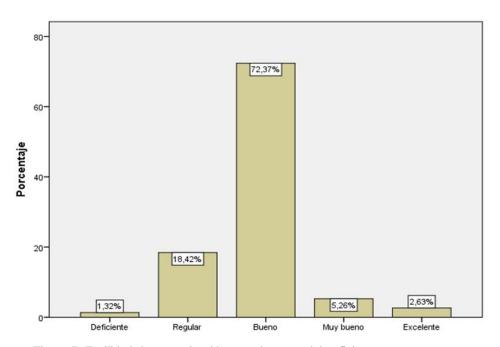


Figura 7. Facilidad de comunicación con el personal de oficina

La percepción de los usuarios, frente a la facilidad de comunicación obtuvo un porcentaje del 72,37% en la Escala Valorativa correspondiente a "Bueno", sumado a esto el 18,42% en la valoración "Regular", representando también un importante porcentaje, lo cual indica en términos generales los usuarios consideran bueno y existe un porcentaje que considera regular.

2. La prontitud, rapidez en la atención telefónica y personal.

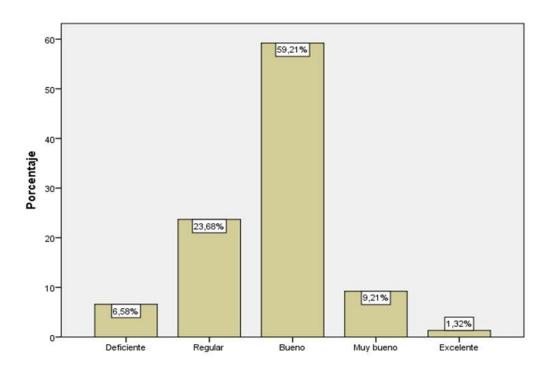


Figura 8. Prontitud, rapidez en la atención telefónica personal

Se evidencia que la calificación con mayor participación en las respuestas fue la correspondiente a "Bueno" con una participación del 59,21%, seguida de la calificación "Regular" con un porcentaje del 23,68%, resultados semejantes obtenidos en la pregunta referente a la facilidad de comunicación con el personal de la oficina que atendió sus sugerencias y reclamos de los usuarios de la señal de televisión por cable.

3. La amabilidad y respuesta en la atención telefónica y personal

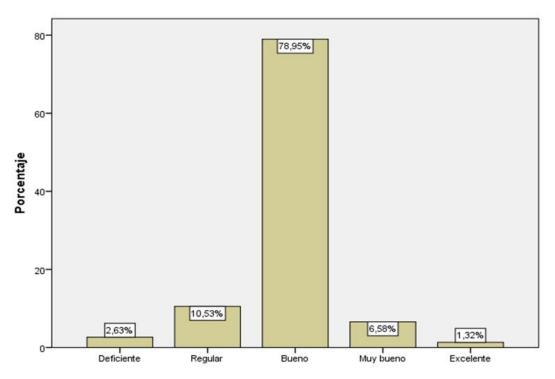


Figura 9. Amabilidad y respuesta en la atención telefónica y/o personal

La percepción de los usuarios respecto a amabilidad y respuesta en la atención telefónica y/o personal obtuvo un porcentaje de calificación del 78,95% como "Bueno" y en segundo lugar con el 10,53% "Regular", lo cual indica que se mantiene la calidad en un término medio donde existe una valoración bueno a deficiente

4. La rapidez de la respuesta para la solicitud.

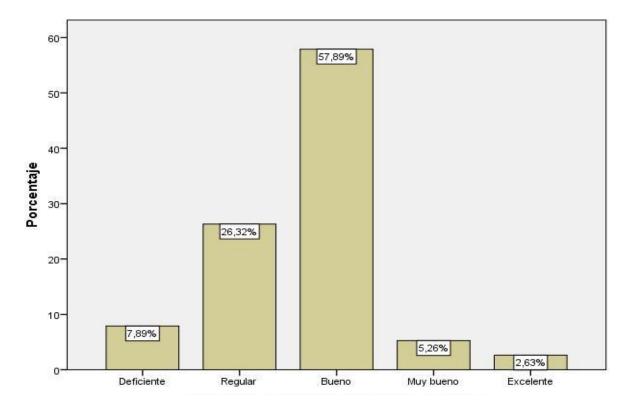


Figura 10. Rapidez de la respuesta para su solicitud

La percepción de los usuarios frente a esta pregunta obtuvo un porcentaje del 57,89% en la Escala Valorativa correspondiente a "Bueno", sumado a esto el 26,32% en la valoración "Regular", representando un incremento respecto a las preguntas anteriores, lo cual indica en términos generales los usuarios consideran bueno pero que hay un porcentaje que considera regular.

5. La puntualidad y cumplimiento en el horario de atención al cliente

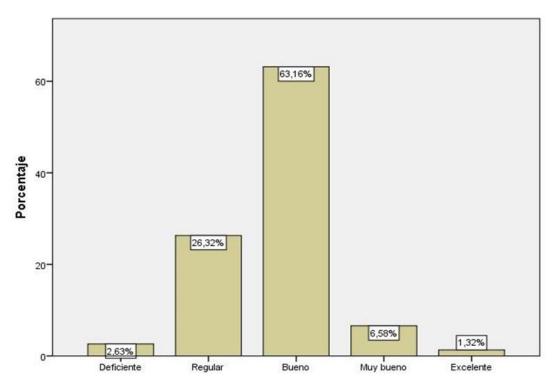


Figura 11. Puntualidad y cumplimiento en el horario de atención al cliente

Se evidencia que un porcentaje representativo, correspondiente al 63,16% de los usuarios encuestados califica como "Bueno" la puntualidad y cumplimiento en el horario de atención al cliente y en segundo lugar un porcentaje del 26,32% lo califica como "Regular".

En esta variable se puede ver que el porcentaje de "Regular" es igual a la de la rapidez de la respuesta para su solicitud lo que implica una observación en términos generales respecto a la atención al cliente.

6. Los espacios de atención al cliente en cuanto a comodidad y limpieza.

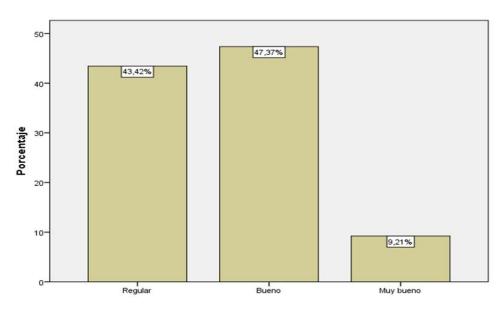


Figura 12. Espacios de atención al cliente en cuanto a comodidad y limpieza

La percepción de los usuarios frente a esta pregunta obtuvo un porcentaje del 47,37% en la Escala Valorativa correspondiente a "Bueno", sumado a esto el 43,42% en la valoración "Regular", representando un porcentaje alto lo que indica una observación especial a los espacios de la atención al cliente.

7. Los medios que tiene la empresa para comunicarse con sus usuarios (teléfono, atención personalizada y página web).

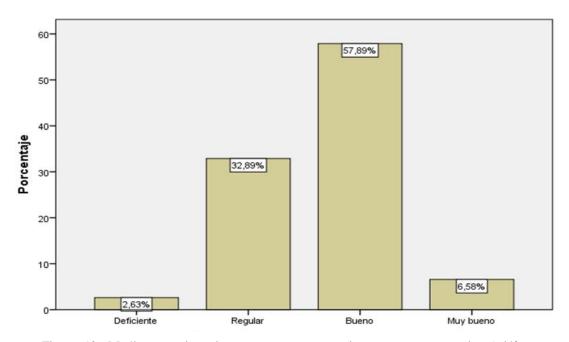


Figura 13. Medios que tiene la empresa para comunicarse con sus usuarios (teléfono, atención personalizada y página web).

Los resultados obtenidos en esta pregunta nos muestran un 57,89% "Bueno", y 32,89% "Regular", lo que demuestra que el usuario tiene una buena percepción de los medios pero que existe un porcentaje que está descontento con el servicio de los medios de comunicación. Además se debe mencionar que en muchos casos los usuarios manifestaron desconocer algunos de estos medios.

8. La puntualidad del personal técnico para presentarse en el domicilio del usuario a realizar el servicio técnico es:

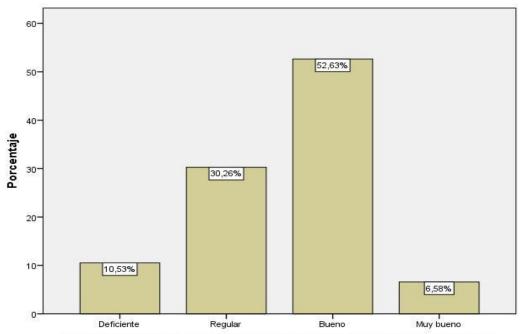


Figura 14. Puntualidad del personal técnico para presentarse en el domicilio del usuario a realizar el servicio técnico

La percepción de los usuarios respecto a la puntualidad del personal técnico para presentarse en el domicilio del usuario a realizar el servicio obtuvo un porcentaje de calificación del 52,63% como "Bueno" y en segundo lugar con el 30,26% "Regular", manteniéndose la tendencia de estos dos valores como en el resto de las preguntas. Sin embargo, se presente un 10,53% de deficiente lo que debe tomarse en consideración para el estudio.

 La prestación del servicio por parte del personal técnico en cuanto a tiempo de ejecución es:

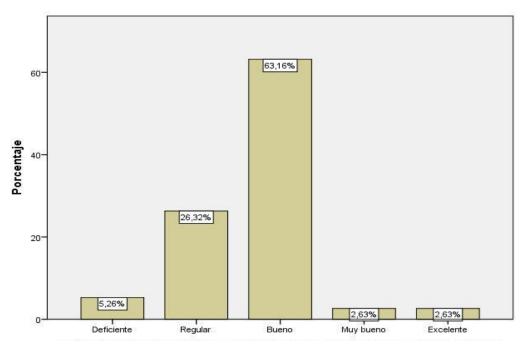


Figura 15. Prestación del servicio por parte del personal técnico en cuanto a tiempo de ejecución

Se observa que el 63,16% del total de los encuestados afirman que el tiempo de ejecución del servicio es "Bueno", seguido de un porcentaje del 26,32% como "Regular". Ambas calificaciones se mantienen por lo que se mientras que "Deficiente" muestra un ligero incremente a tomar en cuenta.

 La facilidad de comunicación con el personal técnico que lo atendió (información sobre el servicio realizado).

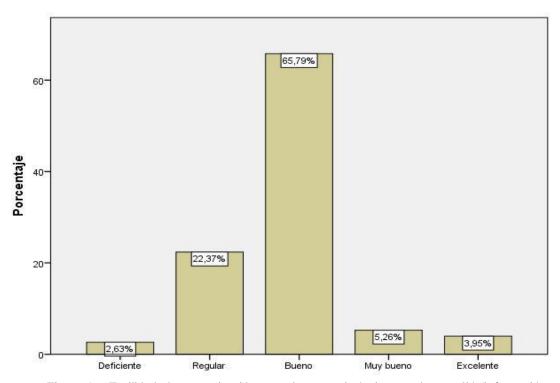


Figura 16. Facilidad de comunicación con el personal técnico que lo atendió (información sobre el servicio realizado)

La respuesta más frecuente frente a la facilidad de comunicación con el personal técnico fue "Buena", correspondiente al 65,79% del total de las respuestas; seguido a esta calificación se ubican en segundo lugar las valoraciones de "Regular" y "Muy Bueno" con un porcentaje de participación del 22,37% y 5,26% respectivamente. El Nivel de calificación "Deficiente" es mínimo, tan solo del 2,63%.

11. La amabilidad y respuesta en la atención del personal técnico.

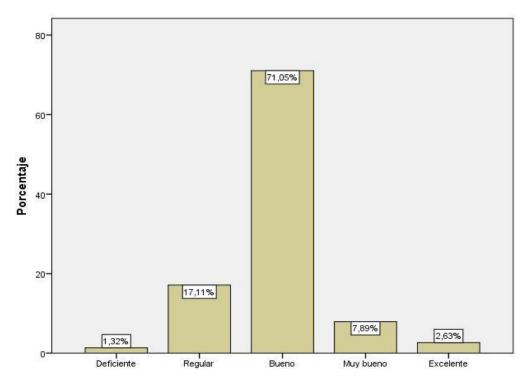


Figura 17. Amabilidad y respuesta en la atención del personal técnico

Teniendo en cuenta que la calificación correspondiente a "Bueno" es la más alta, es muy importante resaltar que el 71,05% de los encuestados respondió con esta valoración, así como también un porcentaje del 17,11% calificó como "Regular" el respeto y la amabilidad en la atención del personal técnico. El porcentaje de participación en la calificación correspondiente a "Deficiente", resulta bajo con relación a las preguntas analizadas anteriormente.

12. En líneas generales, la competencia técnica del personal operativo (Conocimiento, experiencia y habilidades necesarias para la prestación del servicio).

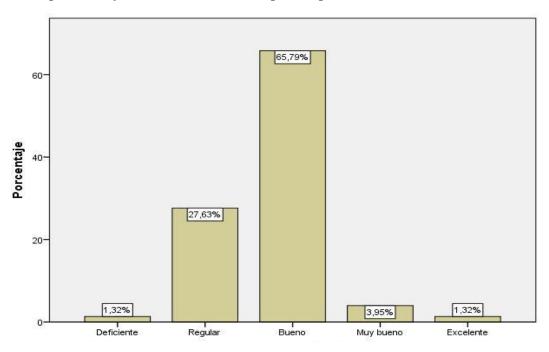


Figura 18. En líneas generales: la competencia técnica del personal operativo (Conocimiento, experiencia y habilidades necesarias para la prestación del servicio)

Se evidencia que la calificación con mayor participación en las respuestas a las preguntas anteriores fue la correspondiente a "Bueno", y en esta pregunta con una participación del 65,79%, seguida de la calificación "Regular" con un porcentaje del 27,63%. En este punto se observa que un poco más de la mitad de los encuestados califican de Bueno la competencia técnica del personal operativo.

13. El funcionamiento general de los servicios prestados por la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

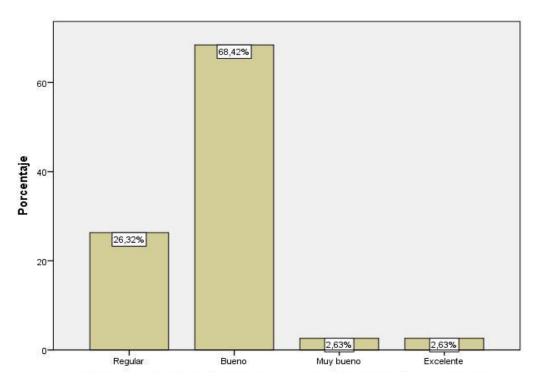


Figura 19. Funcionamiento general de los servicios prestados por la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

La respuesta más frecuente corresponde a la calificación "Bueno" con un nivel de participación del 68,42%, seguida de la calificación "Regular" con un porcentaje del 26,32%.

En conclusión el resultado de la encuesta es positivo pero no el óptimo y concuerda con los resultados obtenidos en el resto de preguntas específicas ya que siempre se mantuvo la constante de que las respuestas con mayor nivel de participación corresponden a las calificaciones "Bueno" y "Regular".

El nivel de participación de la respuesta correspondiente a la calificación "Deficiente" alcanzó un máximo de 10,53% en la puntualidad del personal técnico para presentarse

en el domicilio del usuario. Por su parte la calificación de "Excelente" alcanzó un 3,95% en la pregunta sobre la facilidad de comunicación con el personal técnico que lo atendió (información sobre el servicio realizado).

La encuesta que se realizó tiene una pregunta N° 15 que fue una pregunta abierta donde se pedía al encuestado realizar sus comentarios sobre los problemas del servicio de la empresa. Se trató de tabular las respuestas y estas quedaron de la siguiente manera:

Tabla 4
Servicios Problemas del servicio de la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac

Causas de los problemas	Número de Quejas
Problemas con la señal en algunos canales y ruido visual	26
Calidad de atención del personal	10
Mejorar la calidad de los canales	9
Desconeccion total de señal	4
Muchos canales religiosos	4
Costo del servicio	2
Servicios adicionales	2
Total	57

Nota: Fuente: Respuestas de la encuesta realizada a los usuarios de las zonas de Cartavio, Chiquitoy y Santiago de Cao durante el mes de agosto del 2018.

Respecto a la relación entre las variables se aplicó técnicas de correlación de para determinar la incidencia de los procesos operativos con el grado de satisfacción del cliente de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC.

Respecto a las variables:

X: Incidentes en los procesos operativos, se contó el número de servicios de mantenimiento que se realizaron durante los meses de Agosto a Diciembre del 2018

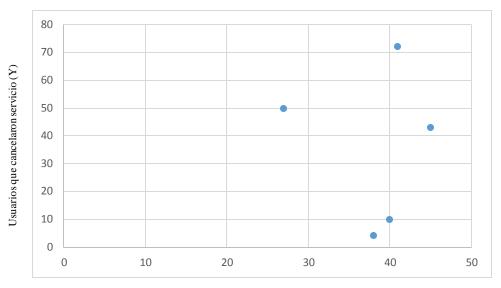
En el caso de la variable

Y: Grado de satisfacción de los clientes, se tomó en cuenta el número de usuarios que cancelaron su contrato con la empresa.

Tabla 5

Correlación

	N° de servicios por fallas técnicas realizadas en el mes (X)	Usuarios que cancelaron servicio (Y)
Agosto	27	50
Septiembre	41	72
Octubre	38	4
Noviembre	45	43
Diciembre	40	10



 N° de servicios por fallas técnicas realizadas en el mes (X)

Figura 20. Correlación de variables

En el diagrama de dispersión se puede observar que la correlación entre las dos variables es nula (r=0). Por lo que se puede inferir que no hay relación entre el número de servicios por fallas técnicas que y la cantidad de usuarios que cancelaron sus contrato con la empresa.

3.2 Discusión de resultados

Ante de detallar los resultados de la encuesta es importante comentar que el manejo de la base de datos de la empresa no se encuentra debidamente actualizada y que en muchos casos se registraron duplicidad de domicilio de los usuarios, usuarios que ya no usan el servicio y usuarios que se negaron a realizar la encuesta.

Con respecto al análisis con las herramientas de gestión que se basaron en la observación y toma de datos, se obtuvieron resultados que contrastan con los resultados de la encuesta. Se encontró que el personal tiene poca capacitación, demoras en el proceso de mantenimiento, no tiene conocimientos de los objetivos y metas de la empresa, no hay un buen control de los trabajos es decir una medición y los procesos no son documentados, falta de organización, la infraestructura es deficiente y la oficina necesita mejorar en orden y limpieza.

Además se determinó que los principales problemas que son motivo de quejas por parte de los clientes son: relacionados con fallas en la señal de algunos canales de televisión, calidad de la atención del personal, y mejora de la calidad de los canales. Los datos de los tres problemas que se trabajaron en el diagrama de Pareto se sacaron de una de las preguntas (N° 15) de la encuesta que se aplicó a los usuarios.

En lo que se relaciona al proceso operativo se detectó que si bien no hay muchos pasos para la ejecución de estos, existen demoras en la atención de los clientes debido a una deficiencia en el personal, pues no hay abasto con los técnicos que atienden todos los requerimientos de servicios.

Para el primer problema detectado en la pregunta 15 que nos refiere a la señal en algunos canales y ruido visual, la propuesta es de mejora de la infraestructura, pues es un tema completamente técnico.

Alvarez Carla y de la Jara Paula (2012) hablan sobre la facilidad de hacer cambios en la infraestructura, vinculado a las modificaciones en la línea de producción que se tendrían que llevar a cabo para solucionar un determinado problema. Su tema de estudio habla sobre la mejora de procesos de una empresa embotelladora, sin embargo es importante confrontarlo a pesar de no ser una empresa de servicios porque se utilizan procesos. En nuestro caso aquí sería importante revisar todo el cableado y las centrales o cabeceras que hay en los centros poblados para poder hacer una evaluación sobre los costos y beneficios de implementar este cambio.

Con respecto a la calidad de la atención del personal el problema se debe a que no existe un programa de capacitación del personal y que la presencia de la administración en la filial de Cartavio es casi nula. Según se pudo observar, el administrador va 1 vez al mes a reunirse con su personal y la mayoría de veces solo hace coordinaciones con la secretaria que hay en la filial. Al respecto Duran Sara (2015) menciona que el principal problema de la atención al cliente que genera la mayor cantidad de reclamos es porque se demora mucho en la atención, algo que también puede ser tomado en cuenta. Pero también menciona los factores que influyen en la calidad del servicio

Los atributos que se deberán considerar para enfocar nuestra mejora de procesos serán: La fiabilidad: significa que la empresa deberá prestar el servicio adecuadamente, en el momento preciso y cumpliendo con los acuerdos pactados.

La responsabilidad: significa que la empresa deberá demostrar que se preocupa por proporcionar el servicio ofrecido y responder los problemas del cliente.

Credibilidad: Implica veracidad, honestidad y seguridad de ofrecer el servicio que el cliente requiere.

Mejora de la calidad de los canales, se refiere al producto que se entrega, este punto es el tercero de los problemas que se presenta. Aquí las quejas se sustentan en que el cliente paga por un servicio de calidad y con contenidos de su interés. Sería importante que la empresa regularmente realice sondeos entre sus usuarios sobre las preferencias de contenidos televisivos que se les ofrece.

Ventura Rafael (2012) Comenta que el contenido de los programas está en función de los precios que están dispuestos a pagar los usuarios que contratan el servicio: Se puede diferenciar los intereses que tienen las televisiones de señal abierta y las televisiones de pago referente a los contenidos. Las primeras, basan toda su financiación en la publicidad. Por este motivo, están interesados en contenidos generalistas y capaces de facilitar unas cuotas de audiencia muy elevadas.

Los contenidos de la televisión de pago justifican la contraprestación económica del espectador. La cuota de audiencia no es significativa, sino el número de abonados interesados en pagar por recibir el servicio. En este sentido, la especialización de la oferta televisiva es una alternativa a los contenidos generalistas de la televisión en abierto.

Sobre este contexto se debería realizar un análisis si es factible especializar el contenido debido a que el coste de los paquetes televisivos muchas veces es muy alto y no va acorde al tarifario que se cobra a los usuarios.

Con respecto a la encuesta, esta contó con 14 preguntas cerradas que se han tabulado y 1 abierta para ver las opiniones de los usuarios sobre la satisfacción en la atención al cliente.

Como se ha observado todas las preguntas tienen a la categoría "Bueno" como la principal respuesta seguido de "Regular". Esto nos indica que el usuario puede estar de acuerdo con el servicio que ofrece el área operativa pero que no le parece el mejor que podría tener y que podría satisfacer sus expectativas.

Es importante mencionar que el servicio del área operativa se ha tomado desde la atención al cliente que se da en la oficina de la empresa donde se recepcionan las solicitudes de los usuarios para que luego estos sean dirigidos al personal operativo que se encargan de servicio técnico.

Para llegar a "Muy bueno" y "Excelente", se debe tomar en cuenta estas observaciones e implementar una mejora continua para así reducir ese "Regular" y tener mejor respuesta por parte del usuario.

La pregunta 15 nos presenta punto muy importante donde señala que: la señal en algunos canales y ruido visual, calidad de la atención del personal y mejora de la calidad de los canales, son las tres principales causas de porque el servicio de la empresa tenga problemas con sus usuarios. Sin embargo, la pregunta 15 se presenta con un grado de contradicción respecto a las 14 preguntas cerradas. Se podría suponer que el porcentaje de Regular que presentan muchas preguntas representa a los 3 principales problemas que la pregunta 15 revela y que impediría que la categoría Bueno llegue a un 100% o que llegue a Excelente. Por tal motivo se pone en discusión los puntos referidos a esta pregunta.

Con respecto al análisis correlacional de variables, los datos fueron facilitados por el administrador de la empresa y en ellos se puede observar que a pesar que hay

deficiencias en la atención del servicio técnico, la cantidad de clientes no varía en función al número de los incidentes presentados por el área operativa, es decir no hay relación entre los incidentes en los procesos operativos y el grado de satisfacción del cliente. Sin embargo se presentan variaciones mes a mes en el número de cancelaciones de contrato con la empresa lo que presupone la presencia de otros factores que estén influyendo y que la empresa haya omitido al momento de la entre ga de datos.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

La actual política económica exige a las empresas ser adaptables a los cambios, razón por la cual es necesario que constantemente analicen sus procesos y puedan mejorarlos, para poder ser competitivas y sobrevivir en el medio. Una forma de analizar sus procesos es a través de indicadores de productividad que les dan las pautas para ver cómo van sus procesos y en qué deben poner mayor énfasis para lograr una mayor ventaja competitiva en el medio,

De acuerdo a los análisis realizados en la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac, se llega a la conclusión que la empresa necesita definir sus objetivos y su plan estratégico anual, para así tener un mejor control de sus procesos y un mejoramiento continuo de ellos.

Se detectó que existen deficiencias en el área operativa de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC, pero que sin embargo no influyen en la satisfacción del cliente y por lo cual las razones de la cancelación de contratos se deberían a otros factores.

Las deficiencias detectadas en el área operativa están relacionadas con: la falta de trabajo en equipo, la poca formación de los trabajadores por la falta de capacitación, la falta de supervisión en los procesos, la mala distribución de los procesos, la falta de orden y limpieza.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda a la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac, evaluar sus objetivos como empresa, y asumir el compromiso de implementar un plan estratégico para poder tener un mejor control de todos sus procesos.

Se sugiere a la empresa asumir dentro del plan estratégico a la mejora continua y hacerla parte de su cultura, aceptar compromisos respecto a mejoras de sus procesos que involucren cambios en infraestructura y personal. Además, programación de reuniones periódicas con todo el personal del área para hacerles conocer los avances y resultados de las implementaciones y obtener de estos sus sugerencias.

Se recomienda a la empresa tener un mejor control documentario de procesos para poder mejorar su base de datos que sirva para poder analizar sus procesos y aplicar estrategias de mejora de la calidad.

Se sugiere a la empresa Telecable Chiclin Del Valle Sac, aplicar la metología de las 5 "s" para el logro de los objetivos de la empresa. Esto como una parte integral junto con el Ciclo de Deming permitirá una mejora de la calidad del servicio de la empresa.

REFERENCIAS

- Acosta, A. (2017). "Diagnóstico y Mejora de Procesos en la Afiliación de Comercios al Servicio de Comercio Electrónico en una Empresa de Medios de Pago". Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Alvarez, C. y De la Jara, P. (2012). Análisis Y Mejora De Procesos En Una Empresa Embotelladora De Bebidas Rehidratantes. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1588/ALVAREZ_C ARLA DE LA JARA PAULA MEJORA PROCESOS BEBIDAS REHIDRATA NTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andina (2010). "Más de 200 empresas ofrecen televisión por cable en Perú pero muchas requieren elevar calidad de servicio". Recuperado de http://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=294871
- APTC (2014). Asociación Peruana de Televisión por Cable. Recuperado de http://aptcperu.org/
- Cerna, E., Pérez, R. (2018). "Constitución del Grupo de Investigación sobre TV
- Colombia Digital (2010). "Los cinco teleoperadores más grandes del mundo". Recuperado de https://colombiadigital.net/opinion/columnistas/los-numeros-de-las-tic/item/387-los-cinco-operadores-de-telecomunicaciones-m%C3%A1s-grandes-del-mundo.html
- Cuatrecasas, Ll. (2012). "Organización de la Producción y Dirección de Operaciones".

 Madrid. Editorial Diaz de Santo S.A.

- Digital de la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas". Recuperada de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/581475
- Durand Yucra, S. (2015). Propuesta de mejora de procesos en el área de servicio técnico de una empresa de venta de equipos médicos. Recuperado de https://repositorioacade.nico.upc.edu.pe/handle/10757/581757
- Evolución Medios (2017). "La televisión por cable". Recuperado de https://evolucionmedioscom.wordpress.com/la-television-por-cable/
- Forrest, W., Breyfogle III., James, M., Cupello & Becki M. (2001) "Gestionando Seis Sigma". New York, USA. Editorial Wiley-Interscience.
- Jara, K. (2017). "Implementación de Tablero de Control de Gestión para Toma de Decisiones en una Empresa de Servicios Generales". Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Maggi Silva, J. (2014). Propuesta de un modelo de mejora continua en el proceso de transporte, almacenamiento y disposición final del aluminio residual de la empresa ECuapar en la elaboración de quemadores y planchas freidoras, basados en la integración de las normas ISO 9001 e ISO 14001. Recuperado de https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7429
- Martínez, G. (2010). "Procedimientos para la Mejora de la Calidad en Servicios de Asistencia Técnica". Instituto Politécnico Antonio Echevarría, La Habana, Cuba.
- Montgomery, D. (1995). "Diseño y Análisis de Experimentos". Mexico. Editorial LIMUSA SA.

- Ocrospoma. (2017). Aplicación Del Ciclo De Deming Para Mejorar La Productividad En El Área De Producción De La Empresa Tecnipack S.A.C, Ate- 2017. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1711/Ocrospoma_SIS.pdf?seque nce=1&isAllowed=y
- OSIPTEL (2016). Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones.

 Recuperado de https://www.osiptel.gob.pe/
- Parra, C., Negrin, E., & Gómez, O. (2009). "Procesos de servicios: tendencias modernas en su gestión". Recuperado de http://ebookcentral.proquest.com
- Reyes Lozano, M. (2015). Implementación Del Ciclo De Mejora Continua Deming Para Incrementar La Productividad De La Empresa Calzados León En El Año 2015. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/181/reyes_lm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ríos, F. (2006). "La Dirección de Operaciones de Servicios". Recuperado de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/323260
- Summer, D. (2006). Administracion de la Calidad. Recuperado de https://libros-gratis.com/ebooks/administracion-de-la-calidad-donna-c-s-summers/
- Tayasco Cabrera, G. (2015). Análisis Y Mejora De La Capacidad De Atención De Servicio De Mantenimiento Periódico En Un Concesionario Automotriz. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6187/TASAYCO_G
 <a href="http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6187/TASAYCO_ABANALISIS_MEJORA_CAPACIDAD_ATENCION.pdf?sequence=1&is
 <a href="http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6187/TASAYCO_ABANALISIS_MEJORA_CAPACIDAD_ATENCION.pdf?sequence=1&is

Ventura Fernández, R. (2000). La Televisión Por Cable En España. Análisis Y Formulación De Estrategias Para Los Nuevos Operadores De Cable. Recuperado de http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16282395.pdf

Vergara Levano, A. (2017). Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en el canal de ventanilla en una agencia bancaria. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621717

ANEXOS



Figura 21. Frontis de la Oficina de la empresa Telecable Chiclin del Valle SAC. en Cartavio

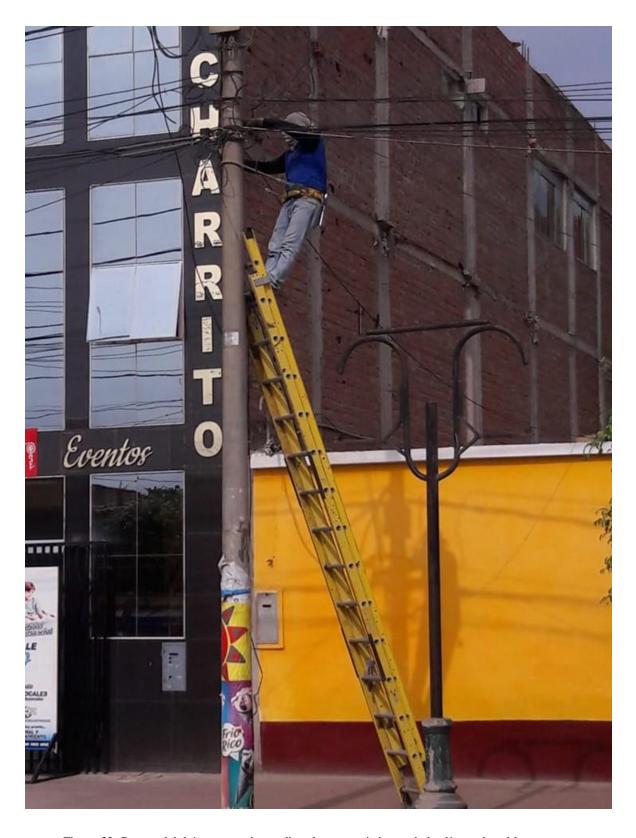


Figura 22. Personal del área operativa realizando mantenimiento de las líneas de cable.

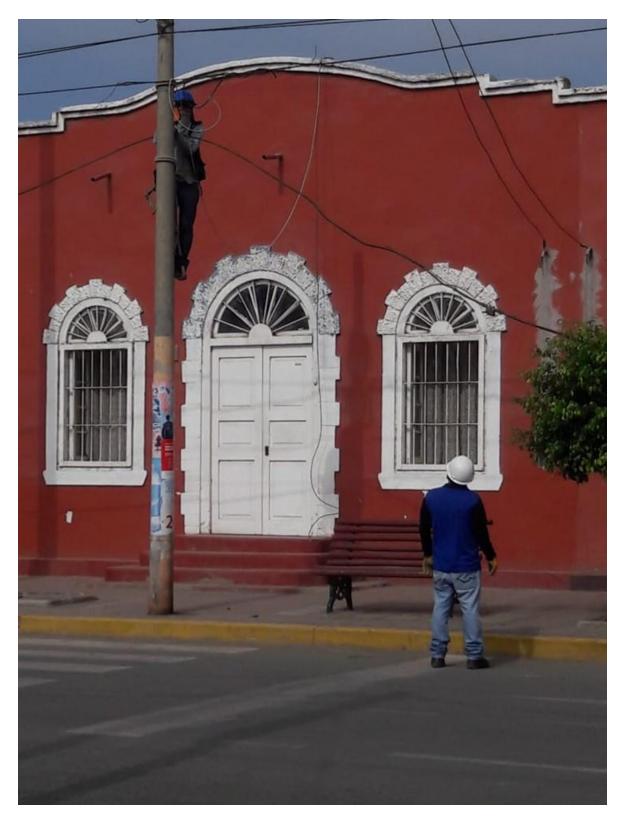


Figura 23. Supervisando los trabajos de mantenimiento.