UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de El Oro.

MORA SISALIMA KAREN XIMENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MACHUCA TERREROS ERICKA DANIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MACHALA
2021

UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de El Oro.

MORA SISALIMA KAREN XIMENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MACHUCA TERREROS ERICKA DANIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MACHALA
2021

UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

Análisis del talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de El Oro.

MORA SISALIMA KAREN XIMENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MACHUCA TERREROS ERICKA DANIELA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ROMERO BLACK WILTON EDUARDO

MACHALA
2021

Proyecto Integrador

ORIGINALITY REPORT

7%	7%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ean.edu.co Internet Source	2%
2	revistas.unal.edu.co Internet Source	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	1%
4	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Student Paper	1%
5	www.eumed.net Internet Source	<1%
6	www.coursehero.com Internet Source	<1%
7	hdl.handle.net Internet Source	<1%
8	Submitted to Universidad Continental Student Paper	<1%
9	Submitted to Universidad de Murcia Student Paper	<1%

10	www.clubensayos.com Internet Source	<1 %
11	repositorio.unap.edu.pe Internet Source	<1 %
12	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	<1 %
13	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	<1 %
14	www.itson.mx Internet Source	<1 %
15	Rafael Ignacio Pérez-Uribe, Solange Dianira Jordan Bustamante, Carlos Salcedo -Perez. "chapter 7 The Impact of the Work Environment on Innovation and Business Sustainability in SMEs", IGI Global, 2021 Publication	<1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 15 words
Exclude bibliography	On		

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, MORA SISALIMA KAREN XIMENA y MACHUCA TERREROS ERICKA DANIELA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Análisis del talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de El Oro., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las dispociones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

MORA SISALIMA KAREN XIMENA
0750599094

MACHUCA TERREROS ERICKA DANIELA
0704737162

TEMA DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DEL TALENTO HUMANO Y SU GESTIÓN EN LA INNOVACIÓN DEL SERVICIO DE GOLD CABLE EN LA PROVINCIA DE EL ORO

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objeto del Problema

El objeto de problema trata de evidenciar cómo funciona el recurso humano que colabora en la empresa, a fin de determinar, sus competencias laborales, para el desarrollo de la gestión de la innovación de la empresa Gold Cable, debido a que la empresa tiene cobertura en los cantones de Atahualpa, Marcabelí y las Lajas , y hemos la necesidad de mejorar nuestros servicios, porque la cobertura del Cable es eficiente, es necesaria la introducción a mejorar la innovación de estos servicios para que de esta manera los clientes se vean satisfechos.

El problema de investigación

En la presente investigación el problema deriva en que, si la gestión del talento humano en la empresa influye en la innovación del servicio de televisión por cable, es por ello que, sin duda alguna, el recurso humano es el responsable de que las metas y objetivos de la empresa se cumplan. Montoya y Boyero (2016) mencionan que los empleados son los que dan sentido a la organización ya que estos son los que le dan uso a los recursos con los que cuenta, logrando de esta manera las metas organizacionales. Debido a que no importa cuán equipada en tecnología este la empresa, si no tiene empleados competentes y eficientes al momento de la ejecución de las tareas, esta empresa no logrará el éxito.

A lo largo del tiempo se logró identificar dos posturas bien definidas, la primera alega que la satisfacción laboral depende de situaciones internas y externas y en cambio la segunda menciona que solo depende de la personalidad y estado psicológico del trabajador. Ambas posturas han sido objeto de críticas argumentando diferentes alegatos como el escaso desarrollo y ejemplificación de cada una de ellas (Pujol-Cols y Dabos, 2018).

En el estudio realizado por Haukness 1999 quien se dedicó al análisis de empresas interrelacionadas las cuales se dedican al mismo sector en Noruega, se encontró que el

aprendizaje que recepta el talento humano junto con la capacidad de transformación de información son los principales puntos en la innovación de las empresas, de tal manera existiendo un fuerte lazo entre estas dos variables (Becerra y Álvarez , 2011).

En España los procesos de innovación se vienen aplicando desde hace un tiempo atrás, debido a que buscan saber los procesos de innovación que llevan las empresas, estos indicadores varían a través de los años debido a las diferentes metodologías que se aplican. En el sector de servicios la innovación no se ve considerablemente buenos ya que solo de un 9 al 19% aplican innovación en sus empresas, ya sea en el mejoramiento del servicio o en la presentación del mismo (Instituto Nacional de Estadistica, 2019).

En el estudio realizado por la OCyT 2019 en Colombia, el 75% de las empresas de servicios de televisión resultaron no ser innovadoras en ningún sentido, en cambio un 18.9% resulto haber introducido innovación a nivel de empresa o tan solo a nivel del territorio colombiano, y tan solo un 3% reflejaron ser potencialmente innovadoras de las cuales 16 de ellas se proyectaron con innovación a nivel internacional de forma efectiva. En Colombia las empresas de servicios usualmente para el proceso de innovación utilizan financiación propia y pocas veces hacen uso de préstamos financieros y su talento humano se ve directamente relacionado.

Saglimbeni y Campoverde (2017) señalan que en los años 2012 y 2013 la industria de la televisión por cable tuvo un incremento del 44,9% existiendo un total de 253 proveedores a nivel nacional en ese entonces. En la actualidad, el ecuador tiene alrededor de 265 proveedores de televisión por cable (TCF) y 5 proveedores de televisión satelital (DHT) con un punto de penetración del 17,88% para el segundo trimestre del 2021.

Según SIETEL – ARCOTEL (2021) en el recorte de junio del 2021, dio a conocer que, en la provincia de El Oro, con cobertura en las ciudades de Atahualpa, Marcabelí y las Lajas, existen cinco proveedores de televisión por cable, entre los cuales se encuentra el objeto de estudio Gold-Cable. Esta empresa consta con alrededor de 947 subscriptores que se han incrementado mensualmente, es por ello que se busca innovar el servicio para mejorar la experiencia del consumidor, mediante la gestión del talento humano.

Justificación

La gestión de recursos humanos en la organización está orientada a lograr la adecuada distribución de personal, es decir, se analiza, reflexiona y formula políticas orientadas al capital humano en un sentido cuantitativo y cualitativo de la forma en la que lo amerite. Por lo tanto, desde un punto de vista analítico, el campo de la gestión del talento puede hacer una contribución significativa al desempeño de la empresa al generar y mantener una ventaja competitiva siendo este un aspecto de desarrollo a nivel mundial. Tal como lo menciona Pantoja-Kauffmann (2019) que las empresas que tienen alto desempeño en el campo de la gestión de talento humano son aquellas que poseen estructuras flexibles y tienen prácticas innovadoras de gestión de personal.

La innovación resulta ser un potenciador de competitividad y ventaja competitiva dentro de las pymes ya que mediante esta se diferencia en el mercado. Estableciendo así que la gestión de la innovación abarca diferentes puntos desde las perspectivas analíticas y dinámicas permitiendo de esta forma que la organización pueda elevar su nivel de desarrollo. Por lo tanto, está influenciada de diferentes maneras, entre las cuales se señala al conocimiento intelectual como el principal acreedor de la capacidad intelectual (Iglesias et al., 2018).

La gestión de recursos humanos se considera una herramienta que aumenta la competitividad y contribuye al proceso de innovación, permitiendo así a las empresas elevarse a nuevas alturas en el mundo empresarial, logrando así sus objetivos. De tal manera que fomentar y reconocer el trabajo diario de los empleados le ayudará a responder positivamente a las necesidades y procesos organizativos implicados en el desarrollo y la innovación. Siendo de conocimiento que el principal objetivo de las empresas de bienes y servicios es alcanzar el éxito y no desaparecer del mercado en el corto plazo (Yepes, 2019).

Ahora bien, Jara et al. (2018) señalan que es de conocimiento que las empresas deben tener por lo menos un líder para que sirva de guía y que realice los esfuerzos necesarios para el bienestar de la empresa. Por lo que gestionar el talento humano consistirá en mantener un enfoque estratégico hacia un grupo de personas que requieren de directrices para desempeñar sus actividades o que quieran aportar nuevas ideas que sean innovadoras en el mercado.

En todo caso la gestión de recursos humanos ha mostrado ser un desafío en las empresas debido a las diferentes prácticas de liderazgo que manejan los gerentes. Se ha demostrado que el comportamiento y actitud del gerente influye en la perdurabilidad que tiene la empresa en el mercado. Por lo tanto, es esencial comprender el tipo de liderazgo que adopta un gerente debido a que de esto puede garantizar que las personas estén motivadas a lograr resultados en la empresa (Aguirre et al., 2017).

A partir de una buena gestión del talento es que se lograría que estos desarrollen ideas innovadoras para los servicios que se quieran proporcionar en las empresas. La puesta en marcha de nuevas ideas hará que la empresa se vuelva más competitiva en el mercado debido a que revoluciona el servicio. Innovar el servicio en Gold cable implica el desarrollo de nuevas propuestas de cobertura de televisión las cuales pueden constar de no solo de televisión por cable, sino satelital, o por fibra óptica.

Objetivos de la Investigación.

Objetivo general

Analizar el comportamiento organizacional del talento humano de la empresa de servicios Gold Cable.

Objetivos específicos

- Diagnóstico del comportamiento organizacional en las empresas de servicios.
- Describir un modelo de manejo del talento humano para las empresas de servicios.

CAPITULO II: DESARROLLO DEL PROYECTO

Marco teórico

Gestión del talento humano

El talento humano es conocido como aquel activo que procura el mejoramiento continuo en sus actividades, siendo de tal manera un medio clave para la puesta en acción de los objetivos que tenga planeado la institución además de buscar posibilidades de mejorar la competitividad organizacional (Moreno y Dueñas, 2018).

La Gestión del Talento Humano hace referencia a todas aquellas actividades menos dependientes de los jefes o encargados además se señala la importancia de la participación activa de todos los empleados en la empresa; debido a que, ya no hablamos de los

empleados de la empresa, sino del capital humano que directamente contribuirá al éxito y reconocimiento de la empresa. Por tanto, el factor más importante de una organización son sus empleados, lo que motiva señalar la importancia del talento humano en la organización (Miranda , 2016).

Innovación

El termino innovación, no es algo de la actualidad, sino, es un tema que se ha discutido por mucho tiempo, y esta se centra en identificarla, generar y lograr su aplicación efectivamente en la empresa debido a que cada organización cuenta con una cultura totalmente diferente. Por eso, lograr una innovación en la empresa no se ha considerado un problema sino el coste que implica aplicarla o el tiempo en el que se puede desarrollar su implantación en la cultura de la organización. Además, el autor explica que la innovación tiene como objetivo principal, el de lograr un desarrollo comercial en el público en el que se ofrece el servicio, haciendo de tal manera que tenga un peso mayor las estrategias o estudios del cliente a la generación de ideas (Haro et al., 2017).

Cabe señalar que la innovación en las organizaciones en los últimos años se ha convertido en un tema muy importante debido a que solo se consideran competitivas aquellas empresas que son capaces de innovar, de dar a reconocer el valor de estas innovaciones y ofrecer nuevas cosas y de tal manera pueden sobrevivir en la actualidad.

Capacidad de Innovación

La capacidad de innovación se ha venido considerando como un medio importante para ser competitivo en el mundo de los negocios. La innovación les ofrece a las empresas ventajas estratégicas, como la reducción de costos, la diferenciación mediante el desarrollo de nuevos productos y servicios y el aumento de la calidad; si no hay innovación, no se podría hablar de crecimiento y competitividad (López et al., 2017). Las capacidades de innovación pueden definirse como un conjunto de características de las organizaciones, entendidas como habilidades o competencias que mejoran la competitividad mediante una gestión adecuada (García et al., 2014).

Innovación en servicios

La formulación del concepto de innovación en el sector de servicios es fundamental porque identifica los factores de éxito que una organización necesita para ser cada vez más competitiva y es objeto de investigación y desarrollo. Análisis de secuencia experimental y de campo. Teóricamente cuando hablamos de innovación en el sector de servicios, se cree que nos referimos a la innovación de productos y procesos en la

empresa, el sector y las industrias de servicios, esto puede significar un enfoque en el desarrollo de servicios nuevos y mejorados (Cardona et al., 2017).

Modelo de Gestión del Talento Humano

La gestión del talento humano (GTH) está conformado por diversos procesos los cuales contribuyen al éxito empresarial por medio del trabajo coordinado y en conjunto. Modelos como los de Miles y Snow, Arthur, Schuler y Jackson, Harper y Lynch y de Álvarez son definidos como modelos de gestión estrategia del talento humano. En cambio, modelos como los de Bueno y Morcillo, Dolan, Schuler y Valle, Gallego, Pérez, Arango, Pérez y Gil, Ortiz y Angulo, Henao y Londono y el más reciente de Martínez se reconocen como modelos específicos de gestión de talento humano en las empresas (Blanco y Vera, 2019) .

El foco de cualquier modelo de gestión, especialmente para las empresas, debe ser la cultura organizacional, representada y expresada por los hombres y mujeres que trabajan en ella. Las condiciones sociales, económicas y culturales del nuevo siglo hacen que las pequeñas y medianas empresas deban tener un alto grado de creatividad e innovación, adaptarse rápidamente a los cambios, sobrevivir y crecer. Para lograr este objetivo, deben contar con una fuerza laboral leal, bien capacitada y motivada para lograr la misión de la organización, pero al mismo tiempo, sienten que la organización está tratando de satisfacer sus deseos y expectativas más profundas (Blanco y Vera, 2019).

CAPITULO III: METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Metodología del proyecto

Para la realización del siguiente proyecto de investigación se va a seguir por una metodología descriptiva-seccional, bajo un método inductivo-deductivo. El método de recolección de datos que se empleará será la encuesta de satisfacción al cliente y una entrevista sobre la innovación de los servicios la cual será dirigida al gerente de la empresa de servicios Gold Cable.

Guevara et al., (2020) mencionan que es descriptiva ya que será la encargada de especificar las características de la población que se va a estudiar, en este caso la población a ser estudiada es la empresa de servicios de internet Gold Cable. Se describirá rasgos importantes del conjunto a estudiar, como el talento humano que la conforma,

utilizando criterios objetivos para establecer de esta manera el comportamiento del fenómeno a ser examinado.

El método inductivo-deductivo consta de dos etapas inversas como lo es la inducción y la deducción. El modelo inductivo es un método basado en inferencias que "permite pasar de un hecho particular a un principio general". Bernal, citado por Prieto (2017), especifica que consiste principalmente en estudiar u observar determinados hechos o experiencias con el fin de llegar a conclusiones que pueden o pueden extraerse de una base teórica.

Rodríguez y Pérez (2017) mencionan que el método deductivo, trata de pasar de un conocimiento general a otro en un nivel inferior de generalidad. La generalización es el punto de partida para hacer inferencias y llegar a una nueva conclusión lógica para un caso en particular. Se trata de buscar una solución particular a partir de una definición, principio, ley o universalidad general.

El uso del método inductivo-deductivo tiene un gran potencial como método primario de construcción de conocimiento fundamental, debido a que incluye parámetros externos del objeto de investigación por lo que se complementan mutuamente (Rodríguez y Pérez, 2017).

Instrumentos de Recolección de Datos.

Para esta investigación, se tomará como población a encuestar a los clientes que reciben el servicio de televisión por cable de Gold-Cable. Estos serán sometidos a un instrumento de recolección de datos denominado encuesta bajo la escala de Likert, la cual se identifica por ser un instrumento psicométrico en el cual consta de ítems que van desde el totalmente en desacuerdo, hasta el desacuerdo. A estos ítems se les da una valoración numérica que va usualmente desde el 1 al 5 (Matas, 2018).

Se conoce que la población serán los clientes, es por ello que en ARCOTEL se refleja que la empresa actualmente hasta el recorte del junio 2021 tiene 947 suscriptores, de lo cual se pretende determinar una muestra que sea proporcional a la población. Para la muestra se tomará en cuenta un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * (1 - P)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

$$n = \frac{947 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * (0{,}5)}{(947 - 1) * 0{,}05^2 + \ 1{,}96^2 * 0{,}5 * (0{,}5)}$$

$$n = \frac{909{,}4988}{2{,}3650 + \ 0{,}9604}$$

$$n = \ 274 \ clientes$$

Con estos datos, la muestra es de 274 clientes.

Otro instrumento que también se aplicará es la entrevista, estará se aplicará a solamente a la parte administrativa de la empresa que está conformada por 3 personas las cuales emitirán sus criterios para conocer cómo se gestiona la innovación en los servicios que brinda Gold Cable.

Se realizará también una encuesta sobre el desempeño laboral a las 10 personas que conforman el personal de la empresa Gold-Cable.

CAPITULO IV: RESULTADO Y DISCUSIÓN

Análisis de resultados.

Para el análisis de resultado se tomó en cuenta los tres instrumentos de recolección que se aplicaron. El primer instrumento se aplicó a 274 clientes de la empresa Gold Cable con el fin de saber la satisfacción al cliente. Se estructuró de 8 ítems que evaluaban diferentes aspectos de los cuales solo se toman en cuenta 4 ítems para su análisis.

Tabla 1

Los servicios de televisión por cable fueron de mi total satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	41	15,0	15,0	15,0
Moderadamente de acuerdo	197	71,9	71,9	89,9
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	31	11,3	11,3	98,2
Moderadamente en desacuerdo	4	1,5	1,5	99,6
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

En la tabla 1 se analizó la satisfacción de los clientes respecto si el servicio que reciben es de su agrado, dando como resultado que en un 71,9% se encuentran moderadamente de acuerdo con esta pregunta. Medir la satisfacción al cliente ayuda a la empresa a saber si los servicios que está ofreciendo satisfacen las necesidades de sus clientes y si estos no se sienten satisfechos, se debería procurar a innovar sus servicios mediante nuevas promociones o mejorando el servicio. La encuesta arrojo que el 1,9% no se encuentran satisfechos, para estos clientes se deberían replantear los paquetes promocionales que se les ofrece para que puedan encontrar el que más se adecue a sus necesidades.

Tabla 2

El servicio que recibí fue justo, en relación con el trato recibido por parte de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	77	28,1	28,1	28,1
Moderadamente de acuerdo	158	57,7	57,7	85,8
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	34	12,4	12,4	98,2
Moderadamente en desacuerdo	5	1,8	1,8	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

El segundo ítem que es presentado en la tabla 2, buscó conocer si el servicio que el cliente recibió por parte de los trabajadores fue de su agrado. El 57,7% dieron a conocer que se encontraban moderadamente satisfechos con el servicio y el 28,1% se hallan totalmente satisfechos. Esto dio a entender que el personal técnico y de oficina cumple con las expectativas que tiene el cliente al momento de recibir el servicio ya sea en la oficina o en su hogar. Por tanto, la gestión del talento humano es muy importante para conseguir la satisfacción y fidelización del cliente. Si a los empleados se les explica su papel en el proceso de satisfacción y lo que deben hacer, se les premiará, reconocerá y motivará, por lo que todos pueden actuar en la misma dirección (Manene, 2017).

Tabla 3

El servicio que recibí fue justo, en relación con el precio que se paga

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	79	28,8	28,8	28,8
Moderadamente de acuerdo	142	51,8	51,8	80,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	52	19,0	19,0	99,6
Moderadamente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a las encuestas realizadas los clientes manifestaron que en un 51,8% están moderadamente de acuerdo en lo que respecta al tema sobre si el servicio que reciben es justo con relación al precio que pagan. Para los servicios intangibles como la televisión por cable, el precio puede significar estándar de calidad, sin embargo, existen diferentes aspectos de calidad como el profesionalismo, servicio al cliente y reputación que llegan a proporcionar más seguridad al cliente (Martínez, 2016). Gold Cable se caracteriza por su bajo precio de $13 y con excelentes políticas de cobro que buscan favorecer a los clientes.

Tabla 4

¿Describirías de manera positiva el servicio que se ofrece el Gold-Cable?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	51	18,6	18,6	18,6
Moderadamente de acuerdo	184	67,2	67,2	85,8
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	36	13,1	13,1	98,9
Moderadamente en desacuerdo	3	1,1	1,1	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Tener una percepción positiva de la empresa ha sido uno de los aspectos más importantes que ha sabido mantener Gold Cable. En la tabla 3 se mostró que un 67,2% los clientes

describen que manera positiva el servicio que ofrece Gold- Cable. Siempre se ha considerado dentro de la gestión del talento humano que la satisfacción está determinada por la percepción del cliente sobre la calidad del servicio, por lo que es necesario asegurarse de que exista una relación entre la percepción antes mencionada y los atributos que brinda el servicio (Pérez et al., 2015).

Tabla 5

De cambiarse de domicilio, volvería a contratar el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	110	40,1	40,1	40,1
Moderadamente de acuerdo	137	50,0	50,0	90,1
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	22	8,0	8,0	98,2
Moderadamente en desacuerdo	5	1,8	1,8	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gold-Cable busca la fidelización de sus clientes, en la tabla 5 se muestra que en un 40% y 50% respectivamente, los clientes se encuentran satisfechos por lo que estos volverían a contratar el servicio si de cambiarse de domicilio se tratase. Sarmiento (2018) menciona que el mercado ha identificado que los parámetros como la satisfacción y la calidad percibida son los principales indicadores para poder lograr la fidelización de los clientes, es decir, empresas que tengan niveles de satisfacción y servicio del cliente alto, influirá en la fidelización.

Tabla 6

¿El equipo de servicio al cliente ha sido receptivo a sus preguntas y preocupaciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	64	23,4	23,4	23,4
Moderadamente de acuerdo	167	60,9	60,9	84,3
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	39	14,2	14,2	98,5

Moderadamente en desacuerdo	3	1,1	1,1	99,6
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 6, en un 84,3% los clientes de encuentran mediamente satisfechos con el servicio al cliente que dan los colaboradores de la empresa Gold Cable. Para mejorar este porcentaje, el gerente ha mencionado que se deberían implementar capacitaciones sobre el servicio al cliente para que los empleados aprendan a ser mas receptivos con las interrogantes que tengan respecto al servicio que se brinda.

Tabla 7

¿El servicio que recibió supero sus expectativas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	39	14,2	14,2	14,2
Moderadamente de acuerdo	174	63,5	63,5	77,7
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	54	19,7	19,7	97,4
Moderadamente en desacuerdo	6	2,2	2,2	99,6
Totalmente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Según Kotler mencionado por Rojas et al., (2020), las empresas más exitosas son aquellas que pueden entregar los servicios que esperan de sus clientes llenando o superando las expectativas. Estas empresas son conscientes de la llamada de satisfacción del cliente total (TSC), lo que implica no sólo satisfacen las necesidades del cliente, sino también a la solución de problemas de los clientes y hacen que se sientan bien. La empresa Gold-Cable presentó un 63,5% en cuanto a superación de expectativas se tratase, lo que quiere decir que aún le falta un poco para que los clientes estén 100% conformes con el servicio.

Tabla 8

Recomendare este servicio de televisión por cable a todos mis amigos y familiares

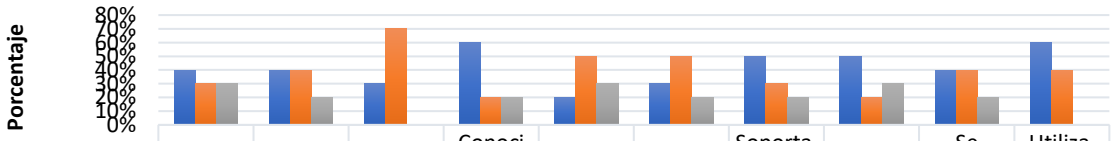
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	64	23,4	23,4	23,4
Moderadamente de acuerdo	160	58,4	58,4	81,8
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	49	17,9	17,9	99,6
Moderadamente en desacuerdo	1	,4	,4	100,0
Total	274	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Lograr mayor alcance de clientes, es uno de los aspectos mas importantes que la empresa sigue, con un porcentaje acumulado de 81,8% los clientes enfatizan que estos recomendarían el servicio a sus amigos o familiares, lo cual ayuda a tener más reconocimiento en el mercado lo cual repercute directamente en sus ingresos.

- **Evaluacion de desempeño al Recurso Humano**

Tabla 9 *Escala de evaluación de Desempeño Laboral para el Recurso Humano de la empresa Gold Cable*



	Aptitud permanente	Calidad de atención al cliente	Acepta cambios y direcciones	Conocimiento claro de los objetivos de la empre...	Cooperación en nuevos procesos	Planificación y organización en instalación	Soporta la presión y la tensión en el trabajo	Tiene una actitud de liderazgo	Se siente bien con el ambiente del trabajo	Utiliza todos los implementos técnicos en las...
Excelente	40%	40%	30%	60%	20%	30%	50%	50%	40%	60%
Muy bueno	30%	40%	70%	20%	50%	50%	30%	20%	40%	40%
Bueno	30%	20%	0%	20%	30%	20%	20%	30%	20%	0%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la escala de evaluación de desempeño que se aplicó al recurso humano de la empresa Gold Cable, los factores como la actitud, la atención al cliente y conocimiento de los objetivos persigue la empresa, son los más predominantes. La importancia de

efectuar la evaluación de desempeño ha venido siendo parte de las empresas para mejorar sus servicios, es por ello que estas se encuentran constantemente en evaluaciones para su personal con el fin de lograr aportes significativos para las metas de la empresa (Sánchez y Calderón , 2012).

En este caso Gold Cable goza de buen desempeño en los diferentes ámbitos evaluados. Por ejemplo, el 70% de ellos acepta los cambios y direcciones que se quieran implementar para el bien de la organización además de sentirse bien con el ambiente laboral que se maneja en el trabajo además de que el 50% de ellos coopera para la creación de nuevos procesos.

Tabla 10

¿Con que grado de instrucción de estudios cuenta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bachiller	2	20,0	20,0	20,0
Superior	7	70,0	70,0	90,0
Posgrados	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa Gold cable, se determinó que el 70% del personal posee un titulo universitario en el área que se desempeña, un 10% posee un posgrado que realizo con el fin de mejorar la asesoría legal en telecomunicaciones que brinda a la empresa, y por último la empresa también integra a un 20% en bachilleres que son los encargados en recaudar los pagos de los clientes de las diferentes cabeceras en la que se brinda el servicio.

Tabla 11

¿Usted tiene conocimientos y perfil que se considere oportuno reunir para el puesto requerido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	10	100,0	100,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Los colaboradores supieron manifestar en un 100% que estos tienen el conocimiento y el perfil adecuado para poderse desarrollar de manera oportuna en el puesto que se ha

requerido. Jara mencionado por López et al., (2017) afirma que los perfiles deben incluir todos los requisitos básicos que permitan el normal desarrollo de sus habilidades en el área de trabajo, además el profesional debe contar de conocimientos adicionales que sean complementarios a los que sean adquirido en la carrera, los cuales cuando se junta hacen que el rendimiento sea óptimo.

Tabla 12

¿Qué actitud toma ante un posible problema del trámite del cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pide ayuda o asesoramiento	10	100,0	100,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

La actitud frente a posibles problemas que se presenten con los clientes sobre los servicios que se ofrece refleja la forma en la que el personal enfrenta este tipo de dificultades. En un 100% de los trabajadores, manifestaron pedir ayuda asesoramiento o ayuda si se presenta alguna dificultad al momento de realizar el servicio al cliente. Estos resultados reflejaron que el personal tiene toda la predisposición para cumplir de manera eficiente su trabajo.

Tabla 13

¿Al momento de brindar atención al usuario, que aspecto considera de mayor importancia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Saludo	3	30,0	30,0	30,0
Atención oportuna	5	50,0	50,0	80,0
Cordialidad	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

El comportamiento del cliente al momento de realizar un reclamo o interrogante, es de los principales factores en los que se fijan los empleados que desempeñan el servicio al cliente. El 50% de ellos mencionan que la atención oportuna por parte del cliente es el mas importante seguido con un 30% que corresponde al saludo o la forma de pedir que tiene el cliente.

Tabla 14

¿Recibe usted capacitaciones por parte de la empresa "Gold-Cable"

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	6	60,0	60,0	60,0
No	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Las capacitaciones al personal se han determinado como una herramienta para la innovación y mejoramiento continuo en las empresas. Gold cable en un 60% recibe capacitaciones oportunas de acuerdo a las necesidades de capacitación que se presenten. El otro 40% menciono que no reciben capacitaciones y esto es debido a que no son necesarias para el desarrollo oportuno de puesto de trabajo, entre estos esta el asesor legal de telecomunicaciones.

- **Entrevista**

El último instrumento que se aplicó fue la entrevista dirigida al gerente de Gold Cable, en la cual se respondieron algunas interrogantes. Manifestó que la empresa esta lita para realizar innovaciones teniendo la certeza que estas afectaran de manera positiva a sus colaboradores ya que estas ayudarían a mejorar notablemente sus ingresos incentivándoles a mejorar sus capacidades de desempeño además de considerar a la gestión como el principio fundamental para operar en el mercado.

Ahora bien, si la integración de televisión satelital esta fuera de su alcance por ahora, enfatizan que se podrían aplicar el cambio a fibra óptica para poder brindar servicios como el internet y la telefonía IP.

En cuanto a la introducción de mejoras se trata, expresó que se pretende digitalizar a las cabeceras como la codificación y modulación, de esta manera ampliar su cobertura pudiendo beneficiar a más personas con el servicio ya que cuenta con paquetes accesibles acorde a las necesidades y gustos de los clientes.

Valoración de la Factibilidad

Para que un proyecto se considere viable debe tomarse en consideraciones las dimensiones técnicas, económicas, sociales y ambiental. Todo este conjunto ayudara a determinar si es bueno poner en marcha lo planteado.

Factibilidad Técnica

Ubicación del proyecto

El proyecto se desarrollará en la provincia del oro, teniendo como matriz la ciudad de pasaje en las calles 4 de agosto y 9 de mayo zona céntrica de la ciudad. Cuenta con tres sucursales en las que se dan los servicios de televisión por cable, estas son Atahualpa: 13 de Julio y 10 de agosto; Marcabeli: Manuel U. Gallardo e/ Servio Córdova y 30 de septiembre y Las Lajas: Cdla. Reina del Cisne, C2 y Sin nombre.

- **Tamaño del Proyecto.**

Ilustración 1 *Ubicación de Las Lajas*

Fuente: Google Maps (2021)

Ilustración 2 *Ubicación de Atahualpa*

Fuente: Google Maps (2021)

Ilustración 3 *Ubicación de Marcabelí*

Fuente: Google Maps (2021)

La factibilidad técnica se basa en considerar si la empresa cumple con factores como las herramientas, conocimiento y habilidades para realizar el proyecto. El gerente de Gold Cable manifestó que cuentan con toda la predisposición para realizar los cambios de innovación que se proponen, pasar de la televisión por cable normal, a dar el servicio por fibra óptica es lo que se considera como proceso de innovación.

Herramientas tecnológicas con las que cuenta Gold Cable:

Equipos activos	Amplificadores
	Minibridger
	Fuentes de poder
Equipos Pasivos	Taps
	Divisores
Equipos adicionales	Cable Coaxial
	Herrajería
	Cable RG 6

Otro factor con los que cuenta la empresa Gold Cable es con un personal debidamente con los conocimientos necesarios en su área para desempeñarse bien en su trabajo.

Perfiles Profesionales - Organigrama	
Gerente General	Ing. Henrry Mora
Departamento Legal	Abg. Paul Yungaicela (Área de Recursos Humanos)
	Dr. Sebastián Muñoz (Asesor Legal en Telecomunicación)
Departamento Financiero	Econ. Celia Sisalima (Operaciones y Finanzas)
	Ing. Silvina Rodríguez (Contabilidad y Auditoría)
	Ing. Jean Carlos Veintimilla (Ventas y Recaudación)
	Sr. Alejandro Cuenca (Recaudador)
	Sr. Santiago Ocaña (Recaudador)
Departamento Técnico	Ing. Electr. Telec. Bryan Machuca Sisalima
	Tecnólogo. Elian Mora (Auxiliar Técnico)
	Tecnólogo. Carlos Laca (Auxiliar Técnico)

Profesionales especializados en telecomunicaciones son los que se necesita para la implementación de un nuevo modelo tecnológico, en este caso, Gold Cable cuenta con un asesor legal en Telecomunicaciones el cual respalda la decisión de mejorar la conectividad mediante la aplicación de fibra óptica. Para la instalación de este servicio, se considera la contratación de personal técnico temporal especializado en este tipo de sistemas, debido a que el personal con el que se cuenta en la empresa, no ha recibido un curso de instalación de esta tecnología.

Factibilidad Económica

La factibilidad económica ayudará a determinar si el proyecto rentable de manera económica, en esta dimensión se toma en cuenta los costos, gastos y la cantidad de inversión que se incurrirá para implantar el sistema.

Para la implementación de la nueva infraestructura se incurrirán en gastos para la puesta del nuevo cableado, estos se establecerán mediante una proyección de ventas y la determinación de los gastos de instalación y de maquinaria.

Año 2019	$ 79 600
Año 2020	$ 75 000

La empresa facilito las ventas de los años 2019 y 2020 en los que se puede evidenciar una disminución en ventas que se debieron al inicio de la pandemia mundial, en la que algunos de los usuarios, no tenían dinero para solventar el gasto, y por esa razón decidieron desligarse del servicio.

El directivo manifestó que si están en posibilidades de tomar la iniciativa propuesta ya que económicamente lo pueden solventar.

Para ayudar al talento humano, se plantea nuevas capacitaciones que ayuda al manejo de la nueva tecnología que se quiere implementar, este curso solo se impartirá para el equipo técnico de la empresa. El curso de atención al cliente se implementará a la mayoría del personal para mejorar el servicio y el manejo de situaciones que se presenten al momento con los clientes.

Detalles de los gastos aproximados que se incurrirán en las capacitaciones

CAPACITACIÓN	COSTO	PERSONAS	TOTAL
Curso de Fibra Óptica GPON FTTH	$45,00	3	$135,00
Curso de Atención al cliente	$20,00	6	$120,00
Total			$225,00

El costo de las dos capacitaciones que se plantean implementar para mejorar los

conocimientos del recurso humano que conforma Gold Cable es del $225

Factibilidad Social

El segmento de mercado que se beneficiaría con la aplicación del proyecto Análisis del talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de el oro son todos los clientes de Gold Cable, ya que para ellos se realizan las innovaciones y gestiones en la innovación de los servicios.

Innovar los servicios permite potenciar las ideas en crecimiento positivo que contribuye al desarrollo empresarial, esto mejor cando se tiene un buen manejo de recurso primordial de la empresa como lo es el talento humano. Para los colaboradores, conocer de nuevas de nuevas tecnologías y procesos les beneficia profesionalmente por que de esa manera obtienen mas experiencia si desean postular para nuevos puestos en el ambiente laboral.

Factibilidad Ambiental

Aunque el sector de servicios, es uno de los que aporta más beneficios a la comunidad en cuanto a empleo y oportunidades para el desarrollo social, también es uno que genera mayor impacto ambiental. Con el crecimiento y el desarrollo tecnológico se hace necesario ampliar la infraestructura a fin de ofrecerle al mercado un servicio de calidad que visiblemente genera un impacto ambiental negativo. Dado que es necesario cambiar de equipos en ciertas fechas predeterminadas, estos equipos usualmente son módems, decodificadores o cables, por todo esto, es necesario un sistema de manejo de los desechos de los equipos que impactan fuertemente el medio ambiente. Las estrategias de publicidad en la industria alteran el paisaje y produce una contaminación visual importante, sumado a lo anterior se incrementa la contaminación ambiental con la emisión de dióxido de carbono, la acústica y aguas residuales y ruido.

Contrastación Teórica de Resultados

Desde la perspectiva teórica planteada sobre analizar el talento humano y su gestión en la innovación del servicio de Gold Cable en la provincia de El Oro se resalta que el proceso de innovación en el sector de servicios se caracteriza por desarrollar nuevos servicios o mejorarlos de diversas formas, haciendo uso eficiente de la base de conocimientos de la organización. Gold Cable mediante el talento humano, ha aprovechado para innovar sus servicios mediante la implementación de un renovado

servicio denominado televisión por cable de fibra óptica, este servicio no solo optimizará la calidad del servicio que se ofrece, sino que también mejorará la experiencia de recibirlo. Innovar el servicio que ofrece la empresa incrementara además la cartera de clientes, definiendo de tal manera un nuevo valor para el cliente.

Herrera y Hidalgo (2019) en su investigación desarrollada para las pymes, concluye que los clientes no son los únicos que interviene en el proceso de innovación, sino que la disposición de los socios juego un papel fundamental, debido a los gastos técnicos que debe incurrir. La calificación profesional es otro punto a tomar en cuenta, debido que la preparación de los trabajadores reflejará el tipo de servicio que ofrecen, ya que algunos cuentan con mas conocimientos académicos que otros. De tal manera que la ardua capacitación y aprendizaje que se incentive a los trabajadores, será lo que se proyecte como servicio.

Cardona et al., (2017) menciona que a capacidad de innovar es fundamental para potenciar el valor de una empresa, por eso la consideran parte de su capital intelectual. Basándose en los conocimientos generados a partir de las relaciones entre el consumidor, el servicio y la organización, la creatividad puede conducir a nuevas formas de desarrollar, implementar y consumir nuevos servicios.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones

- Se analiza el comportamiento organizacional del talento humano de la empresa Gold Cable lo que refleja la satisfacción de sus trabajadores y el gozo de un buen clima laboral, generado por el constante cambio y mejoramiento. Además, los colaboradores se han caracterizado por ser resistentes a la presión que pueda existir en el trabajo, y mas que todo a la predisposición que tiene al momento de poner en marcha ideas innovadoras que mejoran los servicios de cable que ofrece la empresa.
- El diagnóstico del comportamiento organizacional en las empresas de servicios mediante la investigación científica que se realizó y se llegó a la conclusión que es un sector en el que la innovación es un pilar fundamental debido a los contantes cambios y evoluciones que sufre el mercado.
- De acuerdo con los resultados que se obtuvieron se puede describir el modelo de

manejo del talento humano para la empresa de televisión por cable Gold Cable el cual permitirá lograr la innovación de sus servicios. Este modelo ayudará a capacitar de manera adecuada al personal de atención al cliente y técnico para desempeñar su trabajo de manera más eficiente además de aportar un valor agregado.

- Evaluar el desempeño de los colaboradores de forma cuali-cuantitativa permite identificar la predisposición por parte del personal como también identificar las necesidades para el buen desempeño de su trabajo; requerimientos necesarios que ayudarán a alcanzar el éxito organizacional.

Recomendaciones

Se incita a la empresa Gold Cable que para mejorar su relación con los clientes y se mantenga el nivel de satisfacción, se incentive la fidelidad de la clientela con promociones tales como un menor costo del servicio o un mes gratis de televisión por cable, este tipo de recompensas influyen positivamente en la actitud del consumidor y con respecto al ámbito de la innovación, Gold cable debe estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos con la finalidad de alterar la calidad del servicio y de esa manera garantizar la satisfacción de clientes actuales, nuevos y futuros.

Referencias

Aguirre, G., Serrano, B., & Sotomayor, G. (2017). El liderazgo de los gerentes de las pymes de Machala. *Universidad y Sociedad, 9*(1), 187-195. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100027

ARCOTEL. (Junio de 2021). *Servicio de suscripción – televisión pagada*. Obtenido de http://www.arcotel.gob.ec/servicio-suscripcion-television-pagada/

Becerra, F., & Álvarez , C. (2011). El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en caldas-Colombia. *Estudios Gerenciales, 27*(119), 209-232. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/212/21220043010.pdf

Blanco, A., & Vera, A. (2019). Modelo para la gestión del talento humano en las pymes del sector servicios de Barranquilla, Colombia. *Innovar, 29*(74), 25-44. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512019000400025&lang=pt

Cardona, D., Balza, V., & Henriquez, G. (2017). Innovación en el sector de los servicios: aproximación conceptual y revisión de su aporte a la economía. *Espacios, 38*(21), 36. Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a17v38n21/a17v38n21p36.pdf

Díaz, V., & Núñez, A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Ciencias de la Salud, 14*(1), 115-121. doi:dx.doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10

García, O., Quintero, J., & Arias, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. *Cuadernos de Administración, 27*(49), 87-108. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/205/20541034005.pdf

Google Maps. (2021). *Google Maps*. Obtenido de https://www.google.com.ec/maps

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO, 4*(3), 163-173. Obtenido de https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860

Haro , F., Cordova , N., & Alvarado , M.a. (2017). Importancia de la innovación y su ejecución en la estrategia empresarial. *INNOVA Research Journal, 2*(5), 88-105. Obtenido de https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/167/291

Herrera , R., & Hidalgo , A. (2019). Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital. *Contaduría y administración, 64* (spe1). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422019000200008

Iglesias , M., Rosero, K., & Castañeda, J. (2018). La gestión del talento humano y su relación con la innovación en las pymes de la industria de alimentos en Barranquilla-Colombia. *Espacios, 39*(06), 3. Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p03.pdf

Instituto Nacional de Estadistica. (2019). *Encuesta de Innovación en las Empresas Año 2019* . Obtenido de Metodología : https://www.ine.es/daco/daco43/metoite2019.pdf

Jara, A., Asmat, N., Alberca, N., & Medina, J. (2018). Gestión del talento humano como factor de mejoramiento de la gestión pública y desempeño laboral. *Revista Venezolana de Gerencia, 23*(83), 740-760. Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058775014

López , O., Villegas , G., & Rodríguez , J. (2017). Capacidades de innovación en el contexto de las organizaciones de salud y desarrollo de un modelo teórico. *Gaceta Médica de Caracas, 125*(4), 316-327. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0367-47622017000400005

López, A., Larco, E., & Ortiz, C. (2017). Relación del perfil profesional con la contratación de profesionales en Administración de Empresas Hoteleras de la Universidad Internacional del Ecuador – extensión Guayaquil en el año 2015. *INNOVA Research Journal, 2*(1), 113-130. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6183827

Manene, L. (1 de Mayo de 2017). *Actualidad Empresa*. Obtenido de Satisfacción del cliente: importancia e infraestructura necesaria: http://actualidadempresa.com/satisfaccion-del-cliente-importancia-e-infraestructura-necesaria/

Martínez, D. (2016). FACTORES CLAVE EN MARKETING ENFOQUE: EMPRESAS DE SERVICIOS. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 12*(34), 42-58. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/709/70946593003.pdf

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa, 20*(1), 38-47. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&tlng=es

Miranda , D. (2016). Motivación del talento humano: La clave del éxito de una empresa. *Revista Investigación y Negocios, 9*(13), 20-27. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372016000100005&lng=es&tlng=es.

Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El Recurso Humano Como Elemento Fundamental Para La Gestión De Calidad Y La Competitividad Organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro", Vol. 20*(N. 2), 1-20. Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335001

Moreno, J., & Dueñas, B. (2018). El talento humano: herramienta fundamental en la estructura organizacional. *Polo de conocimiento, 3*(1), 13-23. doi:DOI:10.23857/pc.v3i1.374

Pedraza, N. (Abril-Junio de 2020). El clima y la satisfacción laboral del capital humano: factores diferenciados en organizaciones públicas y privadas. *Innovar, 30*(76), 9-

23. doi:https:// doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85191

Pérez, R., Martínez, R., Noda, M., & de Miguel, M. (2015). La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. Análisis del destino Holguín. *Ciencias Holguín, XXI*(3), 1-17. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1815/181541051007.pdf

Prieto, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad, 18*(46), 1-27. doi:https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi

Pujol-Cols, L., & Dabos, G. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes Estudios. *Estudios Gerenciales, 34*(146), 3-18. Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21255535002

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(82), 1-26. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf

Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica, 31*(4), 221-232. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000400221&lang=pt#B13

Saglimbeni, G., & Campoverde, R. (2017). DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO DE CAMBIO DE PROVEEDOR DE LOS USUARIOS DE TELEVISIÓN PAGADA EN GUAYAQUIL. *Visión Empresarial*(7), 212 – 235. Obtenido de https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/331/369

Sanca, M. (2011). Tipos de investigación científica. *Rev. Act. Clin. Med, 12*, 621-624. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000900011&script=sci_arttext

Sánchez , J., & Calderón , V. (2012). Diseño del proceso de evaluación del desempeño del personal y las principales tendencias que afectan su auditoría. *Pensamiento & Gestión*(32), 54-82. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100004

Sarmiento, J. (2018). Fidelización como consecuente de la calidad de la relación en las

organizaciones. *Anuario Juridico y Económico Escurialense*(51), 337-354. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6332790

Yepes, N. (2019). El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional. *Science of Human Action, 4*(1), 147-163. doi:https://doi.org/10.21501/2500-669X.3143

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No. 1-CAE-VIII-A-DIURNA-2021

Sr. Henry Damián Mora Sarmiento
Propietario de la Empresa GOLD CABLE
Presente

De nuestras consideraciones

Reciba un fraternal saludo de los estudiantes quienes conformamos el Octavo Nivel Paralelo "A" Sección Diurna de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Empresariales, deseándole muchos éxitos en sus actividades que aportan al desarrollo socioeconómico del país y del mundo.

Nos es grato dirigirnos a usted, para informarle que estamos desarrollando el Proyecto Integrador, Gestión del conocimiento: "Análisis del Talento Humano y su Gestión en la Innovación del Servicio de GOLD CABLE en la provincia de El Oro", por lo que solicitamos muy respetuosa y comedidamente, se nos autorice considerar a su empresa como parte del proyecto investigativo, y cuyos resultados serán puestos a su consideración, a fin de aportar desde la academia a la mejora continua de la gestión empresarial de su organización.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente le expresamos nuestros sentimientos de alta consideración y estima.

Machuca Terreros Ericka Daniela
0704737162
Estudiante 1

Mora Sisalima Karen Ximena
0750599094
Estudiante 2

Ing. Ind. Wilton Eduardo Romero Black, Mg
Tutor Especialista 1

GOLD-CABLE
GERENCIA

RECIBIDO 26 JUL 2021

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA SOBRE LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE GOLD CABLE

ESCALA DE LIKERT Y LA SATISFACION AL CLIENTE					
	Totalmente de acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Los servicios de televisión por cable fueron de mi total satisfacción					
El servicio que recibí fue justo, en relación con el trato recibido por parte de los trabajadores					
El servicio que recibí fue justo, en relación con el precio que se paga					
¿Describirías de manera positiva el servicio que se ofrece el Gold-Cable?					
De cambiarse de domicilio, volvería a contratar el servicio					
¿El equipo de servicio al cliente ha sido receptivo a sus preguntas y preocupaciones?					
¿El servicio que recibió supero sus expectativas?					
Recomendare este servicio de televisión por cable a todos mis amigos y familiares					

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Escala de evaluación de Desempeño Laboral Para El Recurso Humano De La Empresa Gold Cable

Parámetros de desempeño	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Aptitud permanente					
Calidad de atención al cliente					
Acepta cambios y direcciones					
Conocimiento claro de los objetivos de la empresa					
Cooperación en nuevos procesos					
Planificación y organización al momento de la instalación de los servicios.					
Soporta la presión y la tensión que se pueda originar en el trabajo					
Tiene una actitud de liderazgo					
Se siente bien con el ambiente del trabajo					
Utiliza todos los implementos técnicos en las instalaciones					
La escala de evaluación es por categoría en donde 5 (Excelente), 4 (Muy bueno), 3 (Bueno), 2 (Regular), 1 (Malo)					

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA SOBRE LA INNOVACION DE LOS SERVICIOS DE GOLD CABLE

Preguntas sobre el servicio:

¿Ha pensado en introducir mejoras en el servicio de televisión?

¿Ha tenido problemas con la prestación del servicio?

¿Ha recibido quejas sobre el problema de conectividad del servicio?

Instalación

¿La instalación a domicilio que prestan los técnicos es desarrollada de manera rápida?

¿Cuál es el tiempo aproximado en que demoraran en instalar el producto?

Precio:

¿Se mantendrá el precio al mejorar el servicio o se revalorará el precio?

Recomendaciones:

¿De qué manera se maneja la publicidad de los servicios?

Valor agregado:

¿Se plantea la creación de paquetes promocionales para atraer más clientes?

Tomando como referencia su experiencia profesional ¿cree usted que la empresa está lista para un proyecto de innovación en sus servicios de televisión por cable? ¿Y eso cómo afectaría a sus trabajadores?

Cuando las empresas piensan en innovación, se imaginan invirtiendo cientos de dólares en soluciones tecnológicas. ¿Tener un gran tamaño y un gran presupuesto es condición indispensable para innovar o también está al alcance de una empresa como su suya?

La transformación innovadora de las empresas requiere personas, tecnología y gestión. ¿Qué elemento consideras el más importante?

¿Ha pensado en integrar algún servicio adicional en su empresa?