

INTRODUCCIÓN

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), es una organización o entidad pública que está encargada de ofrecer el servicio de telefonía e internet en todo el país, debido a la alta demanda que existe en el Ecuador esta empresa cuenta con muchas agencias a nivel nacional, con el único fin de brindar sus servicios y satisfacer las necesidades del cliente y de atender sus requerimientos de la mejor manera posible.

La sucursal está ubicada en Babahoyo en las calles 10 de Agosto y Bolívar, es un lugar muy concurrido donde asisten clientes y usuarios de varios puntos del cantón para realizar sus requerimientos o resolver inconvenientes con el servicio o simplemente para realizar una consulta. Este estudio de caso dará seguimiento a los inconvenientes y falencias en lo que respecta a la atención que brindan los empleados de CNT EP a los clientes y usuarios de la sucursal de Babahoyo.

Este estudio de caso se relaciona con la sub- línea de investigación de modelo de Gestión administrativo, se aplicó el método deductivo, el cual se afianzó realizando encuestas y entrevistas dirigidas a los empleados encargados de la atención al cliente y usuario, y a los miembros administrativos involucrados en el estudio de caso.

El nivel de satisfacción de los usuarios y clientes lo realizan ellos mismo de acuerdo con la atención que se les brinde, los clientes son una pieza clave y fundamental de toda empresa u organización, por medio de este estudio de caso, permitió dar a conocer y a la vez evaluar si el servicio y atención que reciben está siendo la adecuada. La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) debe tener en cuenta que lograr la satisfacción del cliente depende de una buena atención, ser tratados con calidad y calidez para realizar

una buena gestión administrativa, así también se logrará que el cliente recomiende el servicio y que tenga contacto con la Corporación.

El objetivo de este estudio de caso es analizar cómo se está llevando a cabo la atención a clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, una vez realizado el análisis e identificados los problemas que conllevan a la insatisfacción de clientes y usuarios, se podrá plantear sugerencias para que la atención al cliente en esta empresa sea óptima.

DESARROLLO

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) es una empresa pública, se formó como sociedad anónima, mediante escritura pública de fusión de las extintas Andinatel S. A. y Pacifictel S. A. y también la empresa ALEGRO PCS, luego del fracaso que tuvieron las tres empresas antes mencionadas, se unieron en sociedad y se creó lo que hoy en día conocemos como CNT, una empresa que se ha expandido de una manera impresionante a nivel nacional y ha tenido una excelente acogida de clientes, cuya finalidad es ofertar servicios de telefonía fija local, regional e internacional, cuenta con acceso a internet estándar y de alta velocidad, internet móvil 3g y 4g LTE, además ahora es posible adquirir el internet de fibra óptica para poder navegar con mayor eficacia, televisión satelital y telefonía móvil en todo el Ecuador.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) cuenta con dos matrices, ubicadas en la provincia del Guayas en la ciudad de Guayaquil y otra en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito, además cuenta con varias sucursales en todo el territorio ecuatoriano, en la provincia de Los Ríos la sucursal está ubicada en Babahoyo en las calles 10 de Agosto y Bolívar, el estudio de caso se realizará en la agencia CNT de esta ciudad, donde se analizará la atención al cliente y el impacto que genera en los usuarios de la empresa antes mencionada, además esto pone en juego el prestigio y reputación de la misma.

(Puerto, 2016) “Puerto dijo atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno es la forma en que una empresa brinda un servicio y la manera en la que sus agentes cumplen con sus tareas”. No hay que confundir la atención al cliente con el servicio al cliente ya que son dos conceptos distintos; el servicio al cliente es la manera en que una empresa o compañía ofrece un servicio y la manera en que las personas

encargadas de ofrecerlo cumplan con su función de manera adecuada, la atención al cliente por su parte trata de prestar a usuarios un servicio teniendo a él como el centro de atención, el servicio de atención al cliente es lo que una empresa ofrece y lo que brinda luego para atraer muchos más consumidores y poder generar más ingresos. Los servicios que posee la entidad ya sea pública o privada está relacionado con los medios o recursos que utilizarán los agentes, su infraestructura e inclusive con la eficiencia y calidad de los productos ofrecidos.

La atención al cliente que La Corporación Nacional de Telecomunicaciones brinda a sus usuarios y busca atender, servir y satisfacer las necesidades de los mismos. Es también una herramienta del marketing, de suma importancia que usan las empresas para dar un buen servicio, de esto depende el progreso de la institución, dando como resultado el aumento de los clientes, todas las empresas deben procurar satisfacer las necesidades de los consumidores y una de las maneras de captar más y más clientes es usar de manera correcta la atención al cliente, una empresa que de buen uso de dicha herramienta es una organización exitosa y eso es lo que LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES de la ciudad de Babahoyo debe de poseer una excelente atención al cliente ya que es una empresa de mucho prestigio a nivel nacional.

Según Daniela Clavijo, (Clavijo, 2009) “los negocios más exitosos son los que operan bajo una filosofía: “El cliente es el rey”. Todas las empresas deben tener muy claro que el cliente es el rey porque sin los clientes no hay demanda y por ende no habría ganancias, se debe tener en cuenta este dicho ayudará a profundizar mucho más sobre la atención al cliente. En la actualidad existe una competencia muy fuerte y la dificultad que tienen los consumidores para diferenciar varias opciones de compra, por lo que es necesario implementar varias acciones que le permitan a la empresa brindar un servicio diferente gracias a la eficiente atención prestada a los clientes. Además se debe de tener

en cuenta que el cliente por encima de todo, él siempre tiene la razón y son lo más importante para todas las empresas. Al cliente se le debe de cumplir todo lo que se le promete en las publicidades y promociones que se ofrece y recordar que para el cliente la empresa marca la diferencia, fallar en un punto significa fallar en todo y estas las personas no lo olvidarán así de sencillo y darán malas referencias a otras, un mal servicio genera clientes insatisfechos.

(gerencial, 2012) “Se confunde el término de cliente con el de usuario, o el de comprador con el de consumidor o cliente con consumidor y todos estos con el distribuidor”.

El fin último de las estrategias de mercadeo es conseguir consumidores, objeto de las comunicaciones y de los esfuerzos de mercadeo para alcanzar mayores resultados de ventas.

¿Qué es lo que quieren y desean los clientes? Guerrero dijo (GUERRERO, 2014) “Ser tratados con amabilidad, ser corteses , una atención rápida y segura, atención personalizada, personal educado y agradable, personal bien informado y servicial, personal bien capacitado, personal pulcro y con buen arreglo personal, personal eficiente, respuestas precisas y concretas, comodidad y confort”. Con lo expuesto por el autor Guerrero los clientes deben ser tratados con cortesía y amabilidad en la La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, esto permite que la atención sea rápida y segura, teniendo presente que el personal debe capacitarse constantemente.

El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente el es el que tiene la última palabra y calificará además de la calidad del servicio, la atención al cliente, por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar en innovar cosas nuevas para llamar la atención, cuando se trata de satisfacer al cliente todos son un equipo de trabajo que

deben colaborar de manera conjunta por el bien de la empresa. Si nos ponemos a analizar cada uno de los puntos ya mencionados, todos le dan la razón al cliente y les dan prioridad a ellos. (Godoy, 2011). Las personas en La Corporación Nacional de Telecomunicaciones sucursal Babahoyo esperan ese tipo de trato por parte de dicha entidad y están en su responsabilidad hacerlo, pero lo que sucede muchas veces o mejor dicho la mayoría del tiempo es que los clientes se llevan una mala impresión y por ende no hay buenas referencias por parte de las personas que visitan la empresa, provocando una reacción en cadena.

“Dependerá mucho también el éxito de La Corporación Nacional de Telecomunicaciones si usa adecuadamente otras herramientas del marketing muy poderosas como lo son la publicidad y la promoción, (Hernandez, 2014) la promoción se emplea para apoyar a la publicidad y a las ventas personales; de tal manera, que la mezcla de ambas resulte mucho más efectiva”. Esto quiere decir que mientras la publicidad y las ventas dan las razones por las que se debe adquirir un producto o servicio, la promoción de ventas da los motivos por los que se debe comprar lo más antes posible.

Cuando de un servicio personalizado se trate y capaz de cubrir las expectativas de los clientes mediante contacto directo con los mismos, las empresas deben ser las principales responsables de llevar a efecto dicho servicio. Esto nos lleva a reflexionar sobre la atención al cliente y los procesos que implica la misma. Se deben aclarar sus dudas, resolver sus problemas, darles un buen trato escuchar sus quejas y reclamos, se debe tener además de esto mucha paciencia, profesionalismo y ética.

Es muy importante también saber mirar, escuchar y preguntar al cliente todos sus requerimientos y poderlos resolver de una manera eficiente y rápida.

La atención al cliente no es lo mismo que servicio al cliente hay que tener muy en cuenta eso y dejarlo bien claro, los clientes se fijan en casi todos los detalles y tienden a reaccionar todos y cada uno de ellos. Hay que tener en cuenta varios elementos básicos para mantener una eficiente atención al cliente:

Elementos tangibles de una empresa son los productos que se le ofrece u oferta al cliente, contar con la disposición de poder ayudar y resolver sus problemas e inconvenientes, un personal bien capacitado en atención al cliente con vocación para su puesto será eficiente a la hora de trabajar, muchas veces la falta de capacitación del personal genera malestares en los clientes generando malas referencias y quejas por parte de ellos, en La Corporación Nacional de Telecomunicaciones Babahoyo existen varias quejas y reclamos por parte de clientes y usuarios debido al mal trato que se les da y a la poca eficiencia a la hora de solucionar sus problemas e inquietudes, diciendo muchas veces que esa persona no debería de trabajar en ese cargo o que tienen falta de ética y cultura generando así una mala imagen de la empresa lo cual no debe de ocurrir en ninguna entidad.

Los reclamos y quejas que han surgido últimamente a la CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES sucursal Babahoyo van en aumento y no solo en la atención al cliente sino también en el servicio que brindan, y esto no solo se ve aquí en Babahoyo las quejas y reclamos son a nivel nacional y esto se refleja y se puede comprobar en las redes sociales, usuarios de todo el Ecuador presentan las mismas quejas y la insatisfacción que muestran con CNT.

Los primeros años de servicio de la atención al cliente en la CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES en Babahoyo fueron excelentes, debido a la poca demanda que existía en aquel momento, los clientes satisfechos con la atención

al cliente daban muy buenas referencias de la corporación que anteriormente se llamaba Pacifictel, debido al cambio de razón, recomendaban el servicio a otras personas que inmediatamente acudían a contratarlo o adquirir algún bien de CNT.

Poco a poco fueron incrementando sus productos y servicios como: telefonía móvil, internet de banda ancha, televisión satelital y otros servicios necesarios para los consumidores.

Debido a estos inconvenientes las personas de la ciudad de Babahoyo están adquiriendo servicios tanto de telefonía, internet y televisión satelital en otras empresas competidoras que brindan los mismos servicios pero de una manera más eficiente.

Las principales competencias a nivel nacional de CNT son: CLARO, MOVISTAR, NETLIFE, TV CABLE, DIRECTV, siendo CLARO y DIRECTV sus competidores más fuertes en el mercado nacional, y aquí en la ciudad de Babahoyo existen empresas que brindan el servicio de internet y generan también competencia estas empresas son: ANTEL, INTERNAT, GRUPO INTERNET entre otros.

Se dice que la atención al cliente es un factor sumamente importante en todas las organizaciones sin excepción, debido a esto se requiere que el empleado tenga cultura a diario para la atención al consumidor, muchas veces controlar que el trabajador esté haciendo lo correcto con respecto a satisfacer al cliente se vuelve una tarea complicada y ardua, en CNT Babahoyo como en otras sucursales del país se debe de atender a diario a los clientes, se les debe ofrecer un buen trato como es debido y atender todos sus requerimientos lo mas pronto posible.

La atención al cliente tiene sus ventajas y sus desventajas y es necesario saber cuáles son, una de las ventajas de la atención al cliente es que aumenta la fiabilidad de

los clientes, ayuda a incrementar la participación en el mercado, hace que la empresa sea mucho más competente generando así mayores ingresos que la de sus competidores, facilita la capacitación de nuevos clientes ya sea personalmente o vía telefónica acerca de los productos y servicios que ofrece la entidad, ayuda a mejorar la imagen de la empresa, todos estas ventajas y beneficios se obtendrán siempre y cuando se ofrezca una buena atención al cliente. Las desventajas de la atención al cliente son: aumentan los reclamos y quejas por parte de los usuarios, provoca un mayor costo para poder capacitar a los operadores, el mercado es exigente en lo que a la atención al cliente se refiere.

CONCLUSIONES

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones siendo una empresa reconocida y muy prestigiosa a nivel nacional, debe de mejorar en todo aspecto; tanto en la atención como en el servicio al cliente.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones ha decaído de una manera estrepitosa, se puede notar un sin número de reclamos y malestares tanto vía personal o call center según los estudios realizados en el cantón Babahoyo.

Se pudo analizar ciertos puntos en los cuales los clientes no están de acuerdo con La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) de la sucursal Babahoyo, mediante la aplicación del instrumento en el análisis realizado se evidenció que la entidad ya no cuenta con la misma acogida que tuvo al principio, los reclamos y malestares van desde malos tratos hasta reclamos por no dar solución a sus problemas y requerimientos. Además a nivel nacional se ha perdido credibilidad y prestigio, y por ende en la ciudad de Babahoyo.

Por este motivo La Corporación Nacional de Telecomunicaciones debe de tomar medidas rápidas y prontas para mejorar y revertir la situación en la que se encuentra hoy en día, porque de ser así puede perder muchos más clientes y tal vez con el tiempo pueda desaparecer como sus antecesoras ya desaparecidas PACIFICTEL Y ALEGRO.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN

EMPRESARIAL

ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS USUARIOS Y CLIENTES DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

1 ¿Cuánto tiempo lleva utilizado los productos o servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

1. Menos de un mes
2. De uno a tres meses
3. De tres a seis meses
4. Entre seis meses y un año
5. Entre uno y tres años
6. Más de tres años
7. Nunca los he utilizado

2 ¿Con qué frecuencia utiliza los productos o servicios de La Corporación Nacional de Telecomunicaciones ?

1. Una o más veces a la semana
2. Dos o tres veces al mes
3. Una vez al mes
4. Menos de una vez al mes

- 5. Nunca lo he utilizado
- 6. Otro

3 ¿Es de mucha utilidad el uso de los servicios de la CNT?

- 1. Sí, mucho
- 2. Más bien sí
- 3. No sé
- 4. No, en lo absoluto

4 ¿Cómo le parece el aspecto profesional de LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES?

- 1. Muy profesional
- 2. Profesional
- 3. No muy profesional
- 4. No es profesional

5 ¿ Está usted de acuerdo con la calidad de atención al cliente que brinda la empresa?

- 1. Si
- 2. No

6 ¿ Usted ha tenido inconvenientes con algún funcionario de la entidad?

- 1. Si
- 2. No

7 ¿Cuál es la calidad de los de servicios de CNT en comparación con las compañías de competencia?

1. Mucho mejor
2. Un poco mejor
3. Más o menos igual
4. Mucho peor

8 ¿ Sus requerimientos han sido atendidos lo más pronto posible?

1. Si
2. No

9 ¿ Los empleados de CNT son personas cultas y profesionales a la hora de atenderlo?

1. Si
2. No

10 ¿ Está usted satisfecho con el servicio que brinda La Corporación Nacional de Telecomunicaciones?

1. Si
2. No

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Clavijo, D. (10 de Diciembre de 2009). *entrepreneuR*. Obtenido de www.entrepreneur.com/article/263039
- gerencial, d. (2012). *desarrollogerenciallibertadores*. Obtenido de <http://desarrollogerenciallibertadores.blogspot.com/2007/11/sabes-cual-es-la-diferencia-entre.html>
- Godoy, N. (2011). El capital humano en la atención al cliente. En N. Godoy, *El capital humano en la atención al cliente*. Carabobo.
- GUERRERO, G. (14 de ENERO de 2014). *slideshare.net/*. Obtenido de [//es.slideshare.net/Gonzalo12345/calidad-en-el-servicio-al-cliente-30022380](http://es.slideshare.net/Gonzalo12345/calidad-en-el-servicio-al-cliente-30022380)
- Hernandez, G. (25 de junio de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/1rzbjx5d0zyy/la-importancia-de-la-publicidad-la-promocion-de-ventas-y-la/>
- Kotler, P. (1999). *marketing-free*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Prieto, A. B. (2007). Atención al cliente. En A. B. Prieto.
- Puerto, G. D. (23 de Septiembre de 2016). *PREZI.COM*. Obtenido de <https://prezi.com/sr4pevqzu2wj/diferencia-entre-atencion-y-servicio-al-cliente/>
- WIKIPEDIA. (s.f.). *es.wikipedia.org*. Obtenido de [es.wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Corporaci%C3%B3n_Nacional_de_Telecomunicaciones](https://es.wikipedia.org/wiki/Corporaci%C3%B3n_Nacional_de_Telecomunicaciones)