



Impacto de las nuevas tecnologías en la atención al usuario de la empresa Epam-Manta

Impact of new technologies on customer service at Epam-Manta

Impacto das novas tecnologias no serviço ao utilizador da empresa Epam-Manta

Cristopher Alberto Quijije-Quijije ^I
cristopher.quijije@pg.ulead.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0002-5180-8483>

Digna Margarita Quijije-Zambrano ^{II}
digna.quijije@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-5053-1035>

José Alberto Quijije-Vélez ^{III}
jose.quijije@uleam.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-8305-2063>

Correspondencia: cristopher.quijije@pg.ulead.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 22 de octubre de 2024 * **Aceptado:** 16 de noviembre de 2024 * **Publicado:** 12 de diciembre de 2024

- I. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- II. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- III. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Resumen

El presente investigación tuvo un diseño no experimental, de tipo descriptivo explicativo, presenta enfoque cuantitativo, debido a que se da a conocer la información con datos y estadísticas con relación a las variables de estudio y sus dimensiones, siendo parte esencial para llegar a resultados concluyentes, en tal fin se utilizó una muestra intencional de 13 empleados, en lo que destacan 2 jefes departamentales y 11 de atención al público, además de 93 personas que asistieron al servicio de atención el día del estudio, para recolectar la información se aplicó la escala de medición de atención al cliente CSAT (Customer Satisfaction Score), además un cuestionario aplicado a empleados, mismos que fueron analizadas a partir de procesos estadísticos siguiendo el SPSS versión 21, y se sustentó tomando información de varias fuentes para llegar al objetivo. Como resultados importantes se logró determinar que el impacto obtenido por la utilización de nuevas tecnologías en la atención al usuario es positivo, debido a la valoración dada según la escala de medición “medianamente satisfactoria”, por la puntuación derivada de la misma y la aceptación de la formación de los empleados, misma que es valiosa porque ha impactado en la atención al usuario de manera positiva.

Palabras claves: Nuevas tecnologías; Atención al usuario; Satisfacción al usuario.

Abstract

The present investigation had a non-experimental design, descriptive explanatory type, presents a quantitative approach, because the information is made known with data and statistics in relation to the study variables and their dimensions, being an essential part to reach conclusive results, for this purpose an intentional sample of 13 employees was used, in which 2 department heads and 11 public attention heads stand out, in addition to 93 people who attended the customer service on the day of the study, to collect the information the customer service measurement scale CSAT (Customer Satisfaction Score) was applied, in addition to a questionnaire applied to employees, which were analyzed from statistical processes following SPSS version 21, and was supported by taking information from various sources to reach the objective. As important results, it was possible to determine that the impact obtained by the use of new technologies in customer service is positive, due to the assessment given according to the measurement scale "moderately satisfactory", by the

score derived from it and the acceptance of employee training, which is valuable because it has impacted customer service in a positive way.

Keywords: New technologies; Customer service; Customer satisfaction.

Resumo

Esta pesquisa teve um desenho não experimental, do tipo descritivo explicativo, apresenta uma abordagem quantitativa, pois as informações são dadas a conhecer com dados e estatísticas em relação às variáveis do estudo e suas dimensões, sendo parte essencial para se chegar a resultados conclusivos. Para tal, foi utilizada uma amostra intencional de 13 colaboradores, incluindo 2 chefes de departamento e 11 chefes de serviço, bem como 93 pessoas que compareceram no atendimento no dia do estudo. Para recolher a informação, foi aplicada a escala de medição do serviço ao cliente CSAT (Customer Satisfaction Score), para além de um questionário aplicado aos colaboradores, que foi analisado com base em processos estatísticos seguindo o SPSS versão 21, e foi suportado na recolha de informação de diversas fontes para atingir o objetivo. Como resultados importantes, verificou-se que o impacto obtido pela utilização das novas tecnologias no atendimento ao cliente é positivo, pela avaliação dada de acordo com a escala de medição “moderadamente satisfatória”, pela pontuação dela derivada e pela aceitação dos colaboradores. que é valioso porque impactou positivamente o atendimento ao utente.

Palavras-chave: Novas tecnologias; Suporte ao utilizador; Satisfação do utilizador.

Introducción

La atención al usuario es catalogada a nivel empresarial y de gestión de negocios como el pilar fundamental que lleva al éxito a una entidad, para poder competir es necesario tomar en cuenta que una buena atención ayudará al realce de la marca. A medida que pasa el tiempo con la dinámica de la vida, los usuarios o clientes se vuelven más exigentes y por ello, las empresas deben buscar las opciones que le permitan lograr cumplir esas demandas.

La atención al usuario es definida por Chamoly & Palomino (2021) todas las acciones que una empresa realiza para satisfacer las necesidades y expectativas de sus usuarios, su objetivo es brindar una experiencia positiva a los clientes para que se sientan satisfechos, fidelizados y regresen a comprar o usar los productos o servicios de la empresa en el futuro. Sin embargo, los usuarios de

servicios públicos, como los de EPAM, demandan respuestas rápidas y eficientes, especialmente cuando se trata de resolver problemas urgentes.

En estudios recientes de Chamoly & Palomino (2021), describen que en las organizaciones empresariales de orden gubernamental existen diferentes situaciones que conlleva a una mala atención al usuario entre ellas, los largos tiempo de espera, la falta de claridad a la hora de dar una información lo que crea confusiones y pérdida de tiempo, falta de canales de atención, tiempos de respuestas excesivamente largos y la no capacitación de los empleados esto conlleva a una atención no adecuada a los clientes.

En tal sentido, desde el contexto específico la empresa pública aguas de Manta (EPAM), es una empresa que se encarga de brindar el suministro, facturación y atención al cliente en las comunidades del cantón, sin embargo, no escapa de las problemáticas antes descritas, a pesar de haber incluido nuevos servicios para mejorar la calidad de la atención al usuario, se considera necesario constatar cual es el impacto de este en la población que hace uso del servicio.

Así mismo, a pesar de que se ha implementado nuevos canales de atención, se mantiene las situaciones ante la problemática de capacitación al personal, es por ello, que se cree necesario que los empleados deben estar bien capacitados para poder responder a las preguntas de los clientes y resolver sus problemas de manera eficiente. Así como ofrecer múltiples canales de atención: los clientes deben poder comunicarse con la empresa a través de una variedad de canales, como teléfono, correo electrónico, chat en vivo y redes sociales.

En atención a ello, las nuevas tecnologías han planteado retos muy importantes en diferentes campos de acción, siendo uno de ellos aquel que tiene relación con la atención al usuario. En tal sentido, se han venido instalando y adaptando en el Ecuador, trayendo soluciones y tiempo de respuesta más rápidos de lo normal, por ello Barragán Martínez, (2022) manifiesta "durante la emergencia sanitaria del covid-19 en Ecuador, se introdujeron nuevas prácticas en la Administración pública para minimizar los problemas burocráticos y mejorar la gestión pública tradicional"(p,113).

Por otro lado, para el mejoramiento de la atención al usuario es importante incluir estas nuevas tecnologías como se ha venido recalando en especial en Manabí, por lo que, Mendoza, H; Mendoza, K; y Mendoza, J. (2018) entienden como nuevas tecnologías, **las** innovaciones tecnológicas recientes que están teniendo un impacto significativo en varios aspectos de la sociedad, la economía y nuestra vida cotidiana. Aunado a esto mencionan que:

las tecnologías de la información han incrementado exponencialmente las posibilidades de las organizaciones para alcanzar sus objetivos. Sin embargo, es frecuente la duda sobre el aprovechamiento óptimo de este potencial en el sector público, que es percibido como un ente anclado en procesos burocráticos (p, 88).

Así mismo las nuevas tecnologías abren puertas a las soluciones informáticas revolucionarias en las empresas públicas haciendo posible nuevos niveles de conectividad y agilidad entre los ciudadanos, tal y como lo menciona Pardo, L (2011):

en la primera década del siglo XXI se ha experimentado un auge muy importante de las TICs en la Administración Pública, que ha encontrado en la aplicación de nuevas tecnologías de firma electrónica un vehículo conveniente para hacer más efectivos los servicios públicos que ofrecen a la ciudadanía en general (p, 106).

Dando a conocer la limitada y ausencia del uso correcto de estas nuevas tecnologías para mejorar la calidad de servicio para el usuario, se plantea que esta evolución debe ir de la mano con la formación de los empleados debido a que, en gran parte no cuentan con la capacitación para el manejo tecnológico lo que hace ineficiente el servicio brindado, lo que se traduce en quejas constantes para el conglomerado. Para esta investigación se utilizó un enfoque cuantitativo siguiendo un método exploratorio, donde se aplicaron instrumentos validados internacionalmente (escalas de medición de atención al cliente Escala CSAT (Customer Satisfaction Score) misma que se analizó a partir de procesos estadísticos y se sustentó tomando información de varias fuentes para llegar hasta el objetivo de la investigación.

Objetivo general:

Analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la atención al usuario de la empresa EPAM-Manta.

Objetivo específico:

Evaluar el impacto del equipamiento tecnológico en la capacitación del recurso humano de la empresa EPAM-Manta, midiendo indicadores como la satisfacción de los empleados con la capacitación, el nivel de conocimiento adquirido y la aplicación de los conocimientos en el trabajo. Analizar el impacto del equipamiento tecnológico en el servicio de call center de la empresa EPAM-Manta, midiendo indicadores como el tiempo de espera promedio, la tasa de resolución de llamadas y la satisfacción de los clientes.

Determinar cómo las plataformas virtuales impactan en la capacitación del recurso humano de la empresa EPAM-Manta, midiendo indicadores como la participación de los empleados en los cursos virtuales, el nivel de satisfacción con la capacitación virtual y el impacto en el desempeño laboral.

Marco teórico

Nuevas Tecnologías

Las nuevas tecnologías a nivel mundial han traído un sin número de cambios y mejoras con lo que respecta a las organizaciones, empresas y servicios, por lo que en las últimas décadas la tecnología ha dado de qué hablar con el manejo de la atención al cliente, como también de sus servicios. Esto trae consigo la existencia de una transformación de manera digital y así mismo su falta de comprensión como lo menciona (Belzunce & Aguirre, 2018) “que esta transformación es mucho más que una revolución tecnológica ya que su importancia radica en el impacto de la productividad, las reducciones de costos y los nuevos productos y servicios que se pueden crearse basado en los mismos”.

Además, estas nuevas tecnologías también cumplen un rol muy importante con lo que respecta a la lealtad de los clientes según (Fanjul & Valdunciel, 2009) manifiesta que “permiten recabar información sobre su comportamiento y gustos, lo que permite ofertarle productos específicos que cubran sus necesidades; por otro, facilitan al cliente el acceso a información de la competencia” (p, 85). Lo que se da a entender que la reducción de los clientes con lo que respecta a su lealtad se verán menos afectadas, estos avances también reducen la espera en las sucursales como canal de distribución y disminuye las barreras con los clientes en el sector.

La mayoría de estas implicaciones se derivan de la desaparición de los límites geográficos y conceptuales de las organizaciones. Y es que las nuevas tecnologías han conseguido trasladar la misma naturaleza del sector desde lo que tradicionalmente se había considerado estrictamente empresarial hasta la industria de distribución de la información relacionada con los servicios financieros.

Estas tecnologías influyen en diferentes ámbitos laborales, tal es el caso como la educación por ejemplo y con ello la inmersión de las (TIC) tecnología de la información y las comunicaciones, así como lo corrobora (Hernández y Méndez, 2021) “La era digital ha modificado el soporte primordial del saber y el conocimiento, lo que a su vez tiene influencia en nuestros hábitos, costumbres, comunicaciones, y formas de pensar y concebir el mundo” (p,3).

Fomentando de esta manera el aprendizaje y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, para incentivar a la comunidad a saber y profundizar más sobre el tema. Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones le imprimen al aprendizaje un carácter más autónomo, e incrementan, a su vez, su carácter social, debido al constante desarrollo de la web, las redes sociales, los ambientes virtuales de aprendizaje y las comunidades en internet.

La tecnología y los flujos de información constituyen el producto del crecimiento y avance del conocimiento mismo, teniendo en cuenta que este representa una forma de organizar la información y tiene la capacidad de orientar a la tecnología. Con ello no se debe minimizar la sociedad del conocimiento a una simple sociedad de la información, donde es posible relacionar las TIC entre sí para potenciar los flujos de información, sino que se hace necesario vincular a las personas para que, a través de su ingenio, inteligencia y creatividad, encuentren distintas maneras de producir un desarrollo social cualitativamente diferente.

Es así como un hecho innegable en nuestros tiempos es que las TIC están modificando la constitución de los mapas mentales de los seres humanos, fundamentalmente en niños y jóvenes, quienes, en su constante contacto con los medios electrónico/digitales y su vinculación interpersonal mediante las redes informáticas, están potenciando otras formas de pensamiento, y otros modos de ver y entender el mundo actual.

Las nuevas tecnologías también se aplican en los ámbitos turísticos, trayendo consigo otra parte importante, como que estas tecnologías no pueden ser posibles si no es por el uso del internet esto según (Fernández y Marqués, 2014):

ya que ha auténtica revolución en el mundo empresarial, así como en los usos y costumbres de la población y la forma en que la misma percibe el mundo, teniendo un impacto directo en los distintos ámbitos económicos, sociales o culturales, entre otros. (p. 11)

Así como los cambios en los canales de venta, pasando de la tradicional venta presencial a la venta online a través del comercio electrónico. Así, vencidas las reticencias iniciales al medio digital y al comercio móvil, y reduciéndose notablemente el número e importancia de los intermediarios en el canal, debido a los precios más competitivos y la transparencia de información de que el cliente dispone, los canales de venta online han ido ocupando un papel cada vez más importante en el mercado.

Ante estas circunstancias, todos los agentes económicos, y especialmente, los agentes del sector turístico o organizacional han tenido que adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías, innovando y transformando sus productos y servicios, implicando tanto a empresas como destino. En la administración pública también se vienen viendo constantes desarrollos a nivel global como “esta modernización de los elementos básicos de comunicación y soporte de la información dará pie a nuevos agentes del cambio” (Pardo, 2011; p.106). Por la que, en todos los ámbitos (empresariales, económicos, sociales) se acepta de manera generalizada que hay que caminar para salir de la crisis en la que estamos sumidos. Analizando el paradigma para la mejora en la productividad, competitividad y eficiencia, y una de las frases que probablemente más se están utilizando para resumir las medidas a adoptar necesariamente.

Por lo que, en las naciones más desarrolladas, la influencia de los organismos gubernamentales en la economía en general es cada vez más significativa. Por lo tanto, no se puede subestimar la importancia de implementar medidas para aumentar su eficiencia, ya que esto contribuirá de manera considerable a la tan esperada recuperación económica. En este contexto, es fundamental considerar el fomento de la administración electrónica como un objetivo estratégico de máxima prioridad.

La administración electrónica

Si tomamos en cuenta las organizaciones públicas han venido evolucionando gracias a la digitalización, también se recalca que los costes directos de los materiales también se toman en cuenta, según (Pardo, 2011):

Cada día, las administraciones públicas y las empresas tienen mayor necesidad de gestionar un elevado número de documentos administrativos, facturas y recibos ligados a su actividad, resoluciones y decretos, notificaciones y comunicaciones, etc. lo que significa contemplar una serie de gastos de impresión, envío y manipulación del documento. (p.109)

Con esto se toma en cuenta que los ciudadanos deben de disponer de los medios electrónicos necesarios para una tramitación electrónica de los asuntos públicos y privados (en el sentido de una relación privada gobierno-ciudadano), así como implementar sistemas de comunicación por vías telemáticas y seguras con los interesados, manejando de manera eficiente y eficaz los servicios y sus tiempos de respuesta.

Si comprendemos los beneficios y ventajas de todo tipo (tanto económicos, organizativos, de transparencia e incluso medioambientales) que implica un cambio en el modelo de administración

pública, basado en la implementación de políticas de desarrollo de administración electrónica, no hay duda de que estamos en un momento crucial para avanzar decididamente en su promoción. Esto se debe no solo a que estamos obligados a cumplir con una ley que otorga a todos los ciudadanos el derecho a relacionarse electrónicamente con sus administraciones públicas, sino también porque creemos sinceramente que es uno de los mecanismos que deben contribuir a superar la crisis, mejorando la productividad, reduciendo las cargas administrativas y redefiniendo incluso la función pública. En resumen, esto hará que la prestación de servicios a ciudadanos y empresas sea más económica y tenga un menor impacto en el medio ambiente.

Por lo tanto, la administración pública tiene la obligación de asumir este reto, dando una respuesta eficaz a las necesidades de los ciudadanos y a sus expectativas. Lo que quiere decir que ciudadano pide que se atiendan sus demandas, que las administraciones se adapten a las necesidades que le plantee, incorporando nuevos sistemas innovadores, proactivos, y que proteja los datos y transacciones.

Las TICS en el Ecuador

De manera globalizada el desarrollo e implementación de nuevas Tecnologías de Información y comunicación es vital para una correcta gestión empresarial, es por eso que se identifica un enfoque de como las TIC se relacionan con el servicio al cliente para su mejoramiento y control. Según (Cabrera Buri, 2019) habla sobre:

El servicio brindado por las instituciones públicas ecuatorianas es decadente porque se centran más en el cumplimiento de normas internas y no en la satisfacción de los usuarios. Haciendo que se vuelve necesario la implementación de Sistemas que mejoren los servicios prestados y así cumplir con el deber social que tienen las Instituciones públicas con la ciudadanía ecuatoriana, donde el Artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador estipula que “Las personas tienen derecho a disponer de servicios de calidad”.

Entonces en Ecuador las tecnologías de la información y la comunicación han existido desde antes del año 2007 se considera que a partir del gobierno del ex presidente Rafael Correa, por lo cual se decidió intervenir e invertir en temas de TIC, donde el Ministerio de Telecomunicación y Sistema de Información plantearon la idea del Plan Nacional de Gobierno electrónico enfocados del año 2009-2013 para diversificar la matriz productiva pero al no obtener el resultado esperado la Secretaria Nacional de la Administración

Público involucro una estrategia diferente de Plan de Gobierno Electrónico a partir del año 2013, en esta se enfatiza un afianzamiento en la gestión pública de excelencia por medio de TIC ya que este lo considera un factor clave para que el Estado pueda reducir la pobreza.

Atención al usuario

Es necesario encontrar una forma de involucrar al usuario en los avances tecnológicos, lo que quiere decir que la importancia de adaptar las tecnologías para que su uso por parte de empleados y clientes sea realmente eficiente y satisfactorio debe ser completo en las instituciones públicas. Trayendo consigo lo que sostiene (Macias , 2018) :

Los proyectos de tecnología ya no tienen un principio y un fin, sino que están siempre en evolución y que el valor de la tecnología se materializa cuando ésta se usa de modo que si queremos crear valor con los proyectos tecnológicos es preciso que nos centremos en la experiencia de uso. Si la descuidamos, según el experto, tenemos un problema bien de coste incurrido, bien de coste de oportunidad.

Entonces se necesita mayor proactividad en los departamentos de tecnología, lo cual no solo debe dar un soporte sino implicarse en las nuevas formas de trabajar que empiezan a surgir en las organizaciones. Agregando así el valor en el uso de la tecnología, además de promover la integración entre tecnología y negocio, haciendo que la tecnología empieza a estar gobernado de forma conjunta entre estos departamentos.

Se lo puede llegar a tomar como un viaje a la transformación digital y no como un destino, dando a conocer que este camino ha explicado, el cambio que experimenta el usuario en la tecnología llegando hacer impresionante. Con esto se debe entender que el cambio es bueno ya que todos lo hemos hecho así, en todas las facetas de la vida, personal y laboral.

Identificando que las propuestas de las empresas de esta nueva era, es lograr de dotar a los empleados de herramientas que lo hagan más eficientes, como lo recalca nuevamente (Macias , 2018):

Que es dar soluciones relacionadas con la imagen (cámaras de todo tipo, a nivel doméstico y profesional e incluso cámaras de videovigilancia), soluciones de impresión de gran formato y de producción y también de entornos de oficina, soluciones de gestión documental, servicios externalizados de impresión y de gestión del documento e incluso soluciones para el entorno médico.

Comprendiendo que la sociedad ha cambiado y las organizaciones se deben enfocar en afrontar estas transformaciones, para el mejor uso de las tecnologías otorgando así un beneficio para ambas partes como el usuario y la institución.

Por otro lado (Arévalo Pabón, 2018) sostiene que “la calidad de los servicios que ofrecen las empresas que prestan servicios, es uno de los elementos que determina el éxito o fracaso de la misma”. Con esto se puede comprender que la calidad de los procesos debería ser realizados de manera responsable y enfocado en hacer el trabajo eficaz.

El mejoramiento de los procesos, servicios o productos empresariales ha sido de gran importante, ya que la empresa busca mitigar problemas, reforzar y mejorar sus productos y por lo general en este caso se busca mejorar un servicio para una mayor cobertura y satisfacción de los usuarios, esta filosofía de la mejora de los procesos tiene su origen en Japón más exactamente en Toyota basado en el trabajo de Kaizen quien afirmaba que se debía mejorar día a día.

Satisfacción al usuario

La satisfacción al usuario y los beneficios, donde expresa nuevamente (Arévalo Pabón, 2018):es que

Hoy en día la mayoría de las empresas proclaman que la satisfacción y el servicio al cliente se encuentran entre sus prioridades, la realidad a la que se enfrentan tales como contestadores automáticos, largas colas de espera etc. Ello suele deberse a que, para muchas de esas promesas, el vínculo entre unos niveles altos de satisfacción del consumidor y los beneficios generales permanecen poco claros. Como resultado, la mayoría de las empresas no se comprometen firme con sus clientes.

Es importante buscar soluciones de mejora para tener clientes satisfechos que han recibido un servicio con buena calidad, lo que significa que depende también de las expectativas que el cliente tenga o espere del servicio prestado, un cliente satisfecho es un cliente que indica que el servicio se ha prestado con calidad, que es lo que realmente buscamos cuando nos acercamos a una entidad para ser atendidos, hoy tenemos mayores oportunidades de buscar un mejor servicio en la atención.

Uno de los mayores beneficios obtenidos al tener una buena atención de clientes es que las personas al recibir el producto o servicio que buscaban, además de ser de calidad y percibir una atención adecuada por parte de las personas que lo atienden se provoca que se genere un valor agregado que hace que los clientes regresen y vuelvan a comprar o prestar el servicio.

El cliente puede hablar mal de la empresa o institución si no recibe una buena atención, lo que perjudicaría la imagen que se tiene de ella en el mercado. Por lo tanto, es importante brindar una buena atención al cliente en cada etapa, es decir, durante y después de la venta del servicio o producto, para lograr su fidelización. Desde el punto de vista de las empresas del sector público, será el Estado quien obtendrá esa mala imagen si no coloca a personas competentes en dichos puestos.

Materiales y métodos

Diseño

La investigación se obtuvo a partir de un enfoque cuantitativo por un diseño no experimental de tipo descriptiva-explicativa, con el fin de dar a entender, como las nuevas tecnologías impactan en la atención al usuario en la empresa EPAM-Manta, cuantitativamente se da a conocer la información con datos y estadísticas con relación a las variables de estudio y sus respectivas dimensiones, siendo parte esenciales para llegar a resultados estadísticos. En esta investigación se aplica el método inductivo, con un trazo transversal, debido a, que la información que se llevará a cabo será de manera observacional analizando las variables sobre un período de tiempo específico.

Tipologías de investigación utilizadas

Investigación descriptiva: Según (Cairampoma,2015) manifiesta que “Describe ciertos rasgos de la realidad y especifican propiedades y muestran el comportamiento del universo investigado” (p.3). Buscando así las características de la muestra estudiada y la manera de comportamiento de la muestra.

Investigación explicativa: A criterio de (Grajales, 2000) sostiene que “los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno apuntando a las causas de los eventos físicos o sociales y logrando responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿en qué condiciones ocurre?”. La información recolectada y procesada se efectuarán para conocer los resultados que se querrán alcanzar de manera técnica y científica.

Investigación bibliográfica: Según Gómez Luna et al. (2014) da a conocer que este tipo de investigación facilita “la adquisición de la información disponible y la identificación de los principales autores, el número de publicaciones por año, las principales áreas de trabajo y las tendencias futuras de un tema propuesto.” (p.158). Lo que quiere decir que este estudio permitió

conseguir la información por medio de libros, textos, informes y revistas científicas, esto en relación con las variables establecidas.

Población

Está conformada por los servidores y usuarios de la empresa EPAM-Manta, quienes, tienen conocimientos actualizados de las nuevas tecnologías para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario.

Muestra

La muestra como lo manifiesta Fuentelsaz Gallego (2004), comprende como “el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población, logrando que se puedan generalizar a la población los resultados obtenidos en la muestra” (p.5). en este particular se procedió a realizar una visita in situ al lugar de estudio el día 23 de junio del 2024 desde las 8 am hasta las 1pm hora en el cual acudieron al servicio de atención al cliente 168 clientes para la cual se tomó una muestra aleatoria no intencional de 93 clientes que representa el 55,3 % aproximado.

Instrumento de recolección de datos

Índice de satisfacción del cliente es una métrica ampliamente utilizada para medir la satisfacción de los clientes con un producto, servicio o interacción con una empresa. Se basa en una encuesta directa que se realiza a los clientes después de una interacción específica, como una compra, una llamada de servicio al cliente o una entrega. La encuesta CSAT generalmente incluye una sola pregunta simple y directa, como:

¿Qué tan satisfecho está con la experiencia que acaba de tener? En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la calidad del servicio que recibió? Las respuestas a la pregunta se califican en una escala numérica, por ejemplo, de 1 a 5 o de 1 a 10, donde: 1 representa "muy insatisfecho", 2 representa insatisfecho, 3 representa medianamente satisfecho, 4 representa satisfecho y 5 o 10 representa "muy satisfecho" ¿Cómo se calcula la puntuación CSAT? La puntuación CSAT se calcula como el porcentaje de clientes que responden con una calificación positiva (por ejemplo, 4 o 5 en una escala de 5 puntos). Para calcularla, se siguen estos pasos: Suma todas las calificaciones individuales de los clientes. Divide la suma total por el número total de respuestas. Multiplica el resultado por 100 para obtener un porcentaje.

Para este caso se aplicaron 3 preguntas que se valoraron del 1 al 5 siguiendo la escala antes descrita. Estos datos fueron analizados a través del programa estadístico spss, por el cual se logró extraer

estadísticos descriptivos expresados en tablas, mismas que fueron analizadas desde la visión del autor.

Resultados

Para llegar a los resultados se dividió en tres grupos la aplicación de los instrumentos seleccionando los empleados de atención al público (12), los jefes de talento humano y atención al público (2) y 93 usuarios de los cuales se aplicó instrumentos diferentes con el fin de determinar el impacto del uso de las nuevas tecnologías en la atención al usuario de la empresa EPAM.

Tabla 1.
Distribución de frecuencia Satisfacción por el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy satisfecho	32	34,4	34,4
	Medianamente satisfecho	43	46,2	80,6
	Satisfecho	10	10,8	91,4
	Insatisfecho	3	3,2	94,6
	Muy insatisfecho	5	5,4	100,0
	Total	93	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Autor.

Análisis: respecto a la pregunta sobre la satisfacción por el servicio prestado, los clientes respondieron en su mayoría 46 %, estar medianamente satisfecho lo que indica un ligero malestar que debe ser tomado en cuenta para evitar males mayores en futuro, sin embargo, se observa una satisfacción positiva por parte de la población consultada lo que denota un impacto positivo en los canales de atención al usuario.

Tabla 2.*Distribución de frecuencia Calificación de atención.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfecho	37	39,8	39,8
	Medianamente satisfecho	38	40,9	80,6
	Satisfecho	9	9,7	90,3
	Insatisfecho	6	6,5	96,8
	Muy insatisfecho	3	3,2	100,0
	Total	93	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Autor.

Análisis: respecto a la calificación dispensada por los clientes en cuanto a la atención recibida en los canales de atención, se logra evidenciar un porcentaje alto del 40,9 % de clientes que manifiestan estar medianamente satisfechos al igual un 39,8% se inclina a responder estar muy satisfecho, por el contrario, el 6,5% respondió estar insatisfecho en ese momento por la atención recibida. En tal sentido apoyados en (Arévalo Pabón, 2018) sostiene que “la calidad de los servicios que ofrecen las empresas que prestan servicios, es uno de los elementos que determina el éxito o fracaso de la misma” por ende se hace muy importante poder generar una atención de calidad ya que ella permite una visualización de gran alcance ante la sociedad que se sirve de la misma.

Tabla 3.*Distribución de frecuencia calificación de tiempo de espera.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Satisfecho	30	32,3	32,3
	Medianamente satisfecho	49	52,7	84,9
	Muy satisfecho	8	8,6	93,5
	insatisfecho	3	3,2	96,8
	Muy insatisfecho	3	3,2	100,0

Total	93	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Fuente: Encuesta Autor.

Análisis: En cuanto al tiempo de espera el 32% de la población manifestó estar satisfecho mientras que el 52,7% respondió estar medianamente satisfecho por otro lado un 8,6% respondió estar muy satisfecho mientras que 3,2% respondió estar insatisfecho y otro 3,2% muy insatisfecho lo cual denota que el tiempo de espera es un elemento bien valorado por la población que asiste a los servicios de la EPAM Manta, sin embargo, se debe seguir mejorando para poder tener una valoración de satisfacción general lo cual indica un impacto positivo en los asistentes a los servicios de la empresa (Arana Fernández 2019) .

Tabla 4.

Análisis de estadísticos descriptivos sobre la satisfacción del usuario.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Satisfacción atención	93	1,00	5,00	3,4194	,92457
Satisfacción servicio recibido	93	1,00	5,00	3,4624	,87922
Satisfacción tiempo	93	1,00	5,00	3,3978	,82277
N válido (según lista)	93				

Fuente: Encuesta Autor.

Discusión

Respecto al instrumento aplicado al personal que dirige talento humano que consideran muy importante la formación y capacitación de los empleados por lo cual argumentan que es de vital importancia en el crecimiento de la empresa así mismo en cuanto a la formación de sus empleados en nuevas tecnologías para la atención al cliente responden que es sumamente importante debido a que el crecimiento constante de la cantidad de usuario amerita otros canales regulares para la atención efectiva de los mismos dentro de las capacitaciones que ha organizado para los empleados dicen que se ha organizado en los últimos en el último año de una a dos capacitaciones en el ramo de nuevas tecnologías.

De igual forma consideran que en el último año se han capacitado más de 20 empleados que forman parte de la comunidad EPAM Manta en atención al usuario, así mismo, consideran que el conocimiento que se ha empleado sobre el uso de nuevas tecnologías en la atención al cliente ha

mejorado medianamente, ya que los mismos, han logrado mejorar la puntuación dada por cada cliente al retirarse del espacio de atención, en este particular se usa call center, atención al público presencial y correo electrónico siendo esta una debilidad debido a que el crecimiento vertiginoso los obliga a utilizar otros medios como chat boots y otros que permita mejorar la calidad de la atención, en adición a esto, los empleados valoran la participación en jornadas formativas como positivas por el conocimiento adquirido, pero consideran deben ser contenidos más actuales que potencien sus capacidades y competencias profesionales.

En este sentido, Macias (2018) enfatiza en que es necesario encontrar una forma de involucrar al usuario en los avances tecnológicos, lo que quiere decir que la importancia de adaptar las tecnologías para que su uso por parte de empleados y clientes sea realmente eficiente y satisfactorio debe ser completo en las instituciones públicas. Es por ello, que se cree sumamente importante que se valore el empleo de herramientas digitales actuales que potencien la empresa con la utilidad de la inteligencia artificial.

En el mismo orden de ideas, ellos consideran que hace falta otro medio de atención al cliente asociado a las nuevas tecnologías que brinde mayor facilidad para la atención siendo este un elemento a mejorar dentro de la empresa, así mismo indica que la resolución de llamadas promedios en el mes se ha dado desde 151 a 200 casos promedios al mes. Enfatizando en esto (Arévalo Pabón, 2018): menciona que la mayoría de las empresas proclaman que la satisfacción y el servicio al cliente se encuentran entre sus prioridades, es por ello que se establecen programas para mejorarla. En otro orden de ideas, los empleados mencionaron que los medios empleados son adecuados, pero deben mejorar, debido a que solo se emplea chat de WhatsApp, correo electrónico, call center y atención personal, siendo el tiempo de espera promedio más de 5 minutos, por lo cual, se considera se ha logrado un impacto positivo y considerable en los factores que antes eran considerados negativos, es por ello que los clientes según su percepción salen medianamente satisfechos, en tal sentido, consideran importante adoptar nuevos canales de atención acordes con la era digital, apoyado en (Arévalo Pabón, 2018) sostiene que “la calidad de los servicios que ofrecen las empresas que prestan servicios, es uno de los elementos que determina el éxito o fracaso de la misma”. Por otro lado, consideran importante capacitarse en temas relacionados con la atención al usuario y las nuevas tecnologías, por ser este importante para mejorar la atención, en tal caso es importante visualizar los ejemplos de empresas como la Toyota que denotan que el aprendizaje es continuo y se genera día a día.

Conclusión

Al evaluar el impacto del equipamiento tecnológico en la capacitación del recurso humano de la empresa EPAM-Manta, se pudo notar que los empleados estuvieron satisfechos con las diferentes jornadas de formación realizadas en el último año, debido a el nivel de conocimiento adquirido y la aplicación de los conocimientos en el trabajo que han beneficiado la atención al usuario.

El impacto del equipamiento tecnológico en el servicio de call center de la empresa EPAM-Manta, ha sido satisfactorio, puesto que el tiempo de espera promedio máximo es de 5 minutos, la tasa de resolución de llamadas está por encima de 200 llamadas al mes y la valoración de los clientes es satisfactorio según la aprobación de ellos mismos.

Las plataformas virtuales han impactado en la capacitación del recurso humano de la empresa EPAM-Manta, dado que la participación de los servidores públicos en los cursos virtuales ha sido mayor a 20 empleados asistentes, los mismos han estado muy satisfechos con la capacitación virtual y el impacto en el desempeño laboral ha sido muy beneficioso tanto así que el público asistente que ha sido atendido ha valorado como medianamente satisfechos, sin embargo, consideran importante usar las capacitaciones presenciales por ser el computador o el lugar de trabajo un espacio poco adecuado para la concentración y el aprendizaje.

Referencias

1. Arana Fernández, J. J. (2019). Seguridad en las Tecnologías de la Información. <http://3.17.44.64/handle/20.500.12819/779>
2. Arévalo Pabón, A. L. (2018). Aplicación de la teoría de colas en tiempos de espera para la atención de usuarios en el laboratorio clínico de la empresa IPS Unipsalud 2000 Guaduas Ltda. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/20927/ArevaloPabonAuraLuz2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
3. Barragán Martínez, X. (2022). Posmodernidad, gestión pública y tecnologías de la información y comunicación en la Administración pública de Ecuador. Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos, 1(14), 113-131. <https://orcid.org/0000-0002-2671-6555>

4. Belzunce , M., & Aguirre, D. (30 de Octubre de 2018). Las empresas españolas aún están lejos de entender el potencial disruptivo de las nuevas tecnologías. Obtenido de Computerworld: <https://www.computerworld.es/tecnologia/las-empresas-espanolas-aun-estan-lejos-de-entender-el-potencial-disruptivo-de-las-nuevas-tecnologias>
5. Cabrera Buri, M. A. (2019). Incidencias de las nuevas TIC en la calidad del servicio de atención al usuario de empresas públicas. Caso dirección general del registro civil, identificación y cedulación de la agencia matriz Guayaquil-Ecuador (Doctoral dissertation). <http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/975/Incidencias%20De%20Las%20Nuevas%20TIC%20En%20La%20Calidad%20Del%20Servicio%20De%20Atención%20Al%20Usuario%20De%20Empresas%20Públicas.%20Caso%20Dirección%20General%20Del%20Registro%20Civil%20Y%20Cedulación%20De%20La%20Agencia%20Matriz%20Guayaquil-Ecuador..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Chamoly Urtecho, K. M. A., & Palomino Alvarado, G. del P. (2021). Gestión de la calidad de servicio al usuario en las UGEL: Una mirada regional. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 378-403. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.239
7. Fanjul , & Valdunciel. (2009). IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL NEGOCIO BANCARIO ESPAÑOLIMPACT OF THE NEW TECHNOLOGIES IN THE SPANISH BANK BUSINESS. *Science Direct*, 81-93.
8. Fernández Alles, M. T., & Cuadrado Marqués, R. (2014). El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: Aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural. *International journal of world of tourism*, 1 (2), 10-18. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/77065/EI%20impacto%20de%20las%20nuevas%20tecnologías%20en%20el%20sector%20turístico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Hernández, Y. L. R., Méndez, A. G., & Fernández, I. J. R. A. (2021). El aprendizaje y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. *Revista Cubana de Educación Médica Superior*, 35(3), 1-18. <https://www.medigraphic.com/pdfs/educacion/cem-2021/cem213p.pdf>
10. Macias , E. (24 de Octubre de 2018). El usuario como centro de la transformación digital. Obtenido de Computerworld: <https://www.computerworld.es/tecnologia/el-usuario-como-centro-de-la-transformacion-digital>

11. Mendoza, H., Mendoza, K., & Mendoza, J. (2018). Incidencia del uso de nuevas tecnologías en la calidad de servicio en instituciones públicas de Manabí, Ecuador. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 22(89).
<https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/36/39>
12. Pardo, L. (2011). Aplicación de las nuevas tecnologías en la administración pública. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 13(1), 105-126.
https://accid.org/wpcontent/uploads/2018/10/Aplicacion_de_las_nuevas_tecnologias_en_la_Administracion_Publica.pdf
13. Sánchez Rodríguez, J. (2009). Plataformas de enseñanza virtual para entornos educativos.. *Revista de Medios y Educación*, núm. 34, enero, 2009, pp. 217-233.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36812036015>
14. Upegui, A. S. (2006). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (17).
<http://34.231.144.216/index.php/RevistaUCN/article/view/214/408>
15. Yépez, W. S., & Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Industrial data*, 19(2), 13-20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).