

REDISEÑO DEL MODELO OPERATIVO DE
MICROEMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES PARA
POTENCIAR SU EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD



PROBLEMA

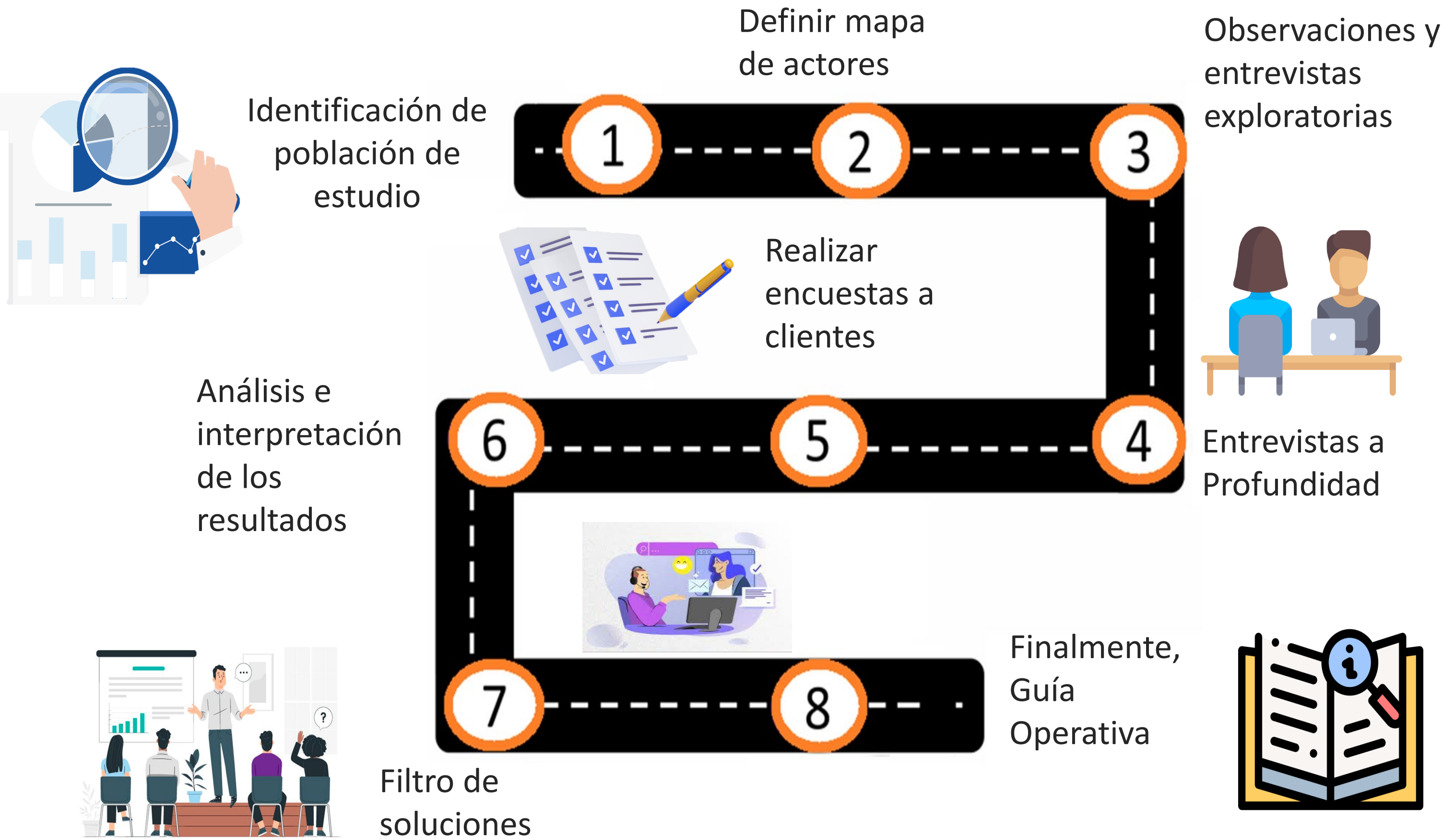
Dos Vías Comunicaciones enfrenta desafíos como limitaciones financieras, regulatorias y tecnológicas. Estos problemas afectan su capacidad de operar de manera eficiente, expandirse y adaptarse a un mercado en constante evolución. Además, las crisis de seguridad y energética en Ecuador intensifican estos desafíos, impactando en la calidad de los servicios ofrecidos.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una propuesta de mejora operativa de la gestión de los servicios de Dos Vías Comunicaciones, promoviendo su sostenibilidad y competitividad en el sector de telecomunicaciones y seguridad, para la expansión de esta empresa a nivel nacional.

PROPUESTA

La metodología utilizada integra herramientas de investigación tanto cualitativas como cuantitativas, lo que permite obtener una visión completa del fenómeno analizado



RESULTADOS

Entre los principales hallazgos obtenido de los 40 encuestados económicamente activos entre 26 a 45 años.

Alta satisfacción de los clientes con la calidad del servicio, reflejada en el 100% de recomendación.



Identificación de oportunidades de mejora en los tiempos de respuesta, a pesar de la percepción general positiva.



Necesidad de ampliar la cobertura en zonas rurales y fortalecer el soporte técnico personalizado.



CONCLUSIONES

• **Oportunidades de mejora en tiempos de respuesta:**
Aunque los clientes valoran positivamente los tiempos de respuesta, un segmento pequeño los percibe como lentos o adecuados. Esto subraya la necesidad de optimizar los procesos de atención técnica.

• **Satisfacción y lealtad del cliente:**
La mayoría de los clientes están satisfechos con los servicios ofrecidos en un 100% de recomendación y una alta proporción de usuarios leales con más de tres años de relación.

• **Soporte técnico y personalización:**
Las preferencias de los clientes se inclinan hacia la asistencia 24/7 y la personalización de servicios. Estas áreas son prioritarias para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la percepción de valor