



# OBSERVATORIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA

## GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y POSICIONAMIENTO DE MERCADO DE MEG@COM TV; EMPRESA DE INTERNET Y TELEVISIÓN PAGADA EN EL CANTÓN NARANJITO

Bremero Leonardo Fabiani Orbea<sup>1</sup>

[bfabiano@unemi.edu.ec](mailto:bfabiano@unemi.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-0327-2250>

Génesis Lissett Hidalgo Zambrano<sup>2</sup>

[genlis\\_95@hotmail.com](mailto:genlis_95@hotmail.com)

Marco Antonio Auqui Llivisupa<sup>3</sup>

[marc1991\\_e.p@outlook.com](mailto:marc1991_e.p@outlook.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Bremero Leonardo Fabiani Orbea, Génesis Lissett Hidalgo Zambrano y Marco Antonio Auqui Llivisupa: "Gestión administrativa y posicionamiento de mercado de MEG@com TV; empresa de internet y televisión pagada en el Cantón Naranjito", Revista Observatorio de la Economía Latinamericana (enero 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/economia-latinoamericana/oel-enero21/empresa-internet-television>

### RESUMEN

El presente estudio tiene como **objetivo**; "Determinar la influencia de la gestión administrativa en el posicionamiento de mercado de la empresa MEG@COM TV para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes"; para lo cual aplicó un **diseño metodológico** no experimental, con enfoque cuantitativo, con la utilización de la investigación histórica, descriptiva y exploratoria, así como los métodos teórico, empírico y de Pearson; además de las técnicas de la encuesta y la entrevista; con lo que se obtuvo los siguientes **resultados**: MEG@COM TV cuenta con un servicio pionero donde fusiona el internet y la televisión por cable, lo que ha permitido que los clientes respondan positivamente ante la oferta del nuevo servicio, incrementando su cartera de clientes en un 31%; sin embargo presenta problemas con el tiempo de espera para que los usuarios sean atendidos, el 58% considera que la empresa casi siempre cumple con los tiempos, lo que provoca que el sentimiento de satisfacción sea del 51%, impidiendo que un 65% de los clientes recomienden los servicios de la empresa a otras personas. Con lo que se **concluye** que MEG@COM TV presenta varias inconsistencias en su gestión administrativa, por lo que debe considerar implementar nuevas

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, Universidad Estatal de Milagro

<sup>2</sup> Ingeniera Comercial, Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, Universidad Estatal de Milagro

<sup>3</sup> Ingeniero Comercial, Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, Universidad Estatal de Milagro

formas para controlar los procesos de la instalación del servicio y atención al cliente, además debe trabajar arduamente en los niveles de insatisfacción de los usuarios, mejorando la eficacia de la empresa; comprobando que la gestión, administración y el posicionamiento tienen una estrecha relación.

**Palabras Claves:** Gestión Administrativa, Posicionamiento de Mercado, Empresa.

## **ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND MARKET POSITIONING OF MEG @ COM TV; INTERNET AND PAID TELEVISION COMPANY IN THE NARANJITO CANTON**

### **ABSTRACT**

The present study aims to; "Determine the influence of administrative management in the market positioning of the company MEG@COM TV to satisfy the needs and requirements of customers"; For which he applied a non-experimental methodological design, with a quantitative approach, with the use of historical, descriptive and exploratory research, as well as the theoretical, empirical and Pearson methods; in addition to survey and interview techniques; with which the following results were obtained: MEG@COM TV has a pioneering service where it merges the internet and cable television, which has allowed clients to respond positively to the offer of the new service, increasing its client portfolio in 31%; However, it presents problems with the time of waiting for the users to be attended, 58% consider that the company almost always meets the times, which causes the feeling of satisfaction to be 51%, preventing 65% of the customers Recommend the company's services to others. With which it is concluded that MEG@COM TV presents several inconsistencies in its administrative management, so it must consider implementing new ways to control the processes of the installation of customer service and attention, it must also work hard on the levels of dissatisfaction of users, improving the efficiency of the company.

**Keywords:** Administrative Management, Market Positioning, Company.

### **INTRODUCCIÓN**

MEG@COM TV, es una empresa de Internet y televisión pagada radicada en el cantón Naranjito, está presente en el mercado desde el año 2007, bajo la propiedad del señor Charles Milton García Rodríguez, iniciando como un cyber, para consecutivamente dedicarse como proveedor de internet, inició con una acogida muy fructífera pero por la presencia de la competencia, la empresa tuvo que cambiar su servicio y mejorar su calidad, ofreciendo internet a través de fibra óptica y adicionándole el servicio de televisión pagada al paquete.

El problema se concentra en la forma en como es administrada la empresa, la misma que presenta inconvenientes que afectan al posicionamiento del nuevo paquete de servicio en el mercado, causado por las falencias que presenta la atención al cliente y su satisfacción, lo que ha afectado la credibilidad empresarial. La mala atención al cliente, direccionada específicamente en la solución oportuna de requerimientos y de problemas de instalación; así como dificultades técnicas en los equipos, ha causado un alto nivel de deserción de los clientes; quienes han cambiado su fidelidad hacia servicios ofrecidos por la competencia. En el presente MEG@COM TV, posee un producto estratégico que fácilmente podría posicionarse en el mercado, sin embargo, por la falta de capacidad de la empresa para solucionar los inconvenientes de los clientes, este no ha podido tener el éxito esperado.

Para el desarrollo de los resultados se aplicó un diseño metodológico, partiendo de un enfoque no experimental, con base cuantitativa, sostenido por el aporte de la investigación histórica, descriptiva y exploratoria. Además, requirió el uso de diferentes métodos como el teórico y empírico, así como, la aplicación de las técnicas de recolección de datos de la encuesta y entrevista, para finalmente contrastar la hipótesis a través del método de Pearson.

Con lo expuesto es pertinente describir la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo influye una correcta gestión administrativa en el posicionamiento de mercado de la empresa MEG@COM TV?; lo que da paso a la articulación del siguiente objetivo: “Determinar la influencia de la gestión administrativa en el posicionamiento de mercado de la empresa MEG@COM TV para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes”

## **MARCO TEÓRICO**

El marco teórico permite expresar los conceptos elementales relacionados con el objeto de estudio, en este caso se definen las variables.

### **Gestión Administrativa**

#### **¿Qué es el proceso Administrativo?**

De acuerdo a las conceptualizaciones seleccionadas por la Universidad Católica Boliviana San Pablo (2017) se define al proceso administrativo según:

Henri Fayol: “Administrar es prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar a través de la gerencia”. Para José Antonio Fernández Arena: “La Administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado.” De acuerdo a Agustín Reyes Ponce “La Administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social”. (pág. 47)

La percepción administrativa se basa esencialmente en el proceso de organizar, coordinar y controlar los diferentes tipos de procesos que se llevan a cabo dentro del entorno empresarial, a través de la gestión administrativa se encaminan y engranan todo flujos productivos e instituciones de una organización, con el fin de cumplir con los objetivos propuestos. De acuerdo con Contreras Bello (2011): “La administración se refiere a los procedimientos de una actividad y la forma como se realiza esta; en este sentido, la administración es el control y manejo de los recursos materiales y humanos para los grandes fines y aspiraciones” (pág. 91).

De esta manera la Gestión Administrativa se traduce en una práctica que coordina diferentes eventos, cosas y personas que interactúan dentro de una organización, con el fin de llegar a las metas propuestas, de manera efectiva, con el uso de las habilidades de los integrantes de la empresa. (Universidad Católica Boliviana San Pablo, 2017). Así Bello (2011) en el análisis respectivo sobre la gestión administrativa, sostiene que: “En la administración todavía se mantiene la inadmisibles división social y técnica del trabajo, en momentos en que la organización requiere más iniciativa, creatividad y adaptación a los cambios, lo que implica una gran movilización de la inteligencia” (pág. 135).

### **Posicionamiento de Mercado**

El posicionamiento de mercado es de gran relevancia para el futuro de una empresa, para efectos de comprensión se definen diferentes conceptos de acuerdo al criterio de diferentes autores.

Desde del análisis de Coca (2007): “El posicionamiento es el acto de diseñar una oferta e imagen empresarial destinada a conseguir ocupar un lugar distinguible en la mente del público objetivo” (pág. 106).

Para Coca, el posicionamiento de un producto o servicio, es aquel sitio que este “producto o servicio” ocupa dentro de la mente de los consumidores, quienes realizan diferentes comparaciones de los atributos que ofrece con otros productos o servicios de similares características. Con este referente las empresas deben disponer de diferentes tipos de elementos que permitan crear una imagen fuertemente posicionada del producto en la mente del consumidor, a través del uso de estrategias diferenciadoras y ventajas competitivas que marquen diferencia con la competencia. De esta manera el posicionamiento es el lugar ocupado por el producto o servicio de acuerdo con la perspectiva del consumidor, lo que indica que cada consumidor tiene una forma diferente de apreciar un producto.

Complementando los enunciados anteriores se precisa el significado de la satisfacción al cliente. Para Viñas (2005):

El concepto de satisfacción o de calidad, desde el punto de vista del usuario, es subjetivo. Los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, la calidad, desde este

punto de vista, es personalizada y subjetiva, y las organizaciones con ánimo de lucro pueden tener interés en satisfacer todas las demandas de los clientes que estén dispuestos a pagar por ellas. (pág. 3)

Según García Fernández, Cepeda Carrión, & Ruíz (2012): “Promueve que una clientela satisfecha repercute positivamente en la situación económica y competitiva en los mercados a través del incremento del volumen de adquisiciones de productos, el descenso de los costes de comunicación, la atracción de nuevos clientes” (pág. 310).

Así, la satisfacción del cliente se convierte en una de las metas principales de las empresas, un servicio acorde a las expectativas de los consumidores, trae consigo una ventaja competitiva, lo que permite afianzar el posicionamiento de mercado, y sobre todo aumentar la fidelización de la cartera de clientes.

## MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología que responde al proceso investigativo tiene un enfoque no experimental, con base cuantitativa; fundamentada en la investigación histórica, descriptiva y exploratoria, a través de las cuales se conoció los antecedentes históricos de la empresa. Además, se utilizó los métodos teóricos y empíricos, dentro del cual se aplicaron los instrumentos de recolección de datos, elaborando una entrevista que permitió conocer la forma en cómo se aplica la Gestión Administrativa y la encuesta, conformado por un cuestionario de preguntas cerradas de opciones múltiples para identificar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa de internet y televisión pagada del cantón Naranjito. El método aplicado para la confirmación de la hipótesis se realizó a través de la Correlación de Pearson utilizando el Software SPSS con el cual se determinó la relación entre las variables

### Población y Muestra

La **población** del estudio está comprendida por los 1500 usuarios del servicio de internet que ofrece MEG@COM TV.

La **muestra** del estudio, responde aun muestreo de tipo probabilístico, con la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, descrita a continuación:

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

Previo cálculo se obtiene:

$$n = \frac{1500 (1,96)^2 (0,05)(0,95)}{(1500 - 1)^2 (0,05) + (1,96)^2 (0,05)(0,95)} = 306$$

**Fuente:** (Auqui Llivisupa & Hidalgo Zambrano, 2019)

**Elaboración:** Los Autores

La muestra está constituida por 306 clientes de la empresa MEG@COM TV.

### Hipótesis

Para el desarrollo investigativo planteó las siguientes hipótesis nula (Ho) y alternativa (Ha).

- ✓ **Ho:** “La gestión administrativa aplicada de forma correcta no aumenta el posicionamiento de mercado de una empresa de internet y televisión pagada en el cantón Naranjito” (Auqui Llivisupa & Hidalgo Zambrano, 2019, pág. 20).
- ✓ **Ha:** “La gestión administrativa aplicada de forma correcta aumenta el posicionamiento de mercado de una empresa de internet y televisión pagada en el cantón Naranjito” (Auqui Llivisupa & Hidalgo Zambrano, 2019, pág. 20).

### Variables

En la tabla 1, se identifican las variables de estudio, indicadas a continuación:

**Tabla 1:** Variables

<b>VARIABLES</b>	
<b>Dependiente</b>	<b>Independiente</b>
“Gestión Administrativa”	“Posicionamiento de Mercado”

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

## RESULTADOS

### Gestión Administrativa

En la Tabla 2, se describe la relación del proceso de la gestión administrativa de la empresa MEG@COM TV del cantón Naranjito, arrojando los siguientes resultados:

**Tabla 2:** Gestión Administrativa

<b>GESTION ADMINISTRATIVA EMPRESA DE INTERNET Y TELEVISIÓN PAGADA</b>	
<b>Ubicación Geográfica</b>	✓ Cantón: Naranjito

---

	✓ Provincia: Guayas
	✓ País: Ecuador
<b>Presencia de la empresa en el mercado</b>	✓ 12 años en el mercado ofreciendo servicio de internet.
	✓ 7 meses con el paquete televisión pagada.
	✓ Naranjito
<b>Segmento de Mercado</b>	✓ Marcelino Maridueña
	✓ Sectores aledaños
	✓ Hogares
<b>Mercado objetivo</b>	✓ Empresas
	✓ Entidades públicas.
<b>Objetivos organizacionales</b>	✓ Expansión de sus servicios hacia Simón Bolívar y Milagro.
<b>Estructura organizacional</b>	✓ No disponible
	✓ Técnicos (4)
	✓ Ayudantes (4)
<b>Distribución de funciones</b>	✓ Administrativos (6)
	✓ Mensajero (1)
<b>Número de Trabajadores</b>	✓ 15 trabajadores
<b>Aplicación de la Gestión Administrativa</b>	✓ Aplican adecuadamente según el criterio del Gerente.
<b>Estudios de Mercado</b>	✓ No se realizan
<b>Eficiencia de los Procesos de la Empresa</b>	✓ No definida
<b>Producto estrella</b>	✓ Internet y televisión pagada
<b>Precio del servicio</b>	✓ Paquetes de \$35, \$40 y \$45 según la velocidad del internet
<b>Numero de usuario</b>	✓ 1500
<b>Tiempo de accesibilidad al servicio</b>	✓ Entre 24 y 48 horas
<b>Tiempo de atención al usuario</b>	✓ Servicios de soporte: 24 horas
	✓ Servicios de Instalación: 24 a 48 horas
<b>Complicaciones en el proceso de contratación</b>	✓ Saturación de cables
	✓ Disponibilidad de stock
	✓ Inventario sin control
<b>Afectaciones en el proceso de contratación</b>	✓ Factores climáticos
<b>Frecuencia de quejas, reclamos</b>	✓ Reciben 30 quejas promedio por semana
	✓ Resuelven 25 quejas promedio por semana
<b>Frecuencia de cancelación del servicio</b>	✓ Por falta de pago

---

<b>Planes de acción</b>	✓ Poco proactivos
<b>Satisfacción de los usuarios</b>	✓ Considera a sus usuarios satisfechos
<b>Registros históricos de la medición de la satisfacción de los usuarios</b>	✓ No existen registros

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

De acuerdo al análisis de la gestión administrativa que se realiza en la empresa de internet y televisión pagada del cantón Naranjito, se identifican algunas falencias en el proceso, como la falta de una estructura organizacional, un número limitado de 4 técnicos y 4 ayudantes en relación a los 1500 usuarios, es decir que cada técnico cuenta con su respectivo ayudante y tiene 375 usuarios bajo su responsabilidad, adicionalmente las instalaciones del servicio de los nuevos clientes.

Además no se realizan estudios de mercado y no se conoce que tan eficiente son los procesos con los que cuenta en la actualidad. Otro inconveniente detectado es la falta de control del stock y la saturación de los cables en la red externa, esto complica y retrasa el proceso de instalación del servicio, además no tienen claro las causas que afectan el proceso de contratación y le atribuyen al factor climático toda la responsabilidad.

La Gerencia de la empresa esta bajo la responsabilidad del Ing. Boris Geovanny García Rodríguez, hermano del propietario de la empresa; la empresa es de carácter administrativo familiar, los demás cargos administrativos lo realizan familiares directos del propietario, esta característica es común dentro de las Pymes y que trae consigo marcados inconvenientes en la gestión administrativa. (Ver tabla 2)

### Satisfacción de los clientes

La descripción de la tabla 3, menciona los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta al grupo de clientes de MEG@COM TV, los mismos que son:

**Tabla 3:** Tiempo de Usuario

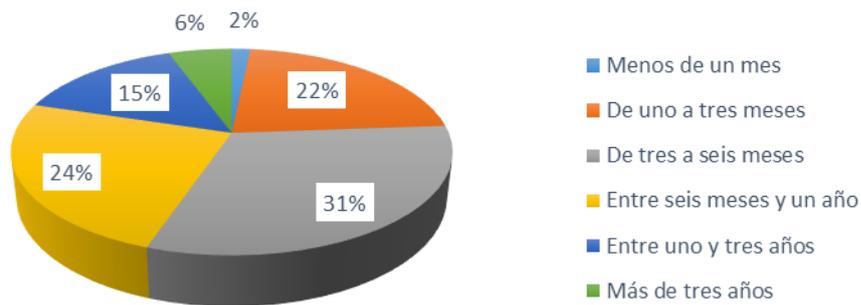
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 1 mes	5	0,02	2%
De 1 a 3 meses	68	0,22	22%
De 3 a 6 meses	96	0,31	31%
Entre 6 meses y 1 año	75	0,25	25%
Entre 1 y 3 años	45	0,15	15%

Más de 3 años	17	0,06	6%
	306	0	24%

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

### ¿Qué tiempo tiene como usuario de la empresa?



**Ilustración 1:** Tiempo de Usuario

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La ilustración 1, muestra que: el 31% de los usuarios tiene entre tres y seis meses, lo que indica que muchos usuarios cambiaron sus servicios de internet cuando la empresa incluyó la televisión pagada (7 meses en el mercado) en su paquete.

La descripción de la tabla 4 expone:

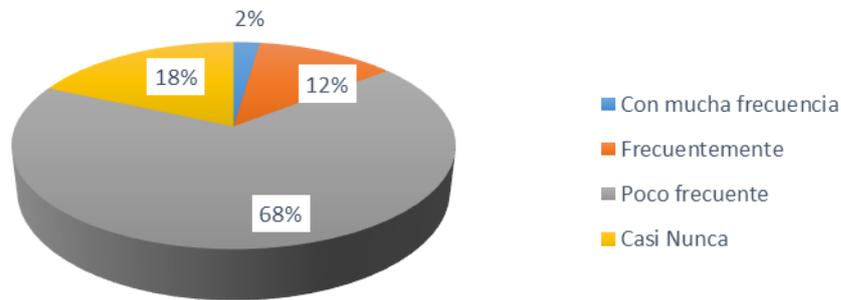
**Tabla 4:** Frecuencia de interrupción del servicio

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Con mucha frecuencia	7	0,02	2%
Frecuentemente	37	0,12	12%
Poco frecuente	206	0,67	67%
Casi Nunca	56	0,18	18%
	306	1	100%

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

## ¿Con que frecuencias presenta inconsistencias el servicio de la empresa?



**Ilustración 2:** Frecuencia de interrupción del servicio

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La ilustración 2, muestra que: el 68% de los usuarios considera que el servicio que proporciona la empresa presenta interrupciones con poca frecuencia, esto es gracias a que el servicio se provee a través de fibra óptica.

La descripción de la tabla 5 expone:

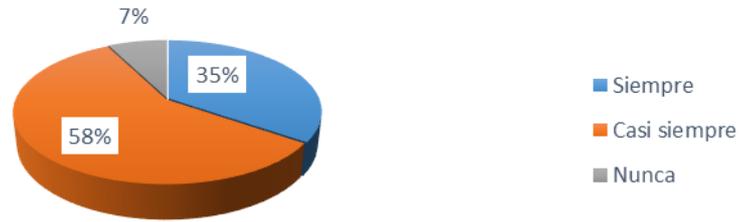
**Tabla 5:** Cumplimiento de tiempo de espera para reclamos

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Siempre	106	0,35	35%
Casi siempre	177	0,58	58%
Nunca	23	0,08	8%
	<b>306</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

### ¿La empresa cumple con los tiempos de espera establecidos para solucionar los reclamos?



**Ilustración 3:** Cumplimiento de tiempos de espera para reclamos

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La ilustración 3, muestra que: el 58% de los usuarios indica que la empresa casi siempre cumple con los tiempos de espera para darle solución a algún tipo de reclamo, una de las causas de sus atrasos puede ser por el número limitado de técnicos que deben cumplir con otras funciones también.

La descripción de la tabla 6 expone:

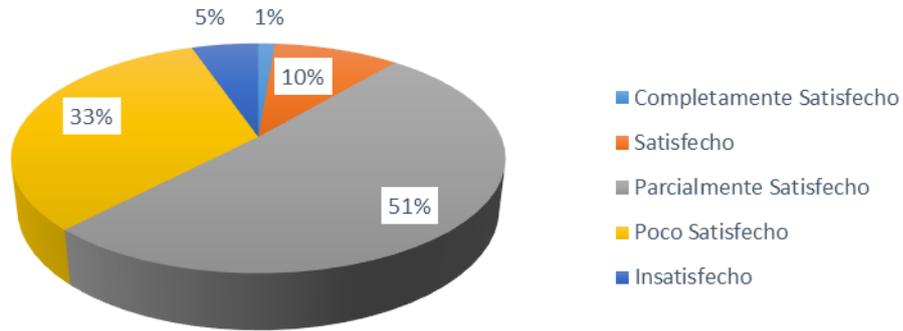
**Tabla 6:** Nivel de Satisfacción

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Completamente Satisfecho	4	0,01	1%
Satisfecho	30	0,10	10%
Parcialmente Satisfecho	156	0,51	51%
Poco Satisfecho	100	0,33	33%
Insatisfecho	16	0,05	5%
	<b>306</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

### Grado de Satisfacción de los Usuarios



**Ilustración 4:** Nivel de Satisfacción

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La ilustración 4, muestra que: el nivel de satisfacción no es el más idóneo, el 51% de usuarios se encuentra parcialmente satisfecho; su malestar puede ser a causa de las demoras que tiene la empresa para atender a los clientes.

La descripción de la tabla 7 expone:

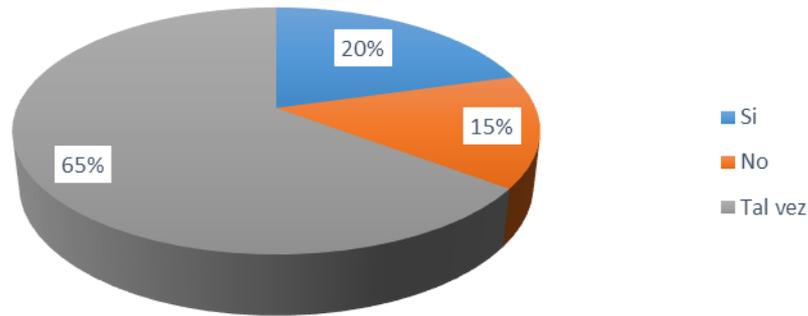
**Tabla 7:** Recomendación de la empresa a nuevos usuarios

Alternativa	Frecuencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
<b>Si</b>	63	<b>0,21</b>	<b>21%</b>
<b>No</b>	45	<b>0,15</b>	<b>15%</b>
<b>Tal vez</b>	198	<b>0,65</b>	<b>65%</b>
	<b>306</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

### ¿Recomendaría usted los servicios de la empresa a otras personas?



**Ilustración 5:** Recomendación de la empresa a nuevos Usuarios

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La ilustración 5, muestra que: el 65% de los usuarios tal vez recomendaría los servicios de la empresa a otras personas, puede ser a causa de las complicaciones que presenta en la atención al cliente y los problemas que a veces se presentan al momento de la instalación del servicio.

#### **Análisis General de la Satisfacción del Cliente**

MEG@COM TV cuenta con un servicio pionero, la fusión del internet y televisión por cable no se suele dar, sin embargo no están enfocando este valor agregado como parte de la ventaja competitiva que tienen ante la competencia, los clientes han respondido positivamente ante la oferta del nuevo servicio, porque su cartera creció en un 31% (ver tabla 3) de usuarios que adquirieron el servicio, tienen un proveedor de internet con el que no tienen problemas de interrupciones y si se presentan son muy poco frecuentes, pero se presenta un problema en el tiempo que deben esperar lo usuarios para que sus reclamos sean atendidos, el 58% (ver tabla 5) considera que la empresa casi siempre cumple con estos tiempos, lo que le genera una imagen nada favorable afectando directamente al nivel de satisfacción en el que los clientes mencionan que se encuentran parcialmente satisfechos y este sentimiento de los usuarios que representa el 51% (ver tabla 6) no permite que recomienden los servicios de la empresa a otras personas; en un 65% (ver tabla 7) tal vez serian portavoces de la promoción del servicio.

### Influencia de la gestión administrativa en el posicionamiento de mercado

La descripción de la tabla 8 expone:

**Tabla 8:** *Gestión Administrativa y Posicionamiento de mercado de la empresa MEG@COM TV*

GESTIÓN ADMINISTRATIVA			POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO		
Proceso	Análisis	Observación	Proceso	Análisis	Observación
<b>Forma de administrar</b>	Aplicada según los principios administrativos	No se emite un argumento más detallado sobre la forma de aplicación de los procesos administrativos.	<b>Tipo de servicio</b>	Internet a través de fibra óptica más servicio de televisión pagada	El internet por ser de fibra óptica ha mejorado y casi no presenta interrupciones, el servicio de televisión por cable no presenta una calidad adecuada
<b>Estudios de mercado</b>	Uso de marketing de boca a boca	El marketing de boca a boca no es una herramienta de estudio de mercado	<b>Costo de los servicios</b>	Dependiendo de la velocidad del internet el costo se encuentra entre \$35, \$40 y \$45	El costo es accesible, se discriminan precios y servicios, este es de mejor calidad mientras más cuesta.
<b>Eficiencia de los procesos</b>	Son eficientes	No se especifica en qué forma son eficientes los procesos de la empresa	<b>Frecuencia de uso del servicio</b>	Diaria	Los clientes utilizan a diario el servicio de forma constante, aunque no cumple con sus expectativas.
<b>Instalación del servicio</b>	Atrasos en la atención de instalaciones o quejas es	No se lleva control de la situación del cableado, existe un inventario	<b>Nivel de Satisfacción</b>	Parcial	Los usuarios no se encuentran satisfechos en su

<p><b>Frecuencia de quejas, reclamos o cancelaciones</b></p>	<p>por cuestiones climáticas o de saturación de cables</p> <p>Existen quejas por los cortes del servicio por falta de pago. Otros reclamos se considera no fundamentados de clientes "quejambrosos"</p>	<p>de stock de cable pero se desconoce el estado de saturación de los sectores.</p> <p>Consideran las exigencias de ciertos clientes como exageradas y sin razón, por lo que no son atendidas oportunamente</p>	<p><b>Nivel de recomendaciones</b></p>	<p>Bajo</p>	<p>totalidad</p> <p>Los usuarios no están convencidos de que deberían recomendar el servicio</p>
--	---	---	--	-------------	--

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La tabla 8, hace referencia a la influencia que tiene la gestión administrativa en el posicionamiento de mercado, en la que se reflejan los puntos con debilidades detectadas, relacionadas con las características del servicio y que impacta de manera directa al servicio, aletargando el proceso de posicionamiento en el segmento de mercado, pero para comprobar la relación que existe entre estas dos variables se procederá a la aplicación de la contratación de hipótesis a través del método de Pearson.

### Comprobación de la hipótesis

La descripción de la tabla 9 expone los criterios con los que se realizó la contratación de la hipótesis planteada, utilizando el sistema SPSS:

**Tabla 9:** Criterios para la contrastación de la Hipótesis

Criterios	
<b>Significancia:</b>	$\alpha = 0.05$
<b>Nivel de confianza:</b>	95%
<b><i>p</i>-valor &lt; 0.05:</b>	Rechaza la $H_0$
<b><i>p</i>-valor <math>\geq</math> 0.05:</b>	Acepta la $H_0$

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

**Elaboración:** Autores

La descripción de la tabla 10, manifiesta los resultados de la correlación de las variables pertinentes:

**Tabla 10:** Correlación de Pearson

		Correlaciones	
		GESTIÓN ADMINISTRATIVA	POSICIONAMIENTO DE MERCADO
<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b>	Correlación de Pearson	1	,837**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	306	306
<b>POSICIONAMIENTO DE MERCADO</b>	Correlación de Pearson	,837**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	306	306

**Fuente:** Proyecto de Investigación: Gestión Administrativa y Posicionamiento de Mercado de una Empresa de Internet y televisión pagada en el cantón Naranjito

## **Elaboración:** Autores

De acuerdo al análisis de la tabla 10, extraído del estudio realizado por Auqui Llivisupa & Hidalgo Zambrano (2019) concluye que:

El p-valor = 0,000 esta cifra indica que existe relación; el valor es  $< 0.05$  y el grado de relación responde a 0,837 que de acuerdo a la escala de valores del coeficiente de correlación existe una correlación positiva alta; rechazando la hipótesis nula. Los datos de la correlación permiten concluir que la gestión administrativa incide directamente en el posicionamiento del mercado. (pág. 30)

Con el análisis establecido de la contrastación de la hipótesis, se evidencia la influencia directa que tiene la gestión administrativa en el posicionamiento de mercado de la empresa.

## **CONCLUSIONES**

MEG@COM TV del cantón Naranjito presenta varias inconsistencias en su gestión administrativa, las mismas que se evidencian en la tabla 8: se debe considerar correcciones en varios procesos administrativos, además se deben realizar estudios de mercado adecuados, que permitan conocer la realidad actual de la empresa frente al mercado.

La empresa debe considerar implementar nuevas formas para controlar los procesos como la instalación del servicio, la calificación de la atención al cliente, el stock del cableado, la saturación de los espacios para las instalaciones, además de desarrollar planes de contingencia para manejar la instalación cuando los factores climáticos no lo permiten.

El proceso de atención al cliente no es adecuado, de acuerdo con la tabla 6: al presentar un 51% de satisfacción parcial, no indica que los clientes estén satisfechos, al contrario, su tendencia es hacia la insatisfacción con el servicio, lo que provoca que el marketing de boca a boca que realizan no sea positivo.

Se debe trabajar arduamente en la satisfacción del cliente que de acuerdo a la tabla 7: el 65% de usuarios que tal vez recomendaría los servicios de la empresa, cuya tendencia se inclina hacia el no, porque tienen dudas de la eficacia de la empresa, pase a formar parte de los clientes satisfechos que son claves para las campañas de marketing futuras.

Como resultado final se puede confirmar que la administración con el posicionamiento, de acuerdo a la correlación de Pearson su p-valor de 0,000 indica la estrecha relación que tienen, mencionando que, si se cambia la forma de administrar la empresa, el posicionamiento del servicio en el mercado también va a mejorar, como se evidencia en la tabla 10.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Auqui Llivisupa, M., & Hidalgo Zambrano, G. (2019). *GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y POSICIONAMIENTO DE MERCADO DE UNA EMPRESA DE INTERNET Y TELEVISIÓN PAGADA EN EL CANTÓN NARANJITO*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro. Recuperado el 12 de diciembre de 2019
- Coca Carasila, M. (2007). IMPORTANCIA Y CONCEPTO DEL POSICIONAMIENTO UNA BREVE REVISIÓN. *Redalyc*, 106, 107. Recuperado el 12 de diciembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>
- Contreras Bello, Y. (2011). Organización, planeación y Administración. *Redalyc*, 91. Recuperado el 12 de diciembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/5177/517751800008.pdf>
- García Fernández, J., Cepeda Carrión, G., & Ruíz, D. M. (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad. *Redalyc*, 310. Recuperado el 12 de diciembre de 2019, de <https://ddd.uab.cat/record/105917>
- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL. Recuperado el 27 de noviembre de 2019, de <http://bit.ly/33sGGjA>
- Mario F. TR. (2006). *Estadística*. Mexico: Pearson Education. Recuperado el 30 de noviembre de 2019, de <http://bit.ly/2P8CoJk>
- Monroy Varela, S. E. (2005). Enfoque y conceptos de una administración renovada. El aporte de Aktouf. *Redalyc*, 135.
- Universidad Católica Boliviana San Pablo. (2017). ORIGEN Y DESARROLLO DE LA ADMINISTRACIÓN. *REdalyc*, 20, 47. Recuperado el 26 de noviembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331004.pdf>
- Viñas, V. (2005). Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico. *Redalyc*, 3.