

FLEXIBILIDAD ORGANIZACIONAL DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES ANTE EL FENOMENO DE EMPODERAMIENTO DIGITAL DE LOS USUARIOS

Roa Aldón Iván¹ Nohemy Yépez²

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue Generar una visión fenomenológica de la Flexibilidad Organizacional de las Empresas de Telecomunicaciones ante el fenómeno de Empoderamiento Digital de los Usuarios, así como la necesidad de innovación del mercado para atender las exigencias de los usuarios, partiendo del empoderamiento digital como iniciativa del beneficiario final. De esta manera, las redes sociales han aportado a la sociedad herramientas para: entretenimiento, comunicación en tiempo real y acceso a la información, organizaciones de profesionales en ambientes virtuales incluyendo entornos académicos y laborales; hace una década eran una utopía que gozaba de incredulidad, haciéndose tangible incluso en países con procesos socio-culturales complejos. Reflexionando que el empoderamiento digital así como su trascendencia en el tiempo sugiere a las empresas de telecomunicaciones se reestructure organizacionalmente, de manera que, comprendan la demanda de los usuarios al tiempo de reconocer un cambio de paradigma en el servicio, para contribuir con el proceso de desarrollo de Venezuela.

Descriptor: Flexibilidad Organizacional, Empoderamiento Digital, Empresa de Telecomunicaciones.

ABSTRACT

ORGANIZATIONAL FLEXIBILITY OF TELECOMMUNICATIONS COMPANIES TO THE PHENOMENON OF DIGITAL EMPOWERMENT OF USERS

The purpose of this research was to generate a phenomenological vision of the Telecommunication Companies 'Organizational Flexibility to the phenomenon of Digital User Empowerment, as well as the need for market innovation to meet users' demands, starting with digital empowerment as initiative of the final beneficiary. In this way, social networks have provided society with tools for: entertainment, real-time communication and access to information, professional organizations in virtual environments including academic and work environments; a decade ago was a utopia that enjoyed disbelief, becoming tangible even in countries with complex socio-cultural processes. Reflecting that digital empowerment as well as its transcendence in time suggests that telecommunication companies are reorganized organizationally, so that they understand the demand of users while recognizing a paradigm shift in the service, to contribute to the process of development of Venezuela.

Descriptors: Organizational Flexibility, Digital Empowerment, Telecommunications Company.

¹Gerente de Plataforma y Servicios. CANTV. MSc. en Gerencia de las Finanzas y los Negocios. Universidad Yacambú. (UNY, Venezuela). ivanroaldon@gmail.com

²Doctora en Gerencia, Universidad Yacambú, (UNY, Venezuela). Postdoctora en Epistemología. International Life long Learning University, (ILLU, Curazao). Centro internacional Estudios Avanzados, (Ciea Sypal, Venezuela). Docente Universitaria. nohemy9499@gmail.com nohemyyepz@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

La avasallante innovación tecnológica ha acelerado cambios sustanciales en todas las dimensiones del quehacer humano, generando en la sociedad la demanda progresiva de mantenerse acorde a su tiempo, con procesos de comunicación en tiempo real efectivos orientados a el intercambio de ideas y conocimientos que fortalezcan el aprendizaje, las áreas de desempeño en un entorno laboral.

La investigación plantea generar un acercamiento fenomenológico en torno a la gestión del cambio en las empresas de telecomunicaciones en Venezuela, ante la necesidad de innovación del mercado y atender las exigencias de los usuarios de los servicios que ofrecen, partiendo del empoderamiento digital como iniciativa del usuario.

En este sentido, durante la última década la sociedad experimentó el acercamiento a la información, debido a una nueva forma de obtenerla, siendo esta, la evolución tecnológica como medio de comunicación entre las personas pasando al uso de redes sociales como agente externo que satisfacía sus necesidades con las limitantes que los sistemas comunicacionales le permitían, a un generador de contenidos, que requiere mayores niveles de aceleración de transmisión de datos, capacidad de almacenamiento, acceso multiplataforma y control en uno o dos dispositivos móviles de autogestión y desarrollo.

De allí, las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones han evolucionado progresivamente para satisfacer la necesidad de sus usuarios de redes o servicios como la permanencia y pertinencia en el mercado, hecho que para cada empresa representa un reto constante de entender la evolución de la tecnología con respecto a la satisfacción del usuario.

Seguidamente, las teorías relacionadas con la investigación, de forma tal, abordadas todas las aristas lineal y transversalmente de modo que apoyan en el objeto de investigación en cuanto a las propuestas y teorías en materia de estrategias gerenciales, cambios organizacionales y empoderamiento digital, así como el apalancamiento de nuevas estructuras organizacionales orientadas a la prestación de servicio con base a calidad de servicio.

En este orden de ideas marco referencial se sometió a estudio usuarios de lastres empresas de telefonía celular, Telecomunicaciones Movilnet como operadora de telecomunicaciones del Estado venezolano, las empresas Movistar y Digitel como proveedoras de servicios de telefonía celular con capital privado, a los fines de conocer la experiencia de usuarios de todas las empresas y al mismo tiempo verificar si existen diferencias en cuanto al tipo de empresa: pública o privada.

La investigación bajo el enfoque cualitativo, se usaron técnicas ajustadas al método hermenéutico para llegar a la verdad y complementar esta investigación, se usó una entrevista semi-estructurada para los usuarios de servicios, considerando que el universo de usuarios de servicios supera los quince millones de usuarios según los datos de cartera de clientes de las empresas operadoras de telefonía celular en Venezuela.

2. APROXIMACIÓN AL OBJETO DE ESTUDIO

A partir del anclaje del término globalización y sus efectos en diferentes sectores económicos, las telecomunicaciones han tomado un rol preponderante en las sociedades, debido a el acercamiento a la información en tiempo real y el manejo de contenidos impulsando nuevas tendencias de comunicación e intercambio de conocimiento con altas tasas de exigencia, al punto que los operadores de telecomunicaciones han basado sus casos de negocios sobre la necesidad y el requerimiento de los usuarios de los servicios.

Por su parte, Caldevilla (2010), planteaba “el mundo de Internet está en constante, frenética y vertiginosa evolución, la redes de hace unos años, las primigenias, son diametralmente distintas a las redes sociales que manejan los internautas del 2010.” Dando cuenta que, para entonces se avizoraba el inevitable avance al proceso de empoderamiento digital del “internauta” quienes marcaron la pauta a seguir a las empresas de telecomunicaciones, originando cambios en la forma de prestar servicios debido al crecimiento vertiginoso de usuarios que demandó mayor velocidad de conexión.

Ahora bien, las redes sociales repercuten directamente en la sociedad por que su uso ha procurado el empleo de éstas como herramientas alternativas para mantener comunicación constante en cualquier lugar y en todo momento, sin necesidad de intermediarios, solo el usuario y el proveedor de servicios a internet, al mismo tiempo son utilizadas como herramientas de entretenimiento.

En tal sentido, las comunicaciones en tiempo real tienen principalmente impacto en el acceso e intercambio de información en todos los entornos, con ello, se han creado asociaciones entre las personas en los ámbitos profesionales, educativos y laborales, lo que hasta no menos de cinco años eran una utopía que gozaba de cierta incredulidad, haciéndose tangible incluso en países con procesos socio culturales complejos, en principio buscó la interconexión, pero los usuarios lo hicieron social dándole un enfoque diferente lo que conllevó al fenómeno del empoderamiento digital.

Ahora bien, Venezuela como punto de enfoque de interconexión geoestratégico entre Sudamérica y el resto de los continentes ha evolucionado a pesar de las

dificultades afrontadas en los últimos tiempos la decadencia en la calidad del servicio aunado a diversos factores políticos y tecnológicos que ha demandado el fortalecimiento de las redes, a pesar de ello ha decidido responder a sus usuarios por diferentes vías que van desde lo económico, cultural, tecnológico y comercial; así como los factores externos e internos de las empresas de telecomunicaciones que han mermado sus inversiones, incidiendo directamente en sus ingresos por ende en la optimización continua del servicio.

En este sentido, la situación económica actual de Venezuela da cuenta de un descenso en el crecimiento tecnológico, según lo reflejan los informes de cifras del sector de telecomunicaciones de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones 2016, como consecuencia de diferentes estrategias implementadas desde el primer trimestre de 2013, hecho que ha reducido progresivamente los niveles de ingresos, inversión y rentabilidad para las empresas del sector, donde se observan descensos en ingresos, usuarios e inversión, lo que ha incidido con la calidad del servicio, producto del alto costo del mantenimiento en la plataforma afectando directamente a los usuarios en sus diferentes extractos sociales.

En otras palabras, a diferencia de otros países Venezuela, ha afrontado una crisis sistemática con influencia generalizada, partiendo del hecho de la confrontación de poderes como vorágine para la depresión financiera y económica que se complicó gradualmente por la masificación e intervención de niveles medios y bajos de inversión, reduciendo la producción así como consumo de los productos o servicios.

Por ende, una realidad de la cual las empresas de telecomunicaciones no son exentas, atizando también en la oleada de causas que desencadenan en el deterioro de la calidad de productos y servicios, trayendo como consecuencia que el usuario acumule una deuda impagable como castigo a la empresa de telecomunicaciones por el mal servicio, alcanzando al final del día la deserción de usuarios.

En consecuencia, las políticas y estrategias de las empresas de servicios de telecomunicaciones aparentemente no han sido las más acertadas, ya que, se han enfocado en la realidad y necesidad de mantener un ingreso que provea una ganancia pero que limite la reinversión, dado los altos costos y las limitantes para recuperar ingresos proveniente de los pocos servicios que tienen en oferta, debido que es necesario realizar el mantenimiento continuo a los sistemas que aún tiene, evidentemente redundando en la satisfacción del usuario del servicio, desestimando las propias capacidades para la gestión de crisis y optimización de recursos.

Con base a estas premisas, las empresas de telecomunicaciones requieren mejorar de forma constante en procura de la estabilidad financiera; tomando en cuenta que a este sector tan importante les corresponde gerenciar igualmente en la crisis, de

manera que, puedan establecer con certeza su redimensionamiento para no perecer mientras dure el peligro, en este sentido, es preciso evaluar constantemente la misión y visión considerando en todo momento los riesgos externos e internos para apalancar la calidad y rentabilidad según sus propias oportunidades o fortalezas e incorporando las demandas de los usuarios.

Bajo estas circunstancias que pareciera completamente desatinada, se plantea un tema de estudio el cual obedece al interés profesional de coadyuvar en la reingeniería de estrategias de negocios, que fortalezcan la estructura de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios de servicios de telefonía celular, permitiendo flexibilidad en la ejecución de planes y proyectos programados tanto como desviaciones originadas en temporadas o eventos extraordinarios.

De esta manera, la situación económica que exige la búsqueda de cambios organizacionales en materia de negocios y comercialización de productos y servicios, con el objeto de fortalecer al sector productivo, no obstante, la participación del usuario quien gracias al empoderamiento digital exige del proveedor de servicios mayor rapidez, acercamiento y acceso a la información, sin desestimar el factor económico, es quizá un equilibrio entre la disponibilidad de oferta y servicio que ofrece el operador y las necesidades o expectativas de los usuarios.

La conjugación de diferentes ámbitos requiere de una Cultura Organizacional orientada a dar respuesta a estas condicionantes y asimilar los cambios de forma acelerada y oportuna, respetando las normas de calidad, sin menoscabo a la satisfacción del cliente, por consiguiente, las empresas de telecomunicaciones dependen de su planificación, organización y proyección para ser sustentables consciente de los avances en materia tecnológica, la evolución del usuario y la rentabilidad financiera.

2.1. Motivación del Investigador

Sobre todo, el control que brinda la planificación estratégica ofrece aproximación oportuna a la toma de decisiones, con estimaciones de resultados adecuados a las necesidades en tiempo e inversión, que minimizan los riesgos y las pérdidas, cada vez más importantes porque los cambios han de ser ejecutados con más celeridad con tiempos de respuesta más cortos.

En cuanto al punto de vista como usuario, demando altos niveles de calidad en el servicio y en los productos, reconociendo el empoderamiento de la decisión para escoger al proveedor de servicio y la ofertadeherramientas, aunado a la comunicación directa que permite en tiempo real informar a la empresa de

telecomunicaciones en qué momento sus servicios no satisfacen mis necesidades como usuario, por lo que incide nuevamente en la decisión de migrar a otras empresas del sector.

En este sentido durante años he experimentado altas y bajas en la calidad del servicio, al mismo tiempo he participado en decenas de proyectos que por diferentes razones no se concretan en más de 80% porque las estructuras de las empresas generalmente no cuentan con procesos flexibles que aporten celeridad y que corrijan fallas de planificación o ejecución, es decir, los directivos de las empresas aprueban los proyectos de inversión, pero la compañía no se ajusta a este nuevo proyecto, por el contrario es más común el conflicto de intereses y la doble asignación de funciones en las cuales un departamento de operaciones sea el responsable de la ejecución de un proyecto, lo que afectará al éxito de una de las dos funciones.

En consecuencia, se reconocen interrogantes como ¿En cuanto al término empoderamiento digital el usuario de servicios de empresas de telecomunicaciones de Venezuela conoce o en caso de desconocerlo dilucida fácilmente el significado? De ésta incógnita nace la importancia de conocer ¿Cuáles son los sentidos y significados que los usuarios le otorgan a la flexibilidad organizacional como empoderados digitales de telefonía celular en Venezuela? y finalmente ¿Cómo generar una visión fenomenológica de la flexibilidad organizacional de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios?

2.2. Propósitos de la Investigación

Develar el significado del empoderamiento digital desde las voces de los usuarios de las empresas de telecomunicaciones en Venezuela.

Interpretar los sentidos y significados que los usuarios le otorgan a la flexibilidad organizacional como empoderados digitales de telefonía celular en Venezuela.

Generar una visión fenomenológica de la flexibilidad organizacional de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios.

2.3. Relevancia de la Investigación

El proceso de cambio y los avances tecnológicos han alcanzado a los servicios de telecomunicaciones, acceder a la información por medio del internet se acercó tanto

al usuario que le permitió manejarlo en cualquier dispositivo portátil y administrar las aplicaciones que va evaluando para descargar y utilizar, los avances en capacidad de transporte, que respaldan la generación y carga de contenidos a las redes sociales.

En este orden de ideas, se plantea una visión que no sustituye la original, pero que le fortalece atendiendo nuevos nichos de mercado y adentrándose en nuevos paradigmas de prestación de servicios, que interpretan la necesidad del usuario desde el punto de vista de su opinión y comunicación directa por nuevos canales de comunicaciones que las mismas redes sociales le permiten, incrementando la aceptación y satisfacción del cliente.

Estos avances han propiciado además, nuevas formas de medición de la calidad operativa por cuanto tradicionalmente se medían los índices de calidad de servicio en función del tiempo que los equipos se mantenían operativos, lo que no ha cambiado a nivel técnico, por el contrario la incursión de tecnologías que permiten mayor nivel de inteligencia artificial a las máquinas; aunado a indicadores de calidad de servicio que se alimentan de estudios de satisfacción del cliente con el uso de métodos académicos e interacción en redes sociales.

Desde el punto de vista académico esta investigación aporta nuevos conocimientos que sirven de base para futuros procesos de investigación nacional e internacionalmente, en materia de empoderamiento, flexibilidad organizacional con la particularidad fenomenológica.

Al mismo tiempo, la sociedad digital tendrá a mano una información que declara cómo se ve a sí misma, en la voz de los usuarios entrevistados, para orientar sus campañas de comunicaciones y métodos de divulgación coadyuvantes en el empoderamiento digital propicio para evolucionar según se lo permita la tecnología.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. Flexibilidad Organizativa

Según, Chiavenato (2006) contextualiza la importancia de la flexibilidad al cambio diciendo:

“La organización actúa en un medio ambiente y su existencia y sobrevivencia dependen de la forma como ella se relaciona con el medio. Por lo tanto, la organización debe ser estructurada y dinamizada en función de las condiciones y circunstancias que caracterizan el medio en que opera.”(p. 319).

Como se puede observar plantea la importancia de generar la flexibilidad suficiente en estructura y en procesos de las organizaciones para adecuarse al medio en el cual compiten, partiendo del hecho razonable de su interés de participación en ese mismo medio, de lo contrario quedará excluido por sí solo.

Por su parte la Empresa Consultora Improven en su página web conceptualiza lo siguiente:

“La flexibilidad organizativa se consigue estando atenta a los cambios internos y el entorno, tanto a las oportunidades como a los desafíos, convirtiéndose en la capacidad para usar los recursos disponibles de la empresa de manera oportuna, flexible, asequible y relevante con el propósito de responder a dichos cambios de manera efectiva”

Dicho en forma breve, se sugiere la visualización constante del entorno y su clima organizacional interno para establecer resultados efectivos ante cambios fortuitos u oportunidades de negocio, bien para la ampliación de servicios como para la demanda de sus clientes.

3.2. Empoderamiento Digital

Este término aun cuando fue acuñado por la UNESCO a favor del acceso a redes de comunicaciones para personas con discapacidades, según publicación del evento “De la Exclusión al Empoderamiento: El Rol de las Tecnologías de Información y Comunicación para Personas con Discapacidad” celebrado en Nueva Deli, India en Noviembre de 2014 (Fromexclusion to empowerment: The Role of Informations and Communications Technologies for Persons with Disabilities). En la actualidad se extendió a todas las personas en su derecho de apropiarse del manejo de las TIC`s.

En otros términos, Para comprender a fondo la epistemología del término es necesario desglosarlo y definirlo por separado de allí que *Empoderamiento* se define como “Proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo como grupo social para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven.” (Murguialday, Pérez y Eizagirre, Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo).

Así pues, asociado a la necesidad del sujeto de estudio al “...incremento de la capacidad individual para ser autónomo y autosuficiente, depender menos de la provisión estatal de servicios o empleo...” por cuanto el usuario de servicios de telecomunicaciones actual procura su independencia de descarga, uso y aprovechamiento de herramientas digitales para satisfacer sus necesidades.

Así mismo, asociar el término Empoderamiento al término Digital, enmarca al usuario como sujeto de estudio y le incorpora a una función clara en el entendido que el sitio web Definciones.com plantea que *digital* se define como "...es aquello relativo a los dedos...", está estrechamente vinculado en la actualidad a la tecnología y a la informática para hacer referencia a la representación de información de modo binario...", en este sentido es utilizado el término como el formato en que se presenta el tipo de sujeto investigado, que no es otra cosa que el usuario de sistemas, equipos y servicios informáticos.

3.3. Empresas de Telecomunicaciones

Por su parte Muñoz (2011) plantea en su artículo Empresas de Telecomunicaciones: Definición del Negocio, lo siguiente:

"son todas aquellas entidades que prestan servicios orientados a la contratación de líneas telefónicas, conexión a internet o a televisión de pago, como prestaciones más destacadas. ...se caracterizan por impulsar la comunicación a través del uso de las últimas tecnologías aparecidas en el mercado, prestando así, servicios eficientes en las distintas ramas de la telecomunicación."

En este orden de ideas, las empresas de telecomunicaciones pueden ofrecer servicios de telefonía fija y telefonía inalámbrica, así como servicios de interconexión para transmisión de datos para personas naturales como jurídicas, dentro y fuera del país completando comunicación con usuario de su propia red o con usuarios de redes de otras operadoras – nombre con el que se conocen también las empresas de telecomunicaciones – específicamente en el sector.

3.4. Usuarios

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Específicamente, al caso que nos ocupa el usuario de servicios y tecnologías apalancado por el avance de la computación considerando que un usuarios es aquel terminal de acceso que tiene una persona para poder ingresar a una red y al mismo tiempo posee un perfil definido por un administrador, esto coloca al término con mayor utilización y con diferentes significados según sea el servicio que utilice la persona.



Imagen 1. Evolución de la telefonía celular según sus generaciones. Fuente: @ arroba

En concordancia, las empresas de telecomunicaciones móviles han enfrentado la evolución con adaptaciones que impactan sus redes celulares y sistemas, para entender un poco aquello que está detrás de la comunicación entre dos personas, una persona y una máquina y finalmente dos máquinas es importante conocer las nociones básicas de las redes celulares.



Imagen 2. Topología de una Red Celular.

A razón de esto, se ha comenzado a hablar de términos como Big Data, sistemas multiplataforma e internet de las cosas que no es más que la comunicación de máquina a máquina, algo que hasta hace poco tiempo se creía propio de una película futurista, pero la realidad es que, en la actualidad el uso de los equipos móviles permite comprar un combo en McDonald's sin pagar con efectivo o tarjeta, comprar un boleto de metro, autobús, conocer el estatus de funcionamiento de un vehículo, solicitar cita en el taller, y al mismo tiempo solicitar un traslado en taxi, sin hacer una llamada y solo con acceder a una aplicación.

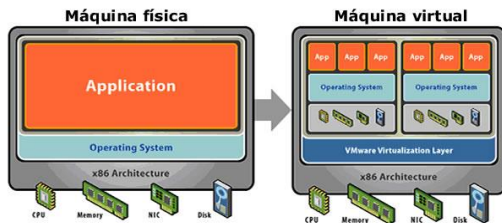


Imagen 3. Comparación: Máquina Física vs Máquina Virtual. Fuente: IDS Soporte y Asistencia Técnica.

Efectivamente, en China hoy día usted puede reservar un puesto en un restaurante, pagar su comida y evaluar el servicio del restaurante, transferir dinero a un amigo, todo con una misma aplicación, que solo descarga e instala en su celular o en su Tablet, según sea su comodidad.

Una vez visto esto, corresponde asociar como los avances tecnológicos se ven cercanos a los usuarios de las redes de telecomunicaciones móviles al tiempo de establecer lazos de interacción directa entre los primeros y sus mejores aliadas las aplicaciones de redes sociales; partiendo de la necesidad de comunicación de grupos étnicos, sociales, con intereses comunes, culturales, educativos y servicios encontramos aplicaciones orientadas a Relaciones interpersonales.



Imagen 5. Mapa Redes Sociales 2015. Fuente: Formación Gerencial

En caso particular de Venezuela, el empoderamiento digital está sustentado en leyes como: Ley Infogobierno en sus disposiciones fundamentales las cuales se encuentran expresadas en el Título I, Capítulo I, sobre las normas generales trata en el Artículo 3, sobre la finalidad de la ley en el numeral 5 expresa lo siguiente: “Promover el empoderamiento del Poder Popular a través de la generación de medios de participación y organización de las personas, haciendo uso de las tecnologías de información”.

Al respecto, el precitado artículo se procuró dar apertura al empoderamiento que tienen todas las personas para promover y crear medios de participación masiva para la penetración y estímulo a la creación, innovación y desarrollo de las ideas que puedan llevarse a cabo y a su vez fomentar el desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas con las que se pueda masificar la integración del conocimiento para la gestión de esta manera haya mayor participación cooperativa y participativa de todos los ciudadanos, el cual involucre desarrollo, acción y comunicación.

Asimismo, en el Artículo 4 de esta ley infiere al respecto de la pertinencia que tienen todos los grupos sociales para que con el conocimiento puedan desarrollar soluciones eficaces y eficientes que contribuyan con el desarrollo fundamental de la nación, al respecto cabe mencionar lo siguiente: “las tecnologías de información son consideradas como instrumento para garantizar la efectividad, transparencia,

eficacia y eficiencia de la gestión pública; profundizar la participación de la ciudadanía en los asuntos públicos”. En tal sentido la investigación tiene sustento legal.

4. CAMINO A SEGUIR

4.1. Mirada Onto-epistémica

No puede ser ajena al cambio de época por el que transita la humanidad en la actualidad.

Ahora bien, con la vanguardia de las empresas de telecomunicaciones, su innovación tecnológica y los cambios importantes a los que ha sido sometido con el tiempo involucra a todas las dimensiones del quehacer humano, generando con ello una demanda progresiva en el uso de los servicios ofrecidos por estas empresas, que de acuerdo a la evolución de las sociedades debe mantenerse, así como, desarrollar un conjunto de elementos para la satisfacción de las necesidades de los servicios del entorno digital, cada vez más amplio, con usuarios exigentes ávidos a estos cambios.

Al asumir el paradigma social, se da por sentado, que es el hombre, quien construye su realidad, de tal manera que es necesario lograr entenderla, para luego poder transformarla.

La presente investigación ubicada en la Gran Caracas, ésta como ente, es impregnada por características que llevan a la descripción de una realidad histórico-social, las cuales permiten explicar la naturaleza de lo que se quiere estudiar. Desde este enfoque es posible interpretar la realidad desde múltiples perspectivas, como un multiuniverso, todas ellas legítimas, sin necesidad de negar al otro.

Al develar desde el discurso de los versionantes o usuarios, los aspectos fundamentales del empoderamiento digital, se pretendió interpretar los sentidos y significados que estos usuarios le otorgan, para poder generar una visión fenomenológica de la flexibilidad organizacional de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios.

De esta manera, se intentó la comprensión que los versionantes hacen de su propia realidad social, optando no tanto por comprender las causas del fenómeno, sino llegar a entender la esencia, la naturaleza de este fenómeno desde la perspectiva de quienes lo viven a diario, partiendo de una concepción de la realidad desde un enfoque constructivista.

Recordando que el construccionismo centra su atención, tal como le expresa Sandín (2003), en la intersubjetividad compartida o dialógica y a la construcción social del significado que se transmite especialmente en contextos sociales.

4.2. Abordaje Metodológico

El método que se utilizó en la investigación está en función de la naturaleza del estudio, es el fenomenológico, definido por Martínez (2004), como el camino investigativo utilizado para estudiar un fenómeno desde el marco de referencia de los sujetos, quienes son los que viven y experimentan, una realidad cuya esencia varía de acuerdo al modo en que ésta es vivida y percibida por el sujeto, es una realidad interna y personal, además única y propia de cada ser humano.

Es por eso que existe correspondencia entre el método fenomenológico y la intencionalidad de esta investigación, se busca por medio del conocimiento de los involucrados en el contexto, construir la realidad del fenómeno en estudio, para poder generar de acuerdo con las perspectivas de quienes lo han experimentado, la estructura y la esencia de la flexibilidad organizacional de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios.

De acuerdo con Martínez (ob.cit.), este método se caracteriza por la reducción fenomenológica, comprende varias etapas: una inicial, luego la descriptiva, seguida de una estructural y finalmente la discusión de los resultados. Estas etapas sirven de orientación procedimental de la presente investigación, requiriendo de un ir y venir, como lo señala Husserl (1935) citado por Sandín (ob.cit.), es decir que se esperaba que, en desarrollo de la presente investigación, las actividades se reordenan y reagrupan de acuerdo como esta se desarrolle, es un proceso dinámico.

Para Husserl citado en Sandín (ob.cit.), la fenomenología es un método que intenta entender de forma inmediata el mundo del hombre mediante una visión intelectual basada en la intuición de la cosa misma. Es decir el conocimiento se adquiere válidamente a través de la intuición que conduce a los datos inmediatos y originarios, de modo que para él este método permite a los fenómenos manifestarse tal como son, describiendo las esencias de la conciencia pura.

El método fenomenológico aporta la inter-subjetividad y la intuición en la comprensión de los fenómenos sociales. Puede resultar particularmente útil para la interpretación de los hechos y procesos estudiados, para captar el sentido de los fenómenos y la intención de las actividades sociales. En este método el investigador pretende describir la realidad vivida por otras personas.

La fenomenología de Husserl (ob.cit.) por Sandín (ob.cit.), es un “modo de ver”. Es un método filosófico que parte del análisis intuitivo de los objetos tal como son dados a la conciencia cognoscente, a partir de lo cual busca inferir los rasgos esenciales de la experiencia y lo experimentado.

4.3. Metodología Fenomenológica

Tal como se planteó anteriormente, la presente investigación aborda desde el punto de vista metodológico en cuatro etapas que a continuación se detallan:

4.3.1. Etapa Previa: De acuerdo con Martínez (ob.cit.), en una primera etapa, se hace necesaria una reducción de los presupuestos básicos a un mínimo, para tomar conciencia de la importancia de aquellos que no se pueden eliminar, esto se denomina la reducción eidética. Se trata de un proceso reflexivo, donde se revisaron los valores, actitudes, creencias, presentimientos, intereses, conjeturas del investigador, inmerso en ella, se consolidaron como el punto de partida, requiriéndose precisar sus posibles influencias en la investigación.

4.3.2. Etapa Descriptiva: Se realizó una descripción del fenómeno estudiado, el cual reflejara la realidad vivida por cada sujeto-persona, así como su mundo y su situación. Esta etapa se realizó en tres pasos. El primero la selección de la técnica apropiada, para esta investigación se utilizó la entrevista en profundidad, con esta técnica no se perturba, deforma o distorsiona lo observado.

4.3.3. Etapa Estructural: En esta etapa se realizó una lectura general de la descripción de cada protocolo de la etapa anterior, delimitando las unidades temáticas naturales, determinado después el tema central de cada unidad temática, para expresarlo en un lenguaje científico, para posteriormente integrar todos los temas centrales en una estructura descriptiva e integrarlas en lo posible una estructura general. Algunos autores añaden una entrevista final a los sujetos de estudio, para la retroalimentación del proceso y revalidar los resultados con los versionantes clave.

4.3.4. Etapa de Discusión de los Resultados: Conocida también como cooperativa dialógica, se compararon los resultados con las conclusiones de otras investigaciones, tratando de comprender las diferencias para llegar a una mayor integración y enriquecimiento del tema estudiado. En esta etapa se realizó la triangulación, contextualización e interpretación de los hallazgos por categorías de análisis, permitiendo develar los elementos de la visión fenomenológica de la flexibilidad organizacional de las empresas de telecomunicaciones ante el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios, su impacto y las posibles amenazas de no asumir una estructura organizacional oportuna con nuevos paradigmas ante la satisfacción del cliente.

4.4. Sujetos De Estudio

Los sujetos de estudio seleccionados se tomaron de forma aleatoria en función de la disponibilidad y el método de recolección, para lo que se entrevistaron tres usuarios de servicios de telefonía celular, cada uno de ellos usuario de las empresas de telefonía celular Movilnet, Movistar y Digitel, con la finalidad de establecer la comparativa directa entre sus experiencias, y opiniones, desde el empoderados digitales.

A fin de obtener una medición y comparación directa entre las operadoras, con el conocimiento base en que cada una de estas posee diferentes criterios de cobertura, y al mismo tiempo poseen redes de telefonía celular de diferentes generaciones, punto en el que la investigación persigue enfrentar el fenómeno de empoderamiento digital, permitiéndole mayores beneficios y oportunidades de empoderamiento a sus usuarios.

El término Sujeto de Estudio es un elemento imprescindible en la investigación cualitativa, así pues es Rodríguez, Gil y García (1996) le denominan: “un individuo real, que está presente en el mundo y que puede, en cierta medida, ofrecernos información sobre sus propias experiencias, opiniones, valores...etc.” (p. 3).

En cuanto a esta investigación los sujetos de estudio provee información de su experiencia, sin descartar la posibilidad de que uno de ellos o todos hayan tenido experiencia como usuarios de hasta dos o tres operadoras de telefonía celular, visto así el cruce de información es enriquecido con el solo hecho de reconocer una realidad social que albergó en otrora usuarios con líneas de las tres operadoras, aun con esta posibilidad se indagará en el acercamiento tanto como sea necesario solo en la sensación de satisfacción del sujeto con su actual proveedor de servicio celular.

5. HALLAZGOS

Se presenta a continuación la información recogida de los sujetos de estudio con la finalidad de acercarnos a las respuestas de las incertidumbres que generaron la presente investigación, quienes como intérpretes de sus vivencias y expectativas dibujan el camino al entendimiento del fenómeno de empoderamiento digital y sus implicaciones posibles en la estructura organizacional de las empresas de telecomunicaciones, respetando el carácter fenomenológico del modelo “que expresa a relación dialéctica que surge en la relación intersubjetiva entre las personas que conforman la unidad de estudio” (Cisterna, 2005, p 65).

Es importante hacer notar que los tres sujetos de estudio manifestaron tener experiencia con al menos dos de las tres operadoras de telefonía celular, lo que les hace similares en la experiencia de usuario, categorizados como usuarios con más de cinco años de experimentación de redes celulares, aun cuando las motivaciones de cambio de operadora obedezcan a necesidades particulares los tres sujetos cumplen con la intencionalidad de la investigación, incluso podría plantearse que superan la expectativa del investigador.

En cuanto a empoderamiento digital, aun cuando dos de los sujetos de estudio manifestaron desconocer el término, manifestaron que en diversos momentos han descargado, instalado y administrado aplicaciones, al mismo tiempo se declaran como asiduos usuarios de redes sociales, lo que les acerca al objeto de la investigación.

En torno al fenómeno de calidad de servicio, la percepción de los tres sujetos de estudio está claro que no poseen satisfacción del servicio recibido, manifestaron tener inconvenientes con acceso a llamadas, servicio de mensajería y acceso a internet, como se puede evidenciar la calidad de servicio es muy baja, si tomamos en cuenta que los servicios de mensajería e internet son propios del valor agregado que han de ofrecer los operadores.

Asimismo, la percepción de gestión del cambio es similar para los tres sujetos de estudio, dada su experiencia y su movilidad les hace reconocer que los cambios son imperceptibles, vale decir que por la exigencia de los usuarios les hace acreedores de credibilidad en su información, visto que los tres usuarios tienen un foco de acción dentro del área de la gran Caracas y otros estados.

El mercado de las telecomunicaciones se caracterizó, tradicionalmente, por ser estable y regulado, con baja competencia y baja incertidumbre (Wiernik, 2016) cosa que en Venezuela no podría ser diferente partiendo del hecho en que tradicionalmente existan solo tres operadores de telefonía celular y un proveedor de servicios telefónicos fijos, esto podría ser una de las razones para la dificultad de modificar la cultura y la estructura organizacional de estas empresas dentro del territorio venezolano.

Paralelamente, la tecnología ha innovado y produjo una modificación en el mercado permitiendo el ingreso de nuevos jugadores gracias a la llegada de Internet, y de allí el intercambio de información se hizo cada vez más atractivo, invitando a los usuarios de todos los niveles y grupos económicos y sociales porque para cada persona existe un interés desde simple curiosidad hasta necesidad sine qua non.

Asimismo, la información dejó de ser insuficiente ante la demanda y la tecnología esta vez se inclinó a satisfacer la oferta de los usuarios, alcanzando altos niveles de

transmisión de datos generado por los mismo usuarios y los proveedores de contenido pasaron a un segundo plano, dedicándose a generar modificaciones de su propio contenido y redireccionando el que se genera por otras empresas o personas.

Estos cambios en el entorno y características del mercado indujo la necesidad de la transformación cultural del liderazgo para desarrollar nuevos procesos culturales y estimular la gestión del cambio orientada a logros en menor tiempo y con mayor efectividad, basados en principios también nuevos como la descentralización, la delegación de funciones y tareas, y la medición de calidad de servicio, con el enfoque de la satisfacción del cliente, y por último la comunicación directa con el usuario o cliente para conocer de primera mano sus necesidades y propuestas dejando de lado sistemas burocráticos.

Los tres operadores de telefonía celular de Venezuela reconocidos son Movilnet, Movistar y Digitel, todos poseen redes celulares con síntomas de obsolescencia, falta de mantenimiento e inversión en nuevas tecnologías, según como lo expresaron los sujetos de estudio.

Aun cuando el panorama del mercado parece desfavorable, considero que la primera razón para que un negocio cierre sus puertas es que el dueño decida no reinventarse y adecuar sus inversiones e ingresos, es decir una empresa de telecomunicaciones posee la infraestructura, el personal y la estructura para modelar nuevas formas de mercadeo de sus productos, incluso diseñar nuevos productos y nuevas estrategias de ingreso que le aporte liquidez para invertir.

Esta idea se sustenta en la observación de los nuevos sistemas de comercialización de software, el desarrollador genera una versión beta, que carga en una herramienta de descargas gratuitas, contando con la retroalimentación de los usuarios, desarrollará las mejoras y al mismo tiempo podrá implementar nuevas versiones pagas de su producto, al final del día tendrá versiones mejoradas gratuitas y versiones mejoradas pagas, que le aportarán nuevos ingresos para inversión.

En líneas generales, las estructuras organizacionales de las empresas de telecomunicaciones en Venezuela necesitan un reordenamiento partiendo del cambio cultural que acepte, entienda, estimule y acelere los tiempos de respuesta, la calidad del servicio, acometa con mayor eficiencia y efectividad la mejora constante, manteniendo la inversión en mantenimiento y nuevos proyectos, para asumir como propio que el mismo avance tecnológico le beneficia y que será recompensado con mayores ingresos apalancado en el crecimiento de su cartera de clientes y usuarios.

Adicionalmente, estas estructuras deben contar con equipos multidisciplinarios que aborden los temas estratégicos, comerciales, operativos, innovación, interacción y formación todos sin orden de prioridad, teniendo la potestad de decidir la forma de abordar el fenómeno de empoderamiento digital de los usuarios con la certeza que la demora en la toma de decisiones incrementará la distancia entre el primero y el tercero.

6. REFLEXIONES FINALES

Las develaciones de los sujetos al igual que he utilizado líneas y celulares de las tres operadoras de telefonía celular en diferentes etapas, a manera de orden y para marcar una trazabilidad inicié con línea Movilnet prepago, luego migré a línea Digitel prepago, posteriormente compartí experiencia de uso entre Digitel prepago y Movistar prepago, para retomar línea Movilnet prepago y finalmente migrar a línea Movilnet post-pago; estas diferencias se hacen con la consciencia de diferencia de calidad de servicio entre servicios prepago y post-pago en todas las operadoras.

En cuanto a la calidad de servicio de telecomunicaciones, se inclinan por vender y proveer un nivel básico de calidad, es decir se limitan a los valores mínimos de satisfacción del cliente, dado que muy a pesar de haber avanzado tecnológicamente hablando y de haberse acercado a la comunicación directa con el cliente la respuesta oportuna y la mejora constante no es apreciada.



Imagen 4. Redes del Futuro. Fuente: Alcatel Lucent

La tecnología por su parte no detendrá su marcha seguirá desarrollándose con nuevas estrategias de mejora para superar día a día la calidad de vida de los usuarios, basta solo descargar una aplicación en el celular o una Tablet y en menos de dos meses recibirás por lo menos una solicitud de actualización porque en el intercambio de ideas entre desarrolladores y usuarios surgió un nuevo punto de mejora, que luego de evaluada fue imprescindible realizarla.

Se hace cada vez importante que las empresas de telecomunicaciones avancen en la implementación de procesos y estructuras flexibles para adecuarse a la evolución tecnológica y a las necesidades de los usuarios, reconociendo sus vulnerabilidades y riesgos de no hacerlo, al mismo tiempo necesita fortalecer sus atributos. Asumir estructuras flexibles no implica cambiar constantemente las oficinas principales, en

realidad aquellas que requieren flexibilidad son las áreas comerciales y técnicas para que los proyectos puedan ser concretados con éxito.

En la actualidad existen plataformas virtualizadas que permiten flexibilidad en la administración y distribución de cargas de los servicios, es decir, en aquellas temporadas que los usuarios se desplazan de una región a otra, el sistema reconoce el incremento de tráfico y resta recursos de red en áreas con menos tráfico para agregarlo a las que requieren mayor cantidad de recursos, de forma tal que garantice que los usuarios puedan comunicarse sin inconvenientes, incidiendo en la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Asimismo, existen sistemas de facturación que garantizan que la facturación será exacta según los servicios que arrendó el usuario, incluyendo rebajas o incrementos en los servicios, la acreditación de paquetes de servicios predefinidos o modificados por el mismo usuario en cualquier momento; visto de esta forma el usuario puede empoderarse de los servicios en tiempo y costos, administrando todo desde una aplicación que el operador ofrece descargar en computadora, Tablet o celular.

Finalmente, la correcta visual de avance, el control de los tiempos y la internalización de las mejoras que aportarán una nueva cultura y estructura organizacional serán las fortalezas que permitirán alcanzar metas concretas y posicionamiento en el mercado nacional, sin perder de vista la calidad del servicio, siempre y cuando esta sea la piedra angular del crecimiento.

7. Referencias bibliográficas

- Alcatel Lucent (s.f) Redes del Futuro. Disponible: <http://esemanal.mx/revista/wp-content/uploads/2015/03/nalca2.jpg> [Consulta: 2017, marzo 11].
- Alianza por Internet Asequible (Alliance for Affordable Internet) *Informe de Asequibilidad 2015-16*. Disponible: <http://a4ai.org/affordability-report/report/2015-espanol/>[Consulta: 2017, Marzo 5].
- Alvarado, C. (2014, Abril 10) *La Estructura Organizacional Según Chiavenato es el Patrón P*. [Documento en línea] Disponible: <https://prezi.com/w3s1pkIcyhoe/la-estructura-organizacional-segun-chiavenato-es-el-patron-p/>[Consulta: 2017, Marzo 17]
- Arias, M. (2000, marzo) *La Triangulación Metodológica: Sus Principios, Alcances y Limitaciones*. Disponible: <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/Triangulacionmetodologica.pdf> [Consulta: 2017, marzo 20].
- Arroba (2015, diciembre 18) *4G* Disponible: <https://chonex.com/2015/12/18/4g-2/> [Consulta: 2017, marzo 05]
- Caldevilla, D. (2010) *Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual/The social webs. typology, use and consumption of the webs 2.0 in today's digital society* [Revista en Línea] Disponible:

<http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656> [Consulta: 2017, Febrero 10].

Centro Nacional de Tecnologías de Información (2015, Abril 22) *Venezuela promueve uso de las TIC para el empoderamiento de la juventud*[DOCUMENTO EN LÍNEA] Disponible: <http://www.cnti.gob.ve/noticias/actualidad/nacionales/4692-venezuela-promueve-uso-de-las-tic-para-el-empoderamiento-de-la-juventud.html>[Consulta: 2017, Marzo 10].

Cisterna, F. (2005) Categorización y Triangulación como Procesos de Validación del Conocimiento en Investigación Cualitativa. Disponible: <http://www.ubiobio.cl/theoria/v/v14/a6.pdf> [Consulta: 2017, marzo 20].

Concepto de Redes Sociales. (2015).Disponible: <http://concepto.de/redes-sociales/> [Consulta: 2017, Marzo 16].

Córdoba, L. (2017, Febrero 14) *Empoderamiento Digital*[DOCUMENTO EN LÍNEA] Disponible: <http://stellae.usc.es/red/blog/view/161744/empoderamiento-digital>[Consulta: 2017, Marzo 10].

Empoderamiento (2005-2006), Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo. Disponible: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86> [Consulta: 2017, Julio 05].

Empoderamiento (s/f), Significados.com. Disponible: <https://www.significados.com/empoderamiento/> [Consulta: 2017, Julio 05].

Formación Gerencial (2015, marzo 18) Mapa Redes Sociales 2015. Disponible: <http://blog.formaciongerencial.com/2015/03/18/mapa-redes-sociales-2015/> [Consulta: 2017, marzo 12].

IDS Soporte y Asistencia Técnica (2015) Virtualización de Sistemas y Servidores. Disponible: <http://www.ids-sl.com/soluciones/virtualizacion> [Consulta: 2017, marzo 10]

Improven (s.f.) Organizaciones Flexibles la Clave para tener Éxito. [Documento en línea] Disponible: <http://www.improven.com/blog/organizaciones-flexibles-la-clave-para-tener-exito/> [Consulta: 2017, marzo 20]

Martín, M. (2016) *Conectar y Empoderar* [Revista en Línea] Disponible: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/58068> [Consulta: 2017, Marzo 11].

Martínez, M. (1996) Comportamiento Humano. Nuevos Métodos de investigación. Ed. Trillas: México. Segunda parte. Métodos Estructurales. Cap. 8. El Método fenomenológico Pp.167-188.

Martínez, M. (2004a). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. México: Trillas.

Martínez, M. (2004b). Página Web = <http://prof.usb.ve/miguelm>; <http://miguelmartinezm.atspace.com>

Muñoz, O. (2011, julio 02) Empresas de Telecomunicaciones: Descripción del Negocio. Disponible: https://es.over-blog.com/Empresas_de_telecomunicaciones_Descripcion_del_negocio-1228321767-art125405.html [Consulta: 2017, marzo 15].

Real Academia Española, Diccionario Panhispánico de dudas. Disponible:
<http://lema.rae.es/dpd/?key=empoderamiento> [Consulta: 2017, Marzo 15].

Sandín, M. (2003). Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y tradiciones. Madrid:
McGraw-Hill/Interamericana de España.

UNESCO (2014 Noviembre 26) "De la Exclusión al Empoderamiento: El Rol de las Tecnologías de
Información y Comunicación para Personas con Discapacidad" (From exclusion to empowerment:
The Role of Informations and Communications Technologies for Persons with Disabilities)
Disponible: <http://unesco-ci.org/ict-pwd/ND2014/node/1> [Consulta: 2017, Marzo 10].

UNESCO (2017, marzo 07) Nueva Delhi de 2014 a 2017: Hacer de la potenciación una realidad -
Accesibilidad para todos (New Delhi from 2014 to 2017: Making Empowerment a Reality-
Accessibility for All) Disponible: <http://en.unesco.org/events/new-delhi-2014-2017-making-empowerment-reality-accessibility-all> [Consulta: 2017, Marzo 10].

Unión Internacional de Telecomunicaciones (2005, Noviembre 17) UIT Internet Reports 2005: The
Internet of Things. Disponible: <http://www.itu.int/osg/spuold/publications/internetofthings/>
[Consulta: 2017, Marzo 16].

Wiernik, D. (2016, Junio 18) El Impacto de la Cultura Organizacional sobre la Innovación en las
Empresas de Telecomunicaciones. Disponible:
<http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11887/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Ges.%20Wiernik,%20Diego%20Ariel.pdf> [Consulta: 2017, Marzo 3].