

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ESTUDIO DEL
SISTEMA DE CULTURA
CALIDAD DE



Ana Lucía Chaidez
Maytorena
Isabela Zarate
Romero

Universidad Internacional
Cultura de calidad

Introducción

Telcel es una empresa orgullosamente mexicana que ha impulsado la innovación tecnológica en México. Con 27 años de experiencia en el mercado de telecomunicaciones, es uno de los operadores de telefonía celular más importantes en el país.

Año con año reafirma su liderazgo como La Mejor Red, al ofrecer la mayor cobertura y velocidad para los mexicanos, para ser toda la información que llega más rápido.

Telcel es reconocido como el mayor proveedor de comunicación celular en América Latina y cuarto a nivel mundial. Cuenta con más de 361 millones de clientes y está presente en 25 países de América. Telcel también cuenta con una cobertura en más de 225 mil poblaciones en México.

Cuenta con una presencia en al menos 110 mil kilómetros de ejes carreteros, cubriendo así más del 95% de la población en México.



Razones que distinguen a Telcel:

- Es comunicación donde nadie más puede llegar, ya que es la única empresa que cubre a más del 90 por ciento de la población en territorio nacional. Esto lo logra a través de las redes GSM/EDGE, 3G y 4G LTE.
- Su cobertura a nivel internacional se extiende en más de 180 países alrededor del mundo.
- Cuenta con la red de atención y servicio al cliente más grande. De esta manera, pone a disposición de los usuarios, 40 mil puntos de venta y 374 Centros de Atención a Clientes (CAC), los cuales se ubican en toda la República Mexicana.
- Para ofrecer lo mejor del mercado, cuenta con 200 modelos de 18 marcas fabricantes. Así, siempre tiene los últimos lanzamientos.

Objetivos

- Objetivo general del estudio: Conocer por completo el estado de cultura de calidad dentro de la empresa Telcel, así como las técnicas que ha implementado para situarse dentro de los favoritos.
- Objetivo particular del estudio: Comprobar si la empresa Telcel ha llegado a implementar el mejoramiento continuo. Así también, sobre los métodos que pudo haber llegado a implementar para mantenerse dentro del mercado.

Preguntas de investigación

- ¿La empresa Telcel ha desarrollado una buena cultura de calidad?
- ¿Cuáles han sido los métodos que ha implementado para mantenerse vigente?
- ¿Qué mejoras se esperan en un futuro?

Hipótesis

La empresa ha adoptado una buena cultura de calidad, desarrollado un método basado en estudios para reconocer las necesidades de sus consumidores, y de esta manera, poder mejorar cada vez más sus servicios.

Justificación

La presente investigación se enfoca en un estudio realizado para determinar si la empresa Telcel cuenta con un sistema de calidad; debido al contexto actual en el que los cambios tecnológicos, económicos y en distintos ámbitos, obligan a las empresas a innovar y reinventarse continuamente para satisfacer las necesidades de sus clientes y, asimismo, posicionarse en el mercado cada vez más competitivo de las telecomunicaciones.

La cultura del trabajo, así como la ideología que presenta serán óptimas para comprender cómo se organiza, y trabaja dentro de la empresa para proporcionar buena atención a sus usuarios, disminución de costos y aumentar la rentabilidad de la empresa. La percepción que tiene de la calidad esta empresa nos permitirá entender, y conocer los procesos que realizan,

a favor de la mejora continua para satisfacer las necesidades, y enfrentar los problemas relacionados a un mercado cada vez más competitivos.

Alcances

Los alcances que se esperan obtener de esta investigación están en comprobar la cultura de calidad de la empresa en cuestión, así mismo como definir cuáles han sido sus métodos o técnicas que los han ayudado a mantenerse dentro del mercado compitiendo.

Investigar y analizar los procesos que se llevan a cabo dentro de Telcel para proveer servicios de telecomunicaciones a sus usuarios, estrategias y metodologías utilizadas para la atención al cliente para satisfacer las necesidades de todos los involucrados.

Por otra parte, también se indagará la eficacia que tienen dichos procesos que se ven reflejados en las opiniones de sus usuarios para determinar si hay áreas de oportunidad y qué se está realizando para resolverlas.

El proyecto se espera ser entregado dentro de la fecha que sea estipulado, cumpliendo así todas las rúbricas que son requeridas.

Marco Teórico

En junio de 1926 se funda la empresa Publicidad Turística S.A., siendo una filial de Teléfonos de México. Una de sus actividades primordiales era la comercialización de directorios telefónicos. En 1954, su razón social es cambiada por la de “Directorios Profesionales” (DIPSA).

Durante ese mismo año, Teléfonos de México es integrada a DIPSA en la administración de la Radiotelefonía Móvil. Años más tarde, en 1978, es solicitado a la Secretaría de Comunicaciones y Transporte un permiso para instalar y operar un sistema de radiotelefonía móvil en la Ciudad de México.

Sin embargo, es hasta el año 1981 cuando dicho sistema es comercializado bajo la denominación de Telcel y, en un plazo de ocho meses se dio servicio a 600 usuarios. Es en 1984 cuando vuelve a cambiar de razón social, y fue conocida como Radiomóvil DIPSA.



No obstante, en 1989 surge la marca Telcel cuando es solicitada la expansión de la concesión otorgada para ofrecer los servicios de telefonía celular en la ciudad de Tijuana, Baja California. Paulatinamente dicho servicio fue ofrecido a toda la República Mexicana.

En 1990 contaba con alrededor de 35 mil usuarios, los cuales para el año 2000 habían aumentado a 10 millones 500 mil usuarios. El crecimiento ha sido explosivo llevando a cerrar el año 2022 con 82 millones 800 mil 500 usuarios.

A pesar de ello, la creación de nuevas empresas de telecomunicaciones como AT&T y Movistar, la cada vez mayor demanda de estos servicios, la globalización del mercado, han cambiado el foco de atención de Telcel a la satisfacción total de las necesidades



de sus clientes, y esto trajo consigo la creación de distintos planes que permite satisfacer las necesidades de los clientes, tomando en cuenta las distintas posibilidades económicas de cada uno.

Con frecuencia Telcel elabora encuestas de satisfacción a sus clientes, también diversos estudios de mercado que le permiten a la empresa conocer las necesidades de sus usuarios y potenciales usuarios.

La complacencia permanente de los requisitos de sus usuarios es una de las prioridades de la empresa y de acuerdo con informes realizados, se adaptan procesos de mejora continua con base en la comunicación interna y el trabajo en equipo para obtener grandes resultados.

Asimismo, se llevan a cabo reuniones semanales por el Comité de Administración del Sistema de Calidad, donde se establecen y se definen los procesos, documentan los

procedimientos, planes de calidad, ejecutan las auditorías y todas las demás actividades relacionadas con el Sistema de Gestión de Calidad.

Los Comités Locales son los que ejecutan las que fueron establecidas por el Comité de Administración del Sistema de Calidad. Dependiendo de los requerimientos, cada Dirección coordina los recursos necesarios, la documentación y adaptación de los procesos para que puedan ser operados de manera satisfactoria



De la misma manera, se realizan diversas pruebas

antes de la entrega de Telcel de los servicios solicitados por el usuario, de acuerdo con la conformidad a los Términos y Lineamientos Técnicos, documento que es debidamente suscrito por las Partes, en el cual se deberán incluir pruebas de llamadas, envío de mensajes cortos y navegación, entre otros.

Por otra parte, para mejorar el sistema de calidad y el ambiente de trabajo se diseñó un programa llamado “Juntos por la Calidad” con la intención de generar y difundir una cultura de calidad en sus trabajadores.

Dicho programa tiene como objetivo la búsqueda del orden, la limpieza, el incremento de la productividad, la eliminación de desperdicios, además de sincronizar los esfuerzos bajo un ambiente de seguridad e higiene; basándose en tres puntos fundamentales: entorno de trabajo (integrado por la organización, la estandarización y la coordinación), trabajo en equipo (optimización de recursos y bienestar laboral) y los aspectos personales (disciplina y bienestar personal).

En cuanto al surgimiento de nuevas necesidades de los usuarios se refiere, Telcel inicia diversos estudios para conocer las áreas involucradas y, se reúne y recopila la información relacionada con el servicio deseado por sus usuarios.

Por otra parte, Telcel debe de cumplir con las regulaciones establecidas por el Gobierno a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, para que pueda comercializar sus servicios. Así mismo elabora contratos en los cuales se especifican los requisitos adicionales del producto, la forma de contratación, el costo adicional en su caso y el plazo al que se encuentra vigente dicho servicio adicional.

La realización de juntas periódicas será óptima para la implementación de dicho nuevo servicio, actividades complementarias como la revisión del diseño y desarrollo serán llevadas a cabo y convocadas por la dirección de servicios de valor agregado y por la dirección de implantación, donde los acuerdos resultantes de estas reuniones se documentan.



Ya que se cuenta con el “demo se hace la verificación del servicio por medio de la aplicación de un protocolo y posteriormente, la dirección decide si se integra para su uso comercial o no. Si se llega a integrar al uso comercial, se

hace la verificación de su funcionamiento.

Una vez realizada exitosamente la verificación, la dirección de Implantación notifica la liberación técnica del servicio y procede a la entrega de la plataforma comercial a la Dirección de Operación y Mantenimiento.

Otras acciones requeridas para la operación del nuevo servicio son solicitadas como:

- La elaboración de planes tarifarios.
- Publicidad
- Capacitación



- Información para distribuidores, las cuales están descritas en el plan de calidad de nuevos servicios de Telcel.

Cuando surgen nuevos proyectos se les da seguimiento mediante juntas semanales convocadas por la Dirección de Implantación.

Entre las diversas acciones implementadas en Telcel para el cumplimiento de las necesidades de sus clientes y las normas de calidad también se encuentran:

- El establecimiento de centros de atención al cliente, en los cuales se reciben quejas, sugerencias y/o comentarios de los productos o servicios ofrecidos.
- La asignación de un ejecutivo a cada cliente para la proporción de atención personalizada con relación a las contrataciones, y servicios adicionales.
- Los estudios sobre la satisfacción del cliente: que son realizados entre usuarios de Telcel, seleccionados de manera aleatoria para cubrir todas las edades, niveles socioeconómicos y género por región a nivel nacional y se les pide evaluar diferentes áreas.
- El monitoreo y medición de la Red Celular y de las mediciones de la calidad en el servicio.
- Las auditorías internas al sistema de gestión de la calidad.
- Las acciones preventivas, correctivas y de mejora derivadas del análisis de los datos.
- El estudio de situación actual del mercado de telefonía celular: que es dirigido a cualquier persona que cuente con el servicio de telefonía celular, tanto de Telcel como de la competencia. Los resultados del estudio son reportados mensual y semestralmente a Dirección Regional, Gerente Comercial, Gerentes de Plazas y jefe de Mercadotecnia.
- Las evaluaciones de los servicios en el centro de atención telefónica y los centros de atención a clientes.



Como empresa, Telcel debe garantizar la calidad de todos sus servicios y productos a sus clientes, estar constantemente en

mejora para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado a la par de la creación de un buen entorno de trabajo que motive la productividad en sus trabajadores, por lo que han creado distintos procesos e implementado diversas medidas que les permite ser el líder del mercado de las telecomunicaciones y estar constantemente en crecimiento.

Metodología

De acuerdo con la investigación previamente realizada se decidió que la forma óptima para determinar si la empresa Telcel cuenta con sistema de calidad que satisface a sus clientes sería preguntarles a sus usuarios.

Es por lo cual, se decidió que se realizaría una encuesta a usuarios de Telcel sin distinción de género y de un rango de edad de 18 a 40 años.

A través de dicha encuesta obtendremos información acerca del seguimiento que se les da a las quejas o sugerencias de los usuarios, y también qué se hace para brindar un mejor servicio.

De la misma manera, podremos conocer sobre la calidad en cada uno de los servicios que Telcel ofrece como lo es, la señal del internet.

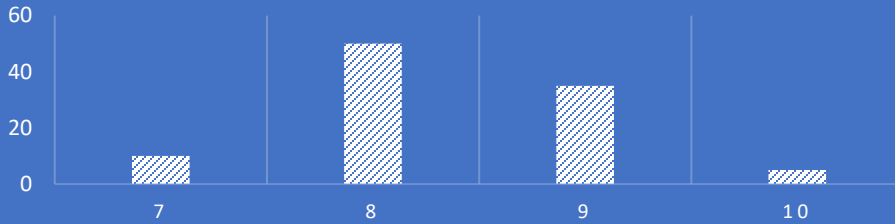
Por otra parte, tendremos testimonio de la relación precio-calidad de los planes que presenta Telcel a los consumidores.

Las respuestas de los encuestados servirán para poder evaluar y analizar a detalle los servicios y productos que Telcel provee.

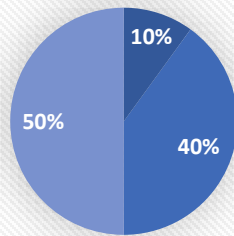
Resultados

Se realizó una encuesta de 10 preguntas a una muestra de 50 usuarios de Telcel sin distinción de género con un rango de edad de 18 a 40 años. Entre preguntas que pedían que se asignara una calificación numérica, preguntas cerradas y abiertas en las que se solicitaba que se dejara un comentario acerca del servicio prestado por Telcel; se graficaron los resultados para su mayor comprensión.

CALIFIQUE DEL 1 AL 10 SU EXPERIENCIA CON EL SERVICIO DE TELEFONÍA DE TELCEL DONDE 1 ES INSATISFECHO Y 10...

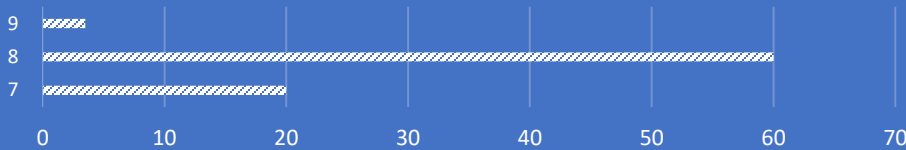


¿Cuál ha sido su experiencia como usuario?

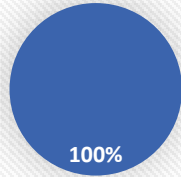


■ Excelente ■ Buena ■ Regular ■ Mala

CALIFIQUE DEL 1 AL 10 SU EXPERIENCIA CON LOS PLANES DE PAGO DE TELEFONÍA DE TELCEL

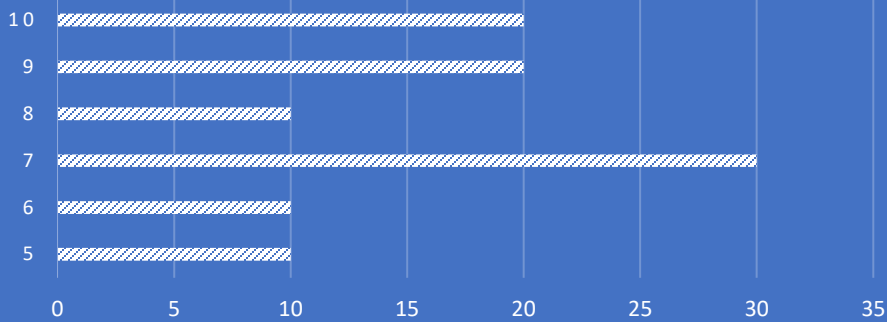


¿Alguna vez ha sido atendido en servicio al cliente de Telcel?

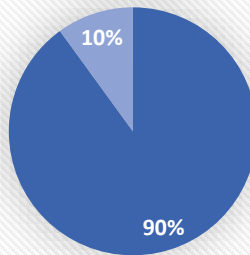


■ Sí ■ No

CALIFIQUE SU EXPERIENCIA EN SERVICIO AL CLIENTE

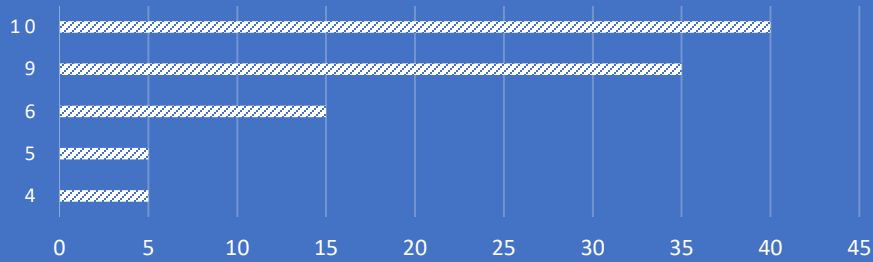


¿Resolvieron su problema?

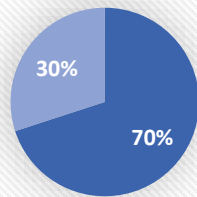


■ Sí ■ No

CALIFIQUE DEL 1 AL 10 LA RAPIDEZ DE ATENCIÓN

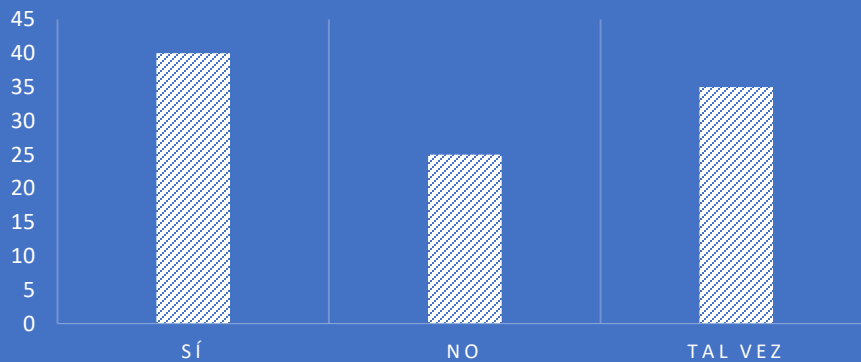


¿Considera que la publicidad es congruente, en comparación con la calidad de los servicios prestados?



■ Sí ■ No

¿RECOMENDARÍA LA EMPRESA A OTRAS PERSONAS?



Finalmente, en la última pregunta donde se solicitaba a los encuestados que agregaran algún comentario extra, se comentó que la duración del saldo una vez que recargabas era demasiado corta o que a veces era muy tardado en que dicha recarga fuera procesada y se pudiese usar el servicio. Por otro lado, también hay comentarios positivos como el hecho de que se pueda hacer una recarga sin necesidad de tener datos móviles o internet o ir a un establecimiento, asimismo se comentó que hay planes para adelantar saldo que deben ser pagados en la siguiente recarga.

Conclusión

Es importante para una empresa, proveedora de un servicio o producto, el contar con la organización interna adecuada, adopten un sistema de mejora continuo y una cultura de calidad que permita satisfacer las necesidades de los consumidores. De esta manera, se pueden identificar con mejor facilidad las nuevas necesidades que van surgiendo, las áreas de mejora e incluso lograr una reducción significativa en los costos de producción.

En el caso de la empresa Telcel, se observó que la comunicación que existe como proveedor y usuario es vital en el funcionamiento de la compañía porque esto les permite adaptarse al mismo tiempo que el mercado, cada vez más competitivo, evoluciona.

Asimismo, la implementación de encuestas de satisfacción a sus usuarios para conocer cuáles son las áreas que están presentando problemas y cómo podrían mejorarse.

Por otro lado, otra área muy importante a considerar es el ambiente de trabajo ya que, un equipo de trabajadores que se sienten cómodos y motivados desempeñarán sus actividades con mayor eficacia y eficiencia.

Es decir, las empresas deben ser conscientes que uno de los eslabones más importantes en la cadena de las ventas o prestación de servicios son los trabajadores ya que de ellos dependen procesos vitales que logran la satisfacción de los clientes. Aunado a esto, la comunicación constante con los clientes permite establecer objetivos medibles y alcanzables, en otras palabras, permite trazar el camino por el que debe recorrer la empresa, qué es lo que necesita y a dónde tiene que llegar.

Bibliografía

- Beamonte, P. (08 de Marzo de 2017). hol@telcel. Recuperado el 12 de Febrero de 2023, de hol@telcel: <https://holatelcel.com/blog-de-tecnologia-movil/telcel-la-mejor-red-en-mexico/> Ibarra, L. (2015). Scielo. Obtenido de SCIELO: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422015000100010&script=sci_abstract > Samperio, I. (2011). IPN. Obtenido de IPN: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20808/2%20Calidad%20en%20servicio%20EI%20arte%20de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20al%20cliente.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Torres, M. (2013). UNAM. Obtenido de UNAM: <http://132.248.9.195/ptd2013/Presenciales/0691965/0691965.pdf>
- Telcel. (2018). Telcel. Obtenido de Telcel: <https://www.telcel.com/content/dam/telcelcom/ofertapublica/documentos/ofertadereferenciaparalacomercializacion/calidad-del-servicio-anexo-vi-2018-v1.pdf>
- Telcel. (s.f.). Mi telcel. Recuperado el 12 de Febrero de 2023, de Mi telcel: https://www.telcel.com/mundo_telcel/quienes-somos/datos-relevantes