

CAPITULO I PROPOSITO Y ORGANIZACION

Introducción al tema

En el ambiente actual, cada vez más competitivo, el servicio de calidad es decisivo para el éxito corporativo, hoy en día escuchamos hablar constantemente de los servicios y mercados, a su vez los servicios cobran mayor importancia en las economías de los países; por lo tanto cada vez se habla con mayor énfasis acerca de la importancia de la calidad en el servicio.

Cada día está siendo más utilizada la calidad del servicio por las empresas para obtener una ventaja competitiva, que los diferencie de sus competidores.

Para lograr dicha calidad es necesario orientar a las organizaciones hacia los clientes, se necesita que todos los esfuerzos de la organización busquen la satisfacción del cliente además de superar sus expectativas.

Toda la organización debe de crear una cultura de servicio a través de todos sus niveles; por lo cual es necesario que los empleados tengan esta cultura, que entiendan a los clientes dándoles confianza, empatía y respeto, con esto hacen que se sientan importantes y tomados en cuenta, sólo proporcionándoles lo anterior se pueden crear clientes leales que tengan una preferencia permanente por la empresa.

En México, se han realizado diversos esfuerzos para recuperar el terreno perdido en lo que se refiere a una cultura de la calidad en el servicio. Es notorio observar como

algunas empresas están realizando acciones encaminadas a mostrarles a sus usuarios su cambio de actitud y su nueva disposición hacia la genuina satisfacción de las necesidades de los mismos.

Con la competitividad entre empresas las opciones para los usuarios están aumentando, esto ha obligado a las empresas a establecer estrategias para proporcionar un servicio más rápido y eficiente, TELMEX, por ejemplo, ha reducido en forma considerable sus tiempos de respuesta en las instalaciones de líneas telefónicas.

Objetivo General

Realizar un estudio para conocer el nivel de calidad del servicio en la empresa TELMEX sucursal Cholula basado en la percepción de los clientes y de acuerdo a los resultados obtenidos proporcionar información satisfacer y superar las necesidades de los clientes y lograr su lealtad.

Objetivos específicos

- 1 Identificar cuales son los puntos débiles de la empresa
- 2 Determinar cuales son las áreas de oportunidad por mejorar en la empresa
- 3 Conocer las actividades de que se están llevando a cabo en la empresa TELMEX
- 4 Hacer propuestas de mejora a las actividades ya existentes

Justificación

Actualmente el país está siendo participe de una mayor entrada de empresas en el mercado, debido a esta competencia es necesario dar un buen servicio para crear una

ventaja competitiva y así poder continuar siendo la empresa líder en el mercado. Por lo tanto es de vital importancia poner mayor atención en el trato a los clientes para que sean leales a la empresa y a su vez captar más usuarios.

Historia de Telmex

Telmex es la compañía líder de telecomunicaciones en América Latina, con operaciones en México, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Perú y Estados Unidos. Telmex ha realizado inversiones sin precedente por más de 27 mil millones de dólares durante el periodo 1990-2003, para asegurar el crecimiento y la modernización de su infraestructura, desarrollando así una plataforma tecnológica 100% digital que opera una red de fibra óptica de 80 mil kms., que es actualmente una de las más avanzadas a nivel mundial y que incluye conexiones vía cable submarino con 39 países.

Telmex y sus subsidiarias ofrecen un amplio rango de servicios avanzados de telecomunicaciones, que incluyen transmisión de voz, datos y video, acceso a Internet y soluciones integrales para clientes de la pequeña y mediana empresa, así como para grandes corporativos internacionales, gracias a la gran capacidad técnica y de cobertura que brindan sus redes de acceso y transporte, que le han permitido un alto e ininterrumpido nivel de crecimiento en los servicios que ofrece.

A partir de 1997, con el inicio de la competencia en la prestación de servicios de larga distancia en el mercado mexicano, Telmex ha competido exitosamente con las principales empresas de telecomunicaciones del mundo, a la vez que ha asegurado con eficiencia y oportunidad la interconexión de sus competidores.

Telmex cuenta con la capacidad tecnológica y las alianzas estratégicas que permiten asegurar a sus clientes la tecnología, el servicio, la atención y el respaldo que requieren para sus servicios de telecomunicaciones. Asimismo, la expansión de sus operaciones permitirá impulsar sinergias en servicios con tecnología de punta para Voz, Datos e Internet en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú y también con sus clientes en México y los Estados Unidos.

Trabajo, crecimiento, competitividad y responsabilidad social, son los valores fundamentales de TELMEX que orientan sus recursos tecnológicos, humanos y financieros para consolidar su liderazgo y expandir la penetración de sus servicios de telecomunicaciones en todos los mercados, y mantenerse así como una de las empresas de más rápido y mayor crecimiento a nivel mundial.

Carso Global Telecom posee la mayoría de las acciones de control de Telmex y América Telecom tiene la mayoría de las acciones de control de América Móvil, proveedor líder de servicios inalámbricos en América Latina.

Grupo Carso lleva el control de Carso Industrial (Condumex, Porcelanite, Nacobre y Cigatam, entre otras) y de Carso Comercial (Sears, Sanborns, Promotora Musical y El Globo). Por otra parte, se opera el Grupo Financiero Inbursa, que se compone de Banco Inbursa, Seguros Inbursa, Casa de Bolsa Inversora Bursátil, Arrendadora Inbursa, Fianzas la Guardiania y Afore Inbursa, entre otras compañías, y US

Commercial Corp., tenedora de las acciones de CompUSA. Las empresas del Grupo dan empleo directo a más de 161 mil personas.

La fortaleza financiera de pertenecer al principal grupo empresarial de México y su capacidad tecnológica para innovar productos y servicios con base en su amplio conocimiento de los mercados que atiende, permiten a TELMEX realizar su expansión internacional, buscando con esto inversiones de largo plazo para el desarrollo de infraestructura y servicios de telecomunicaciones en cada uno de los países en los que opera, en beneficio de los sectores productivos que compiten en un nuevo entorno global.

Misión

Con sus valores, trabajo, crecimiento y responsabilidad social, como soporte fundamental, orienta todos sus recursos, tecnológicos, humanos y financieros, a consolidar su liderazgo en el mercado nacional, expandiendo su penetración de servicios de telecomunicaciones en todos los mercado posibles, para situarse como una de las empresas de más rápido y mayor crecimiento a nivel mundial

Telmex ha recibido importantes reconocimientos y certificaciones a nivel nacional e internacional que avalan la calidad y seguridad de los servicios que ofrece..

En marzo de 1999, el Sistema Administrativo de Calidad en beneficio de los clientes corporativos de Telmex (TELECORP) obtuvo el Certificado de Calidad ISO 9002.

Como un reconocimiento más al proceso de modernización tecnológica de la empresa, el 3 de noviembre de 1999 el área de Operación y Mantenimiento de la Red de Larga Distancia de Telmex recibió también el Certificado de Calidad ISO-9002.

En años más recientes, otras áreas que han recibido reconocimientos son, en ISO 9001: Evaluación Tecnológica, Explotación de Larga Distancia, Planeación e Ingeniería; en ISO 9002: Soporte a Usuarios (Mesa de Ayuda de Sistemas), Red Mundial e Internacional, Explotación de la Red Local, Recursos Humanos y Relaciones Laborales, Atención a Operadores de Telecomunicaciones, Dirección Divisional Occidente y la Dirección Divisional Golfo. Así mismo, Telmex fue designada por la revista Forbes como la mejor empresa de telecomunicaciones del mundo durante el 2001.

Telmex a partir de la privatización

La privatización de Telmex en diciembre de 1990, significó para la empresa establecer un plan de trabajo de tres años (1991-1993) con objetivos específicos de crecimiento y modernización que buscaba extender los beneficios de las telecomunicaciones a cada vez más mexicanos, así como para ofrecer productos y servicios de la mayor calidad con tecnología de vanguardia. Los títulos ADR'S de Telmex empezaron a cotizar en el mercado de valores el 14 de mayo de 1991.

Los retos establecidos en el Título de Concesión bajo el que fue privatizada Telmex, fueron ampliamente superados en el número de líneas en servicio, telefonía pública así como en el número de comunidades con cobertura. Adicionalmente, Telmex realizó importantes avances en el desarrollo y construcción de la Red de fibra óptica así como en la digitalización de la planta. El cable submarino Columbus II empezó operaciones conectando a 57 empresas de telefonía en 41 países. El Columbus II facilitó

una mayor capacidad de transmisión con gran calidad y nuevos servicios avanzados en telecomunicaciones.

En el año de 1997, el mercado mexicano de Larga Distancia se abrió a la competencia. Telmex cumplió ampliamente con todos los requerimientos impuestos por las autoridades nacionales con el fin de realizar una transición a la competencia en la industria de las telecomunicaciones sin contratiempos. La plataforma tecnológica de Telmex se preparó para interconectar a los nuevos operadores de larga distancia en el país. El 1 de enero inició la competencia en las 60 principales ciudades del país donde el 75% de los clientes decidieron quedarse con los servicios que Telmex ofrece.

Posteriormente, en el año de 1999, Telmex asumió un compromiso en un plan a dos años denominado Telmex20/20 enfocado en continuar el proceso de modernización y crecimiento de la infraestructura telefónica. El Plan cumplió con sus objetivos 6 meses antes de lo previsto. Específicamente se alcanzó el 100% de digitalización de la planta de telefonía local así como contar con 20 millones de servicios entre líneas fijas, inalámbricas, cuentas de Internet y enlaces dedicados a la transmisión de datos.

El complejo entorno económico y los cambios políticos marcaron el año 2001. El impacto de los conflictos internacionales y el dramático decremento en el valor de mercado de las empresas de tecnología, intensificó la recesión económica que resultó más evidente en la segunda mitad del año, especialmente en nuestro país.

Frente a un entorno económico desfavorable y a una intensa competencia en el mercado mexicano de las telecomunicaciones, la posición de Telmex como el principal

proveedor de servicios integrales de telecomunicaciones en el país se fortaleció. Esto como resultado de concentrar los esfuerzos de la empresa en el conocimiento y la satisfacción de las necesidades de sus clientes, en incrementar la oferta de servicios integrados, en el mantenimiento de la evolución tecnológica de la plataforma de telecomunicaciones en todo el país y aportando el soporte necesario para el desarrollo de la industria de las telecomunicaciones en México.

En el periodo de 1990-2003, Telmex invirtió alrededor de 27 mil millones de dólares. El año 2003 fue complicado no solo por las condiciones económicas que se manifestaron con un crecimiento moderado de la economía, sino también por un entorno regulatorio de incertidumbre que afecta las decisiones de inversión de Telmex.

Telmex, previamente en manos del estado, que controla el 90% de los 15 millones de líneas telefónicas en México. Sus competidores son Alestra, con participación de AT and T Corp., y Avantel de WorldCom. Ambas compañías se centran en llamadas a larga distancia y se enfrentan a fuertes presiones financieras.

Alcances y limitaciones del estudio

El estudio se hará en la sucursal Cholula de la empresa TELMEX.

El proyecto presentará un aspecto general de la situación en la que se encuentra la empresa.

Se reconocerán las diferentes percepciones del cliente en la calidad del servicio que provee la empresa, para lo cual se diseñará un cuestionario mismo que permitirá identificar las fortalezas y debilidades de la calidad del servicio ofrecido.

Para conocer los resultados se utilizará el programa de software Excel ya que permitirá evaluar los resultados y sacar las conclusiones pertinentes.

Como limitaciones se pueden nombrar la colaboración de la empresa elegida para la realización de este estudio.

La colaboración de los clientes para contestar cada uno de los cuestionarios a aplicar.

El tiempo que es un factor importante para la obtención de resultados pretendidos y para la terminación de esta investigación.

Con los resultados obtenidos se pretende proporcionar la información a la empresa para mejorar la calidad en el servicio.

Terminología

Servicio.- conjunto de actividades, beneficiosos o satisfactorios que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas (Fisher, 1986, p.175)

Calidad.- Satisfacer requerimientos del cliente (Berry Parasuraman)

Calidad del servicio.-Cumplir con los requisitos esperados por el cliente para lograr satisfacer sus necesidades. (Serrano, p. 2)

Percepciones.- La impresión que tiene el cliente sobre el servicio que recibió (Parasuraman, 1990)

Satisfacción.- Diferencia entre la calidad del servicio ofrecida y la calidad que percibe el cliente. (Horovitz, 1994)

Excelencia.- Superar expectativas de los clientes (Berry Parasuraman)