

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Factores de influencia para el posicionamiento en el mercado
de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala**
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

José Antonio López Velásquez

Guatemala, Noviembre de 2019

**Factores de influencia para el posicionamiento
en el mercado de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala**

(Artículo científico - Trabajo de graduación)

José Antonio López Velásquez

Licda. Edna de Juárez (**Asesora**)

M.Sc. Eddy Giovanni Miranda Medina (**Revisor**)

Guatemala, Noviembre de 2019

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M.A César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Samuel Zabala

Coordinador



Guatemala 28 de febrero de 2019

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del artículo científico titulado “Factores de influencia para el posicionamiento en el mercado de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala, Guatemala” y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

José Antonio López Velásquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201301877

REF.:UPANA.C.C.E.E.0000033-2019-L.

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 29 de octubre de 2019
DICTAMEN**

Tutor: Licenciada Edna Miranda de Juarez
Revisor: Licenciado Eddy Miranda Medina
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

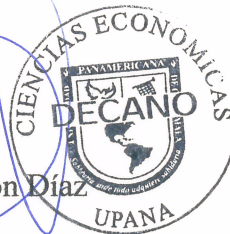
Artículo Científico: "Factores de influencia para el posicionamiento en el mercado de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala"

Presentada por: José Antonio López Velásquez.

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 6 de marzo de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

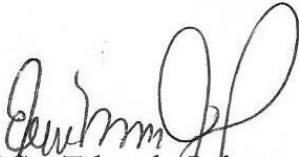
Estimados señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado **“Factores de influencia para el posicionamiento en el mercado de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala, Guatemala”**, realizado por José Antonio López Velásquez, Carné 201301877, estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.Sc. Edna de Juárez
Colegiado No. 5,803

Guatemala, 22 de marzo de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

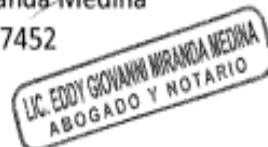
En relación al trabajo de Artículo Científico titulado: "Factores de influencia para el posicionamiento en el mercado de las empresas de telecomunicaciones en Guatemala" realizado por José Antonio López Velásquez, carné 201301877, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,



M.Sc. Eddy Giovanni Miranda-Medina
Colegiado Activo 7452



Dedicatoria

A Dios

Por darme una familia que ha sabido guiarme por el buen camino, por colocar obstáculos a lo largo de mi vida ya que por la cualidad competitiva que me ha brindado los he afrontado como marcas que debo superar y hoy puedo culminar mi carrera de licenciatura.

A mi Madre

Por estar a mi lado en cada momento de mi vida, por su entrega y dedicación para hacerme entender que podía lograr mis metas desde el primer día que inicie mis estudios, por ser la intercesora de Dios para guiarme y por ser un ejemplo a seguir.

A mi padre

Porque ha velado porque no me falte nada, por estar a mi lado en cada momento de mi vida, por los consejos que me ha brindado para afrontar la vida y por llevarme a la universidad ya que si no lo hubiera hecho hoy no sería licenciado.

A mi hermana:

Por ser la única persona a la que puedo considerar amiga y hermana ya que me ha acompañado en cada momento y a pesar de ser más pequeña me ayuda a motivarme en los momentos más difíciles que he afrontado.

A la Universidad

Por enriquecer mis conocimientos a través de personas profesionales y entregadas a su labor docente, y darme la oportunidad de culminar una meta profesional más en mi vida.

A los Encuestados

Por brindarme su opinión para realizar el estudio del artículo científico.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1 Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de Investigación	2
1.3 Objetivos de Investigación	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	3
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujetos de la investigación	3
1.5.1 Sujeto 1	3
1.5.2 Sujeto 2	3
1.6 Alcance de la investigación	4
1.6.1 Temporal:	4
1.6.2 Geográfico:	4
1.7 Definición de la muestra	4
1.8 Definir instrumentos de investigación	5
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procesamiento y análisis de datos	5
Capítulo 2 Resultados	6
2.1 Presentación de resultados	6
Capítulo 3 Discusión	28

3.1 Extrapolación	28
3.2 Hallazgos y análisis	31
3.3 Conclusiones	33
Referencias	34
4.1 Bibliográficas	34
4.2 Digitales	34
4.3 Legal	34

Lista de gráficas

Gráfica 1	6
Gráfica 2	7
Gráfica 3	8
Gráfica 4	9
Gráfica 5	10
Gráfica 6	11
Gráfica 7	12
Gráfica 8	13
Gráfica 9	14
Gráfica 10	15
Gráfica 11	16
Gráfica 12	17
Gráfica 13	18
Gráfica 14	19
Gráfica 15	20

Gráfica 16	21
Gráfica 17	22
Gráfica 18	23
Gráfica 19	24
Gráfica 20	25
Gráfica 21	26
Gráfica 22	27

Abstract

El presente artículo científico se realizó con la finalidad de facilitar un estudio estructurado que pueda servir de guía para las compañías telefónicas en Guatemala.

La problemática se definió a partir de hechos observados como las opiniones de las personas sobre el servicio que presta una compañía, los que exponen a través de redes sociales o cuando visitan un centro de atención al cliente.

Todos los estudios consultados sobre el sector de telecomunicaciones en Guatemala se enfocan en el servicio al cliente o en algún departamento de alguna empresa en específico, por esta razón se tomó la decisión de investigar un tema del cual no existen estudios.

Derivado de lo anterior se aplicaron encuestas para obtener información sobre los factores que influyen en los clientes para elegir una empresa de telefonía móvil, por lo tanto, los datos obtenidos pueden ayudar a rectificar enfoques que poseen las compañías en la actualidad.

Introducción

El artículo científico que se muestra a continuación no emite juicio sobre los resultados obtenidos ya que únicamente está creado para que pueda ser utilizado como una guía para las empresas de telecomunicaciones en Guatemala, contiene resultados válidos y fidedignos debido al tipo de investigación.

En el capítulo uno se describe el planteamiento del problema haciendo referencia a que las personas tienen diferentes criterios cuando eligen una empresa de telefonía. Durante el planteamiento se trata de comprobar si es factible elaborar el artículo científico sobre el tema deseado tomando como referencia la cantidad de clientes de telefonía móvil que existen en base a los datos que tiene registrados la superintendencia de telecomunicaciones, después que ya se tiene definido el problema se puede dar paso a la elaboración de la pregunta de investigación, los objetivos generales y específicos los cuales pretenden analizar el grado de satisfacción de los clientes con el servicio de telefonía, las similitudes entre las ofertas comerciales de las compañías.

Continuando con el capítulo uno se establecen como sujetos de la investigación a los clientes con líneas prepago y líneas postpago ya que son las modalidades a las cuales pueden optar los clientes en Guatemala, luego se definen los alcances del artículo científico, se delimitan fechas de trabajo, área geográfica y se determina la muestra para conocer a cuántos sujetos se les aplicará el instrumento de investigación constituido por el cuestionario de forma virtual.

En el capítulo dos se pueden encontrar las gráficas que muestran los resultados de las encuestas realizadas a los clientes que poseen servicios prepago y postpago, los datos obtenidos revelan los factores que influyen en las personas al momento de elegir una empresa de telefonía.

En el capítulo tres se puede encontrar la discusión de los resultados obtenidos comparándolos con los datos que se esperaban encontrar en base a las fuentes consultadas, todo esto se resume en la extrapolación y se finaliza con las conclusiones que responden cada uno de los objetivos.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Una empresa de telecomunicaciones es aquella que proporciona servicios que permiten estar en comunicación digital activa a la población de un país por medio de aparatos telefónicos, internet y señal de cable. En Guatemala las personas comienzan a interactuar con un servicio de telecomunicaciones desde temprana edad ya que la sociedad demanda hacer uso de los recursos desde que los niños se encuentran cursando la primaria.

Las compañías que existen en el mercado guatemalteco deben registrarse bajo las normas impuestas por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT) para brindar sus servicios a la población, por ello esta entidad lleva un control estricto sobre todas las líneas de comunicación que posee cada habitante

Al centrarse en el tema de la telefonía móvil según datos obtenidos en el reporte del primer semestre del año 2018 por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT) indica “actualmente existen 19, 249,215 líneas móviles en todo el territorio nacional repartidas entre las diferentes compañías”, esto quiere decir que un sector de la población cuenta con más de un número de móvil y al mismo tiempo existieron varios factores para elegir la compañía de celular que le provee los servicios.

Actualmente se escuchan diferentes comentarios con respecto a los beneficios que otorga una compañía, estos pueden ser por el servicio al cliente personalizado que brindan para atender cualquier solicitud de venta o reclamo, la calidad en la oferta comercial que presentan en el mercado o simplemente los medios en los cuales se pueden atender a la población.

Esta investigación surge a partir de observar las incógnitas que poseen las empresas de telecomunicaciones para encontrar los factores que influyen en la población guatemalteca al momento de elegir una empresa de telecomunicaciones.

José Martínez (2017) indica que” la investigación científica asegura la no existencia de conclusiones espurias, pues elimina la propensión natural del sentido común y da explicaciones que pueden ser probadas y demostradas” (p. 15), por lo tanto la viabilidad de este artículo científico es que se ha logrado comprobar que los documentos y tesis que existen sobre el sector de telefonía únicamente están orientados a inconvenientes que detallan los problemas en los departamentos internos de las compañías o el servicio al cliente que brinda una compañía en específico.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Qué factores influyen al momento de tomar una decisión sobre la compañía de telecomunicaciones que brindará servicio al consumidor para comunicarse en el territorio guatemalteco?

1.3 Objetivos de Investigación

1.3.1 Objetivo General

- Encontrar todas las situaciones que influyen al cliente para tomar la decisión de contratar los servicios de una empresa que le permita estar comunicado en la república de Guatemala

1.3.2 Objetivos Específicos

- Encontrar las similitudes que existen entre las compañías (ofertas comerciales, centros de atención al cliente, tiempos para atender reclamos)
- Segmentar el mercado para conocer las diferentes condiciones en las cuales se encuentran los clientes al momento de contratar un servicio.
- Determinar el grado de satisfacción que poseen los clientes existentes en las tres compañías para entender los factores que influyen en los nuevos interesados.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

Para encontrar los factores que influyen para elegir una empresa de telecomunicaciones es necesario realizar una investigación descriptiva, esta se enfoca en realizar un análisis general de la situación actual del tema investigado. El interés principal no está envuelto en dar una solución para influir en la población, si no en generar una serie de argumentos que puedan dar sugerencias que pueden ser de utilidad para las empresas

1.5 Sujetos de la investigación

1.5.1 Sujeto 1

Clientes que desean un teléfono celular prepago para estar comunicado en todo momento con sus familiares y amigos.

Las personas comprendidas en este segmento se caracterizan en cuatro etapas de la vida:

- Adolescentes 12- 18 años
- Jóvenes 19- 24 años
- Adultos 25- 60 años
- Personas de la tercera edad 61- 75 años

Todos los segmentos se encuentran en toda la república de Guatemala

1.5.2 Sujeto 2:

- Clientes que necesitan un servicio móvil que es proporcione llamadas e internet por medio de un plan postpago con renta mensual.
- Las personas comprendidas en este segmento se pueden encontrar en un rango de edad de 20 a 60 años debido a que son las personas que ya cuentan con un empleo fijo.
- Este mercado está dirigido a toda la república de Guatemala

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal:

La investigación se realizó del 27 de octubre de 2018 al 9 de marzo del 2019

1.6.2 Geográfico:

El estudio se realizó en la ciudad de Guatemala, municipio de Guatemala.

1.7 Definición de la muestra

La muestra en la cual se basa este trabajo es desconocida debido a la cantidad de población que existe en el lugar geográfico en donde se realizará la encuesta.

Cálculo de muestra infinita para poblaciones desconocidas:

N	=	Muestra
N	=	Población
P	=	Probabilidad de éxito
Q	=	Probabilidad de fracaso
Z	=	Nivel de Confianza
E	=	Error

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n	=	Muestra	380 personas
N	=	Población	N/A
p	=	Probabilidad de éxito	0.5
q	=	Probabilidad de fracaso	0.5
z	=	Nivel de Confianza	1.96
E	=	Error	0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8016 * 0.5 * 0.5}{0.25}$$

$$n = 3.8$$

$$n = 380 \text{ personas}$$

Es necesario encuestar a un total de 380 personas para conocer los factores que pueden influir en la población de la ciudad de Guatemala para elegir una compañía de telefonía.

1.8 Definir instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación que se estipularon para realizar el trabajo de campo son preguntas cerradas, esto permitió que cualquier respuesta tenga relación con la siguiente. Para ello fue necesario colocar preguntas catalogadas por frecuencias, probabilidad, importancia y de selección múltiple para conocer los gustos que tiene cada persona al elegir una compañía telefónica.

1.9 Recolección de datos

Se utilizaron encuestas vía web con la finalidad de recolectar datos de una manera más sencilla y precisa, para ello se contactó a las personas a través de medios de comunicación electrónicos (Facebook, WhatsApp, Twitter, Messenger, E-mail) para que pudieran participar en una encuesta que buscaba conocer su opinión sobre los factores que influyeron en ellos al contratar una empresa de telefonía.

Debido a que existen dos sujetos de investigación (ver 1.5) las encuestas estaban configuradas con diferentes respuestas dependiendo el mercado que seleccionaran las personas (prepago o postpago), las preguntas fueron estructuradas para que los usuarios pudieran realizar la encuesta con la mayor sinceridad posible.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Ya que la encuesta fue planteada de forma cerrada para conocer los factores que son más importantes para el cliente al momento de elegir una empresa de telefonía los datos obtenidos fueron precisos, por ello se procedió a realizar los siguientes pasos para analizar la información:

1. Tabular los datos recolectados a través de las encuestas vía web
2. Clasificar las causas por orden de afectación
3. Crear gráficas para mostrar de una manera más sencilla y estructurada la información.
4. Crear conclusiones que permitan explicar la razón por la cual los clientes eligen uno de los puntos planteados en la encuesta para contratar un servicio telefónico.

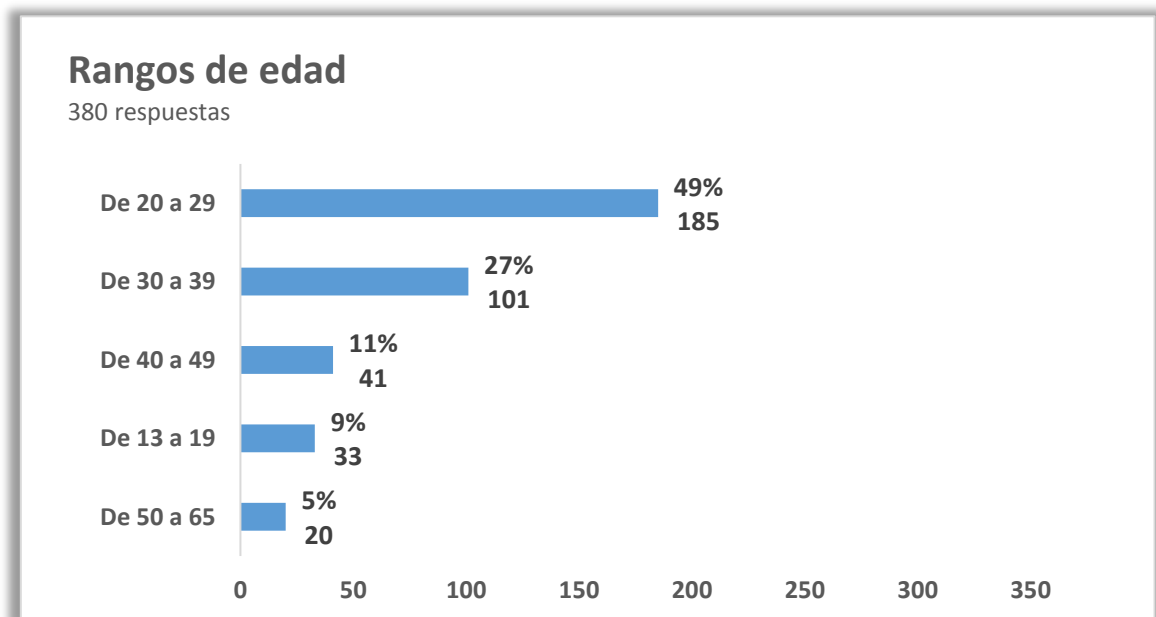
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

Gráfica 1

Pregunta para conocer la edad del encuestado

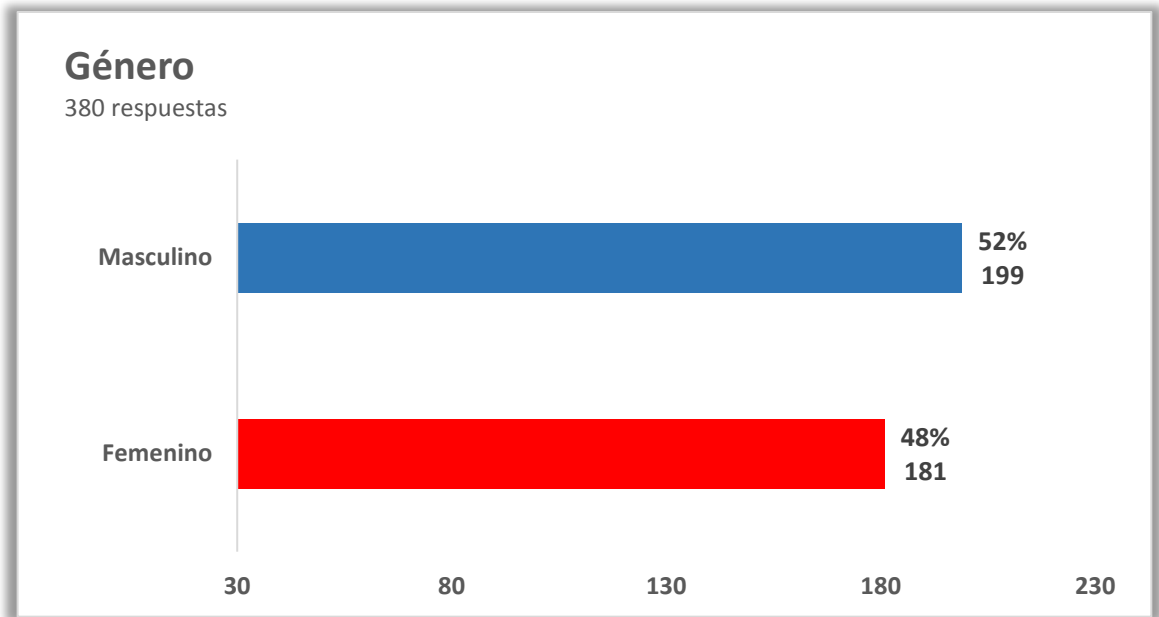


Fuente: elaboración propia, 2010

Se realizó la encuesta a 380 personas en donde el 49% se encuentra entre los 20 a 29 años, el 27% oscila entre los 30 a 39 años, el 11% oscila entre los 40 a 49 años, el 9% oscila entre los 13 a 19 años y el 5% oscila entre los 50 a 65 años.

Gráfica 2

Pregunta para conocer el género del encuestado

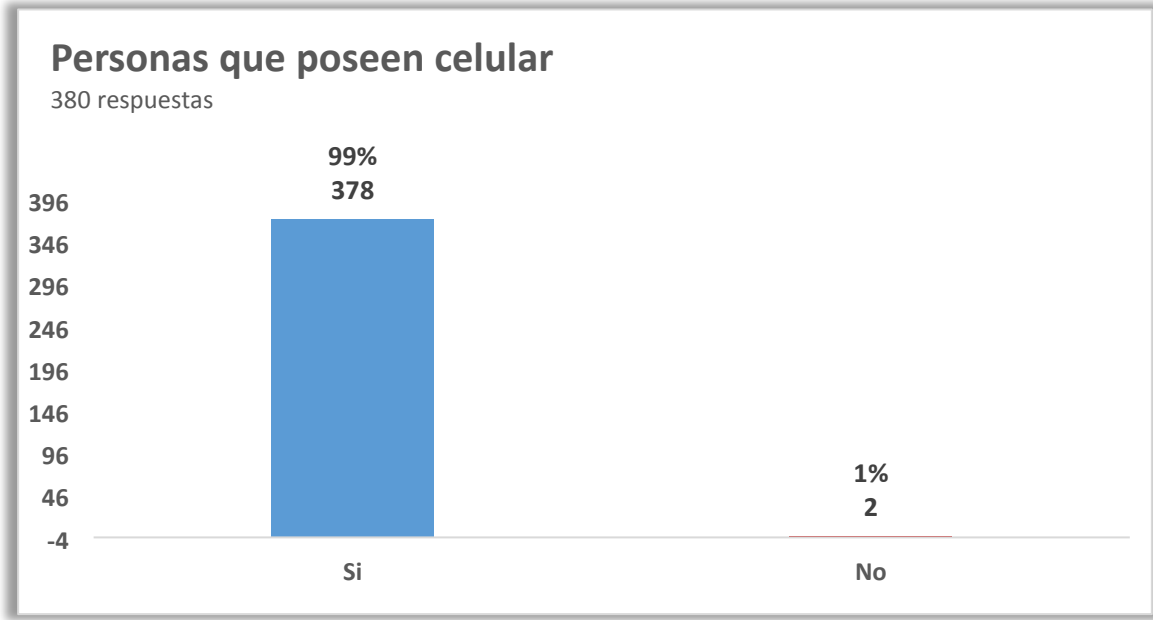


Fuente: elaboración propia, 2019

Se encuestaron en total a 380 personas de las cuales el 52% representa al género masculino y el 48% al género femenino.

Gráfica 3

¿Cuenta con un teléfono celular?

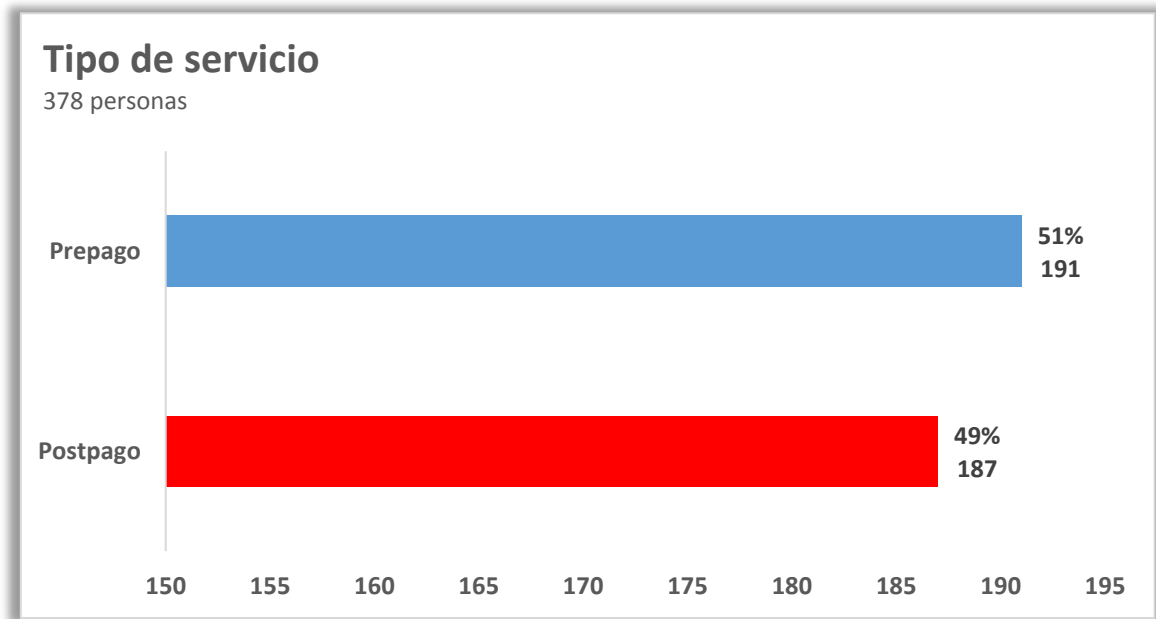


Fuente: elaboración propia, 2019

Se realizó la encuesta a 380 personas de las cuales el 99% cuenta con un teléfono celular ya sea de línea prepago o postpago y el 1% no cuenta con un teléfono celular actualmente.

Gráfica 4

¿Qué tipo de línea móvil posee actualmente?



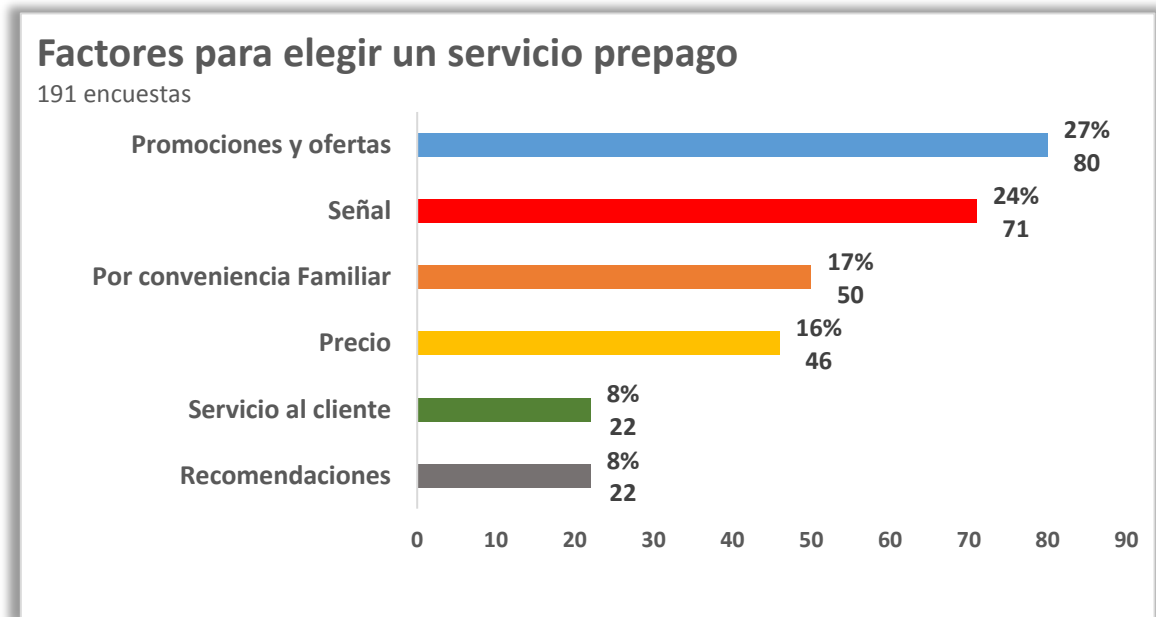
Fuente: elaboración propia, 2019

Se encuestaron a 378 personas ya que como se pudo ver anteriormente el 1% no poseía teléfono celular. De las personas encuestadas el 51% cuenta con teléfono prepago y el 49% cuenta con un teléfono postpago.

Gráfica 5

Sujeto 1:

¿Cuál de los siguientes factores fue el que influyó en usted al momento de elegir la empresa de telefonía que posee actualmente?



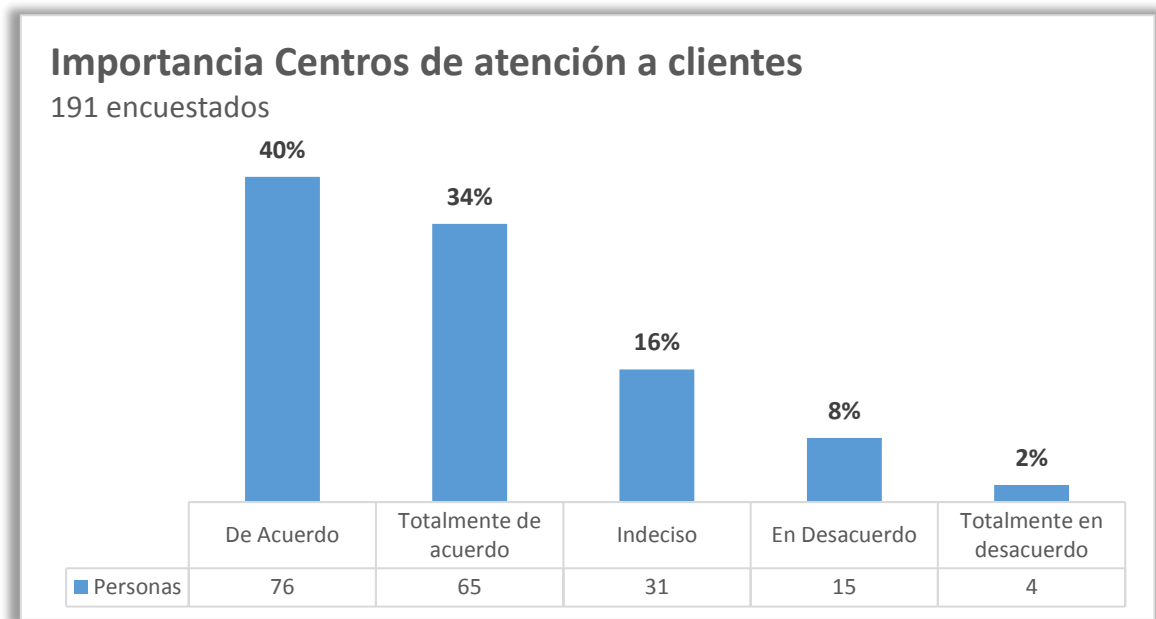
Fuente: elaboración propia, 2019

En la gráfica anterior se dio la posibilidad de elegir varias respuestas para responder, el principal factor para elegir un servicio prepago son las promociones y ofertas representando por el 27%, el 24% opina que elige un servicio prepago por la señal, el 17% opina que elige un servicio prepago por la compañía que poseen sus familiares, el 16% se fija en el precio, el 8% considera que el servicio al cliente influye para elegir un servicio prepago y las recomendaciones que brinden familiares y amigos está representando por el 8%.

Gráfica 6

Sujeto 1:

¿Usted considera que los centros de atención al cliente (agencias / Call Center) son importantes para elegir una empresa de telefonía?



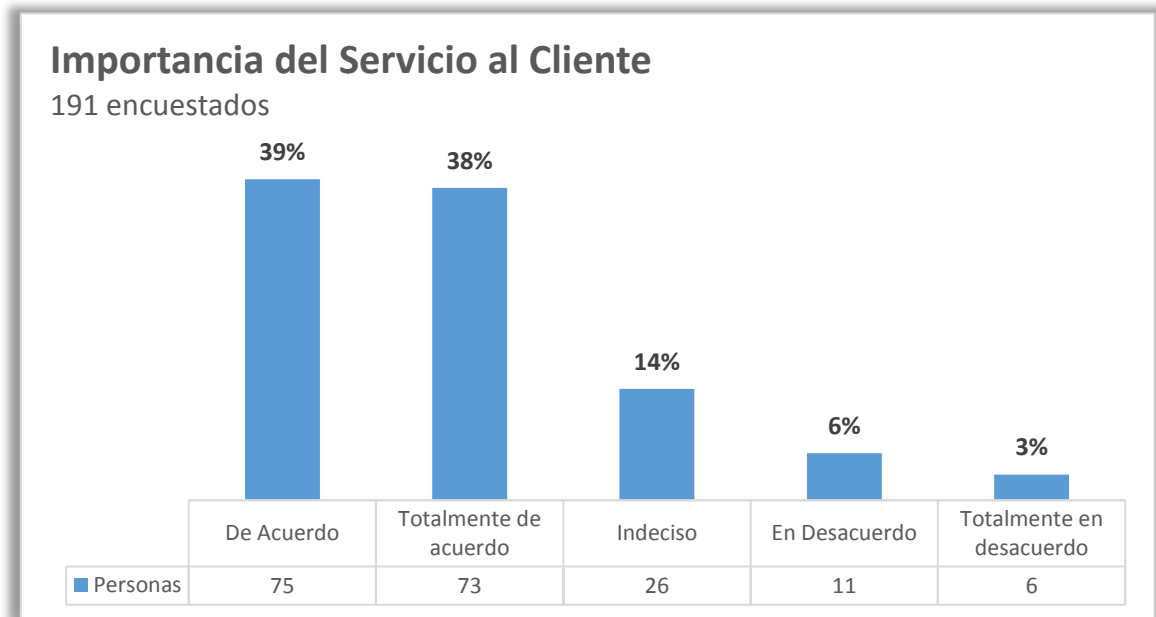
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 40% está de acuerdo que los centros de atención al cliente son importantes para elegir una empresa de telefonía, el 34% está totalmente de acuerdo, el 16% le son indiferentes los centros de atención, el 8% está en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 7

Sujeto 1:

¿Usted considera que el servicio al cliente es un factor que influye en usted para elegir una empresa de telefonía?



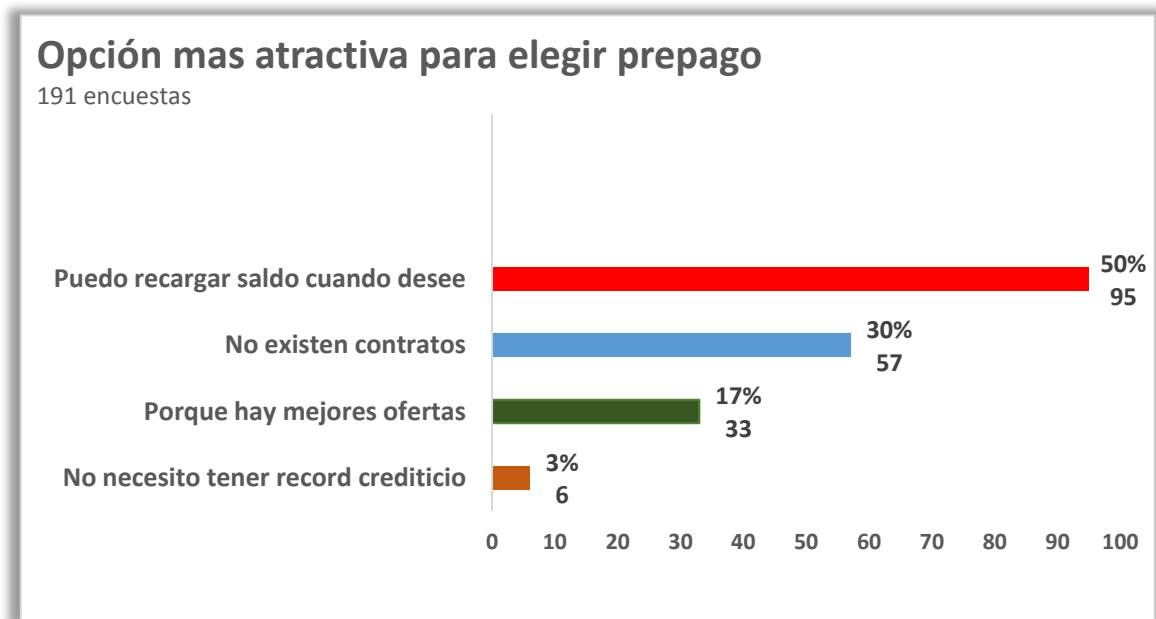
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 39% de las personas está de acuerdo con que el servicio al cliente influye en ellos para elegir una empresa de telefonía, el 38% está totalmente de acuerdo, el 14% es indiferente al tema, el 6% está en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo.

Gráfica 8

Sujeto 1:

¿Cuál de las siguientes opciones considera más atractiva para elegir un número tarjetero?



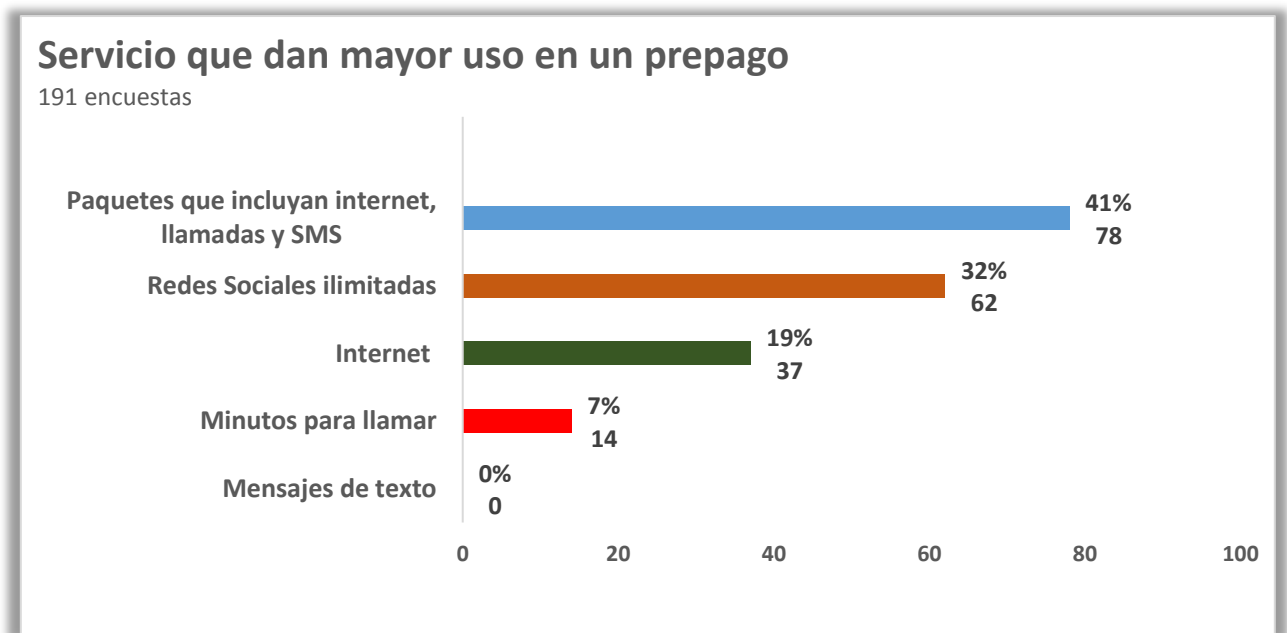
Fuente: elaboración propia, 2019

El 50% de los encuestados considera que eligen un servicio prepago porque pueden recargar saldo cuando deseen, el 30% elige un prepago porque no existen contratos, el 17% considera que existen mejores ofertas que en un servicio postpago y el 3% elige un prepago porque no es necesario tener record crediticio para adquirir el servicio.

Gráfica 9

Sujeto 1:

Elija cuál de los siguientes servicios utiliza más en su número tarjetero



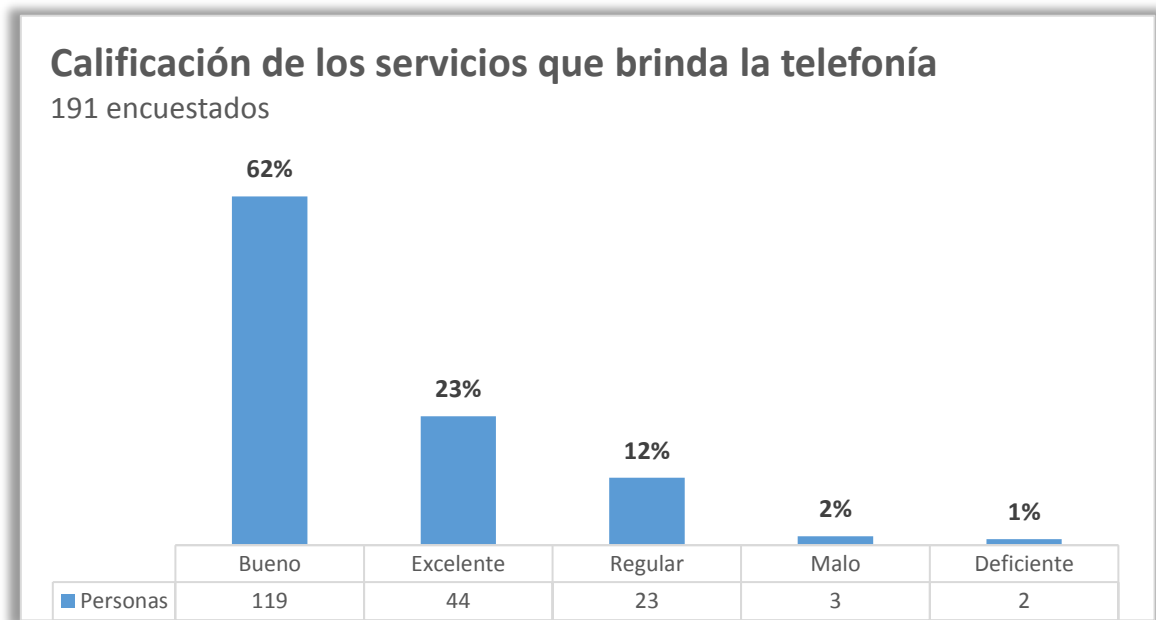
Fuente: elaboración propia, 2019

El 41% de los encuestados consideran que los paquetes que incluyen internet, llamadas y SMS son los que más utilizan en un número prepago, el 32% considera que las redes sociales ilimitadas son las que más utilizan, el 19% opina que el internet es el que más utiliza y el 7% opina que son más importantes los minutos para realizar llamadas.

Gráfica 10

Sujeto 1:

¿Cómo calificaría los servicios que brinda la empresa de telefonía que posee actualmente? (Internet, llamadas, señal, mensajes)



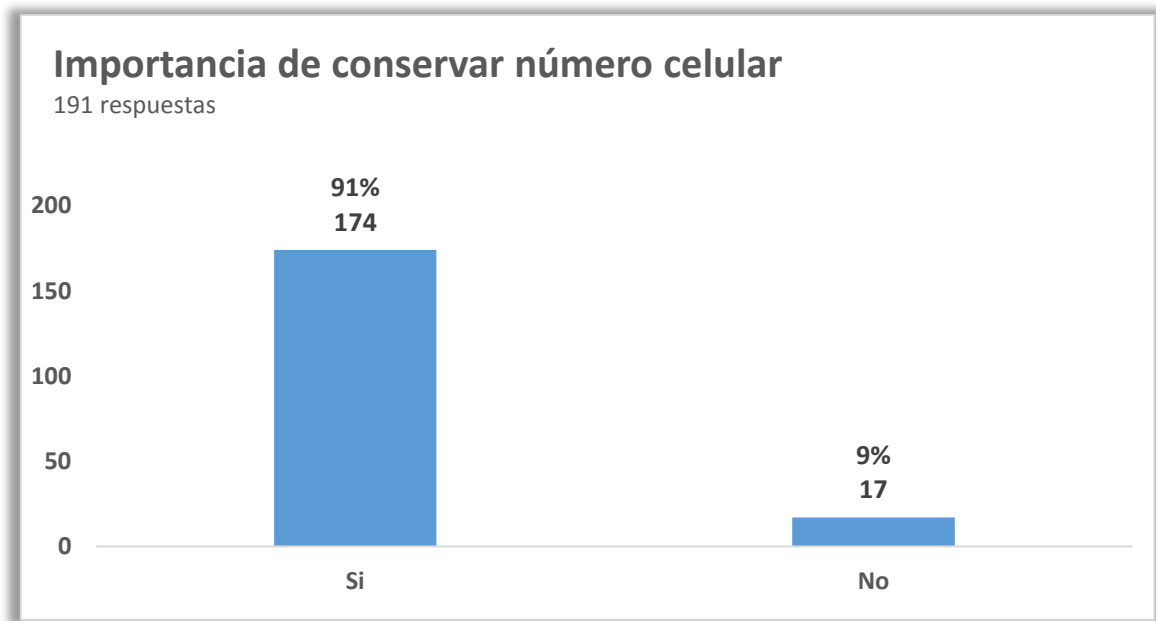
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 62% opina que los servicios que brinda la empresa de telefonía que posee actualmente es bueno, el 23% dice que es excelente, el 12% considera que es regular, el 2% indica que es malo y el 1% considera que es deficiente.

Gráfica 11

Sujeto 1:

¿Es importante para usted conservar por varios años el número de celular que posee actualmente?



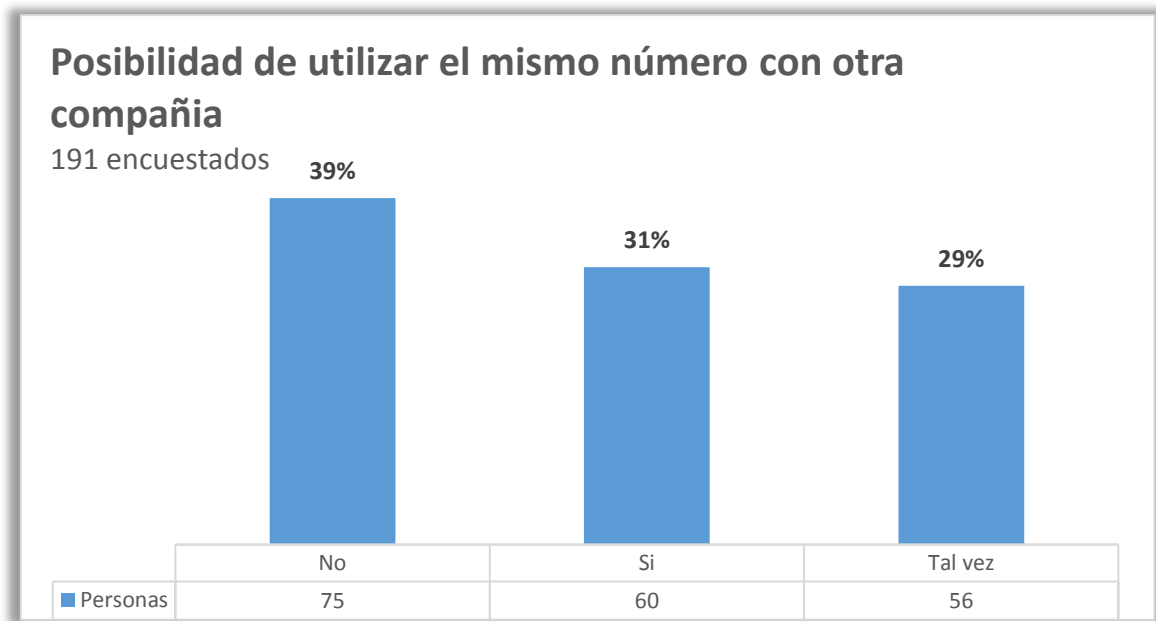
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 91% indica que es importante conservar su número de celular prepago por varios años y el 9% indica que no es importante para ellos.

Gráfica 12

Sujeto 1:

Si existiera la posibilidad de utilizar su número de celular actual en otra compañía ¿Se cambiaría de empresa?



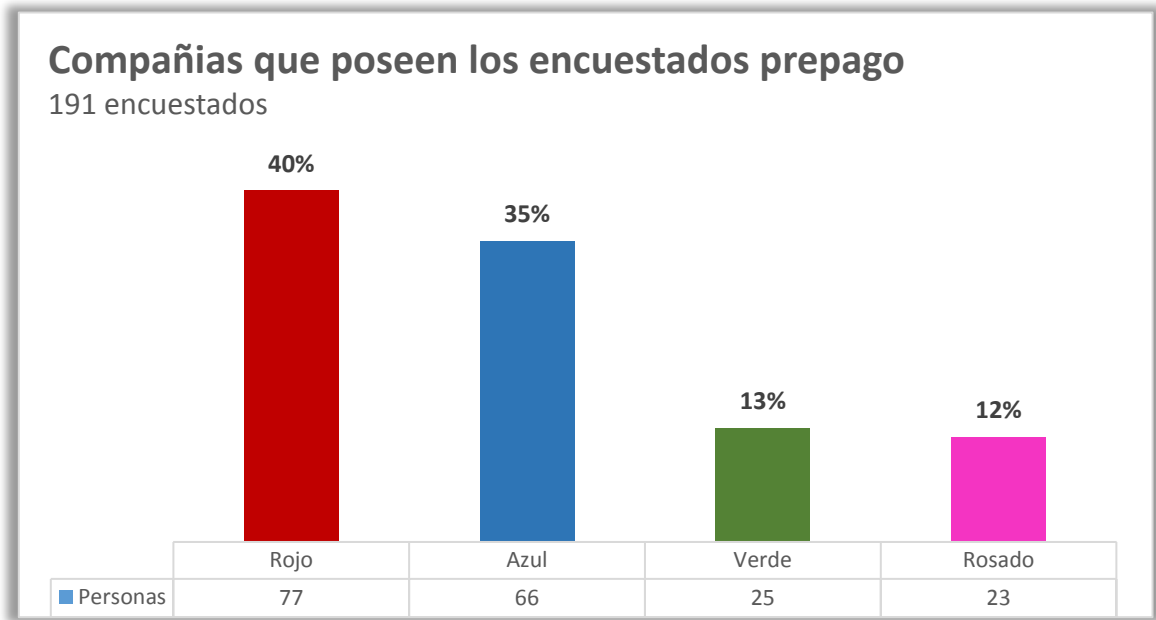
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 39% no consideraría realizar el cambio de compañía telefónica si existiera la posibilidad de utilizar su número prepago en otra empresa, el 31% si consideraría esta posibilidad y el 29% posiblemente se cambiaría.

Gráfica 13

Sujeto 1:

Seleccione el color que representa actualmente a la compañía con la que tiene su número de celular.



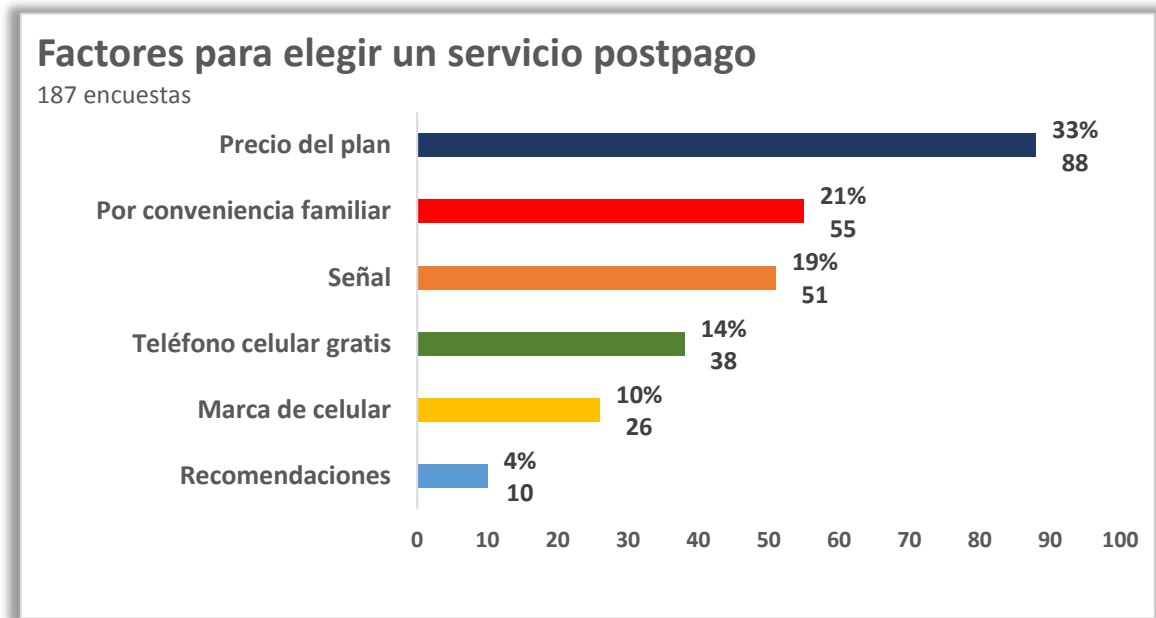
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 40% indica que posee su número prepago con la compañía roja, el 35% con la compañía azul, el 13% con la compañía verde y el 12% con la compañía rosada

Gráfica 14

Sujeto 2:

¿Cuál de los siguientes factores fue el que influyó en usted al momento de elegir la empresa de telefonía del plan que posee actualmente?



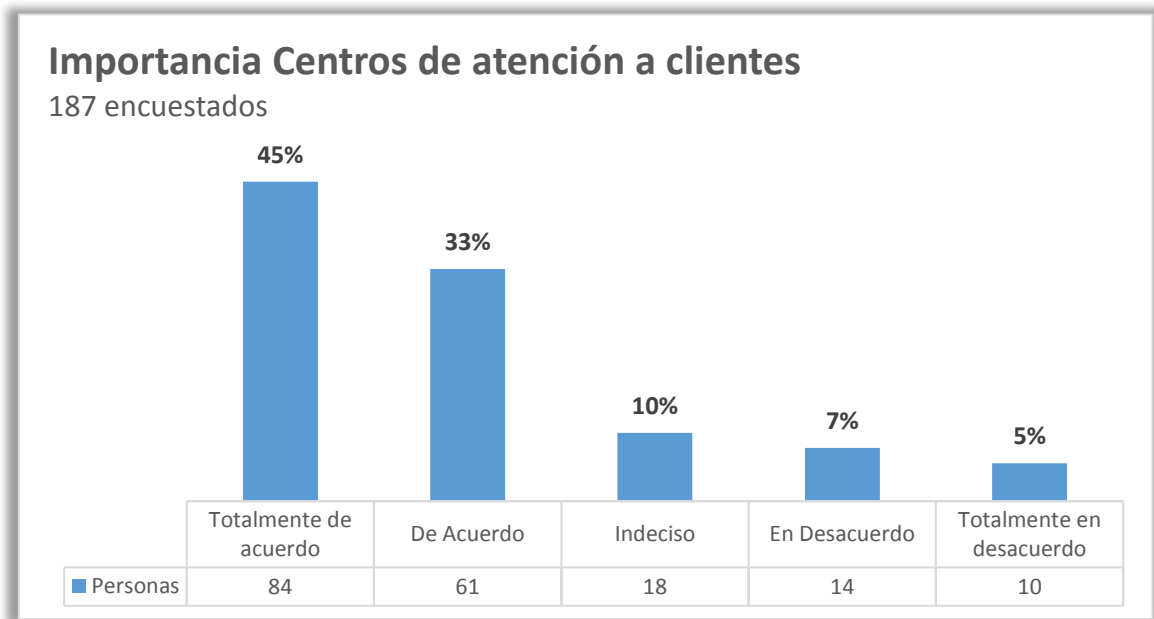
Fuente: elaboración propia, 2019

En la gráfica anterior se dio la posibilidad a las personas de responder con más de una respuesta, el principal factor para elegir un servicio postpago es el precio del plan representando por el 33%, luego la conveniencia familiar con 21%, el 19% opina que la señal es importante, el 14% busca un plan postpago para obtener un celular gratis, el 10% opina que elige un plan por la marca del celular que puede obtener y el 4% lo elige por alguna recomendación de familiares o amigos.

Gráfica 15

Sujeto 2:

¿Usted considera que los centros de atención al cliente (agencias / Call Center) son factores que se deben tomar en cuenta para elegir una empresa de telefonía?



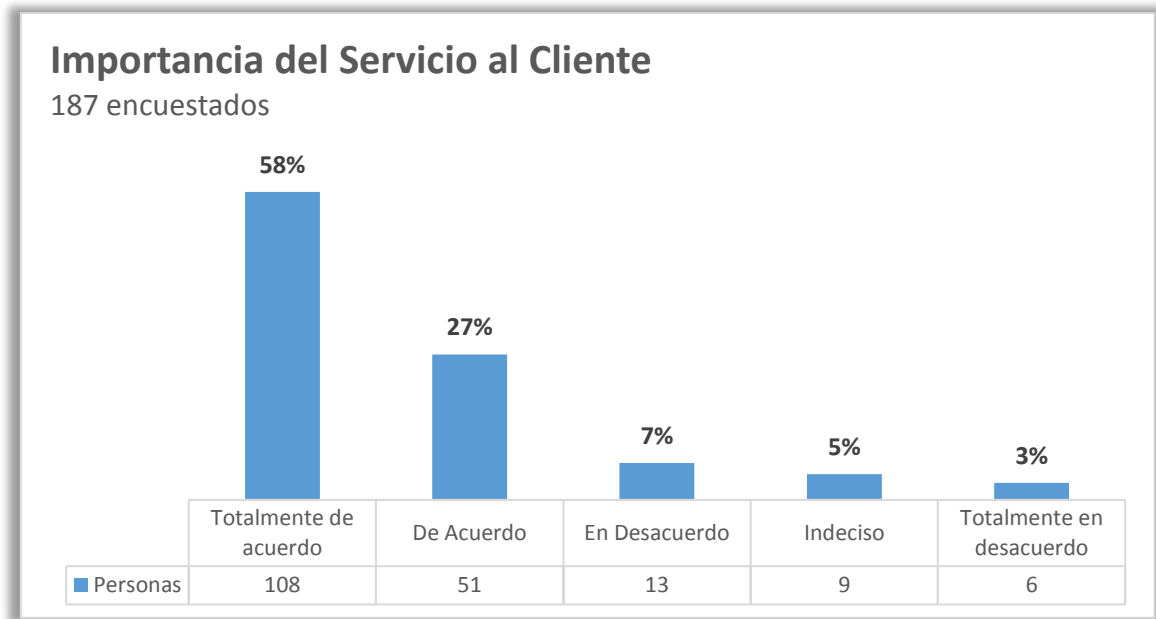
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 45% está totalmente de acuerdo que los centros de atención al cliente son importantes para elegir una empresa de telefonía, el 33% está de acuerdo, al 10% le son indiferentes los centros de atención, el 7% está en desacuerdo y el 5% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 16

Sujeto 2:

¿Usted considera que el servicio al cliente es un factor que influye en usted para elegir una empresa de telefonía?



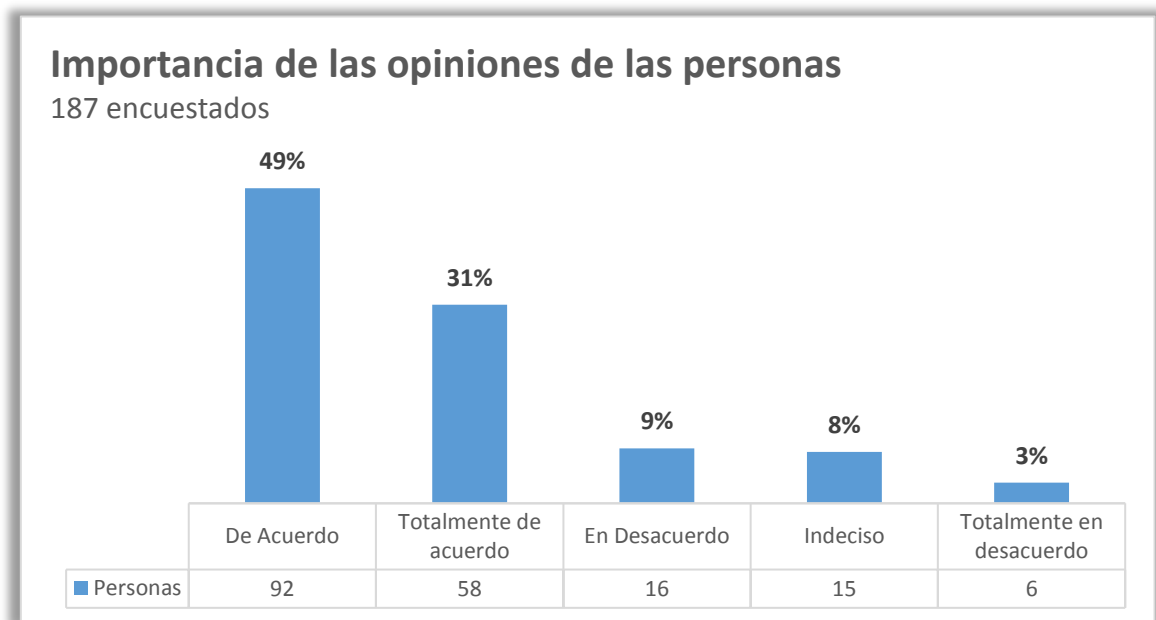
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 58% está totalmente de acuerdo con que el servicio al cliente es importante para contratar un plan postpago, el 27% está de acuerdo, el 7% no está de acuerdo, al 5% le es indiferente el servicio al cliente y el 3% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 17

Sujeto 2:

¿Las opiniones de las personas sobre el funcionamiento de los servicios que brindan las empresas de telefonía influyen en usted para elegir la compañía en donde contratará su plan?



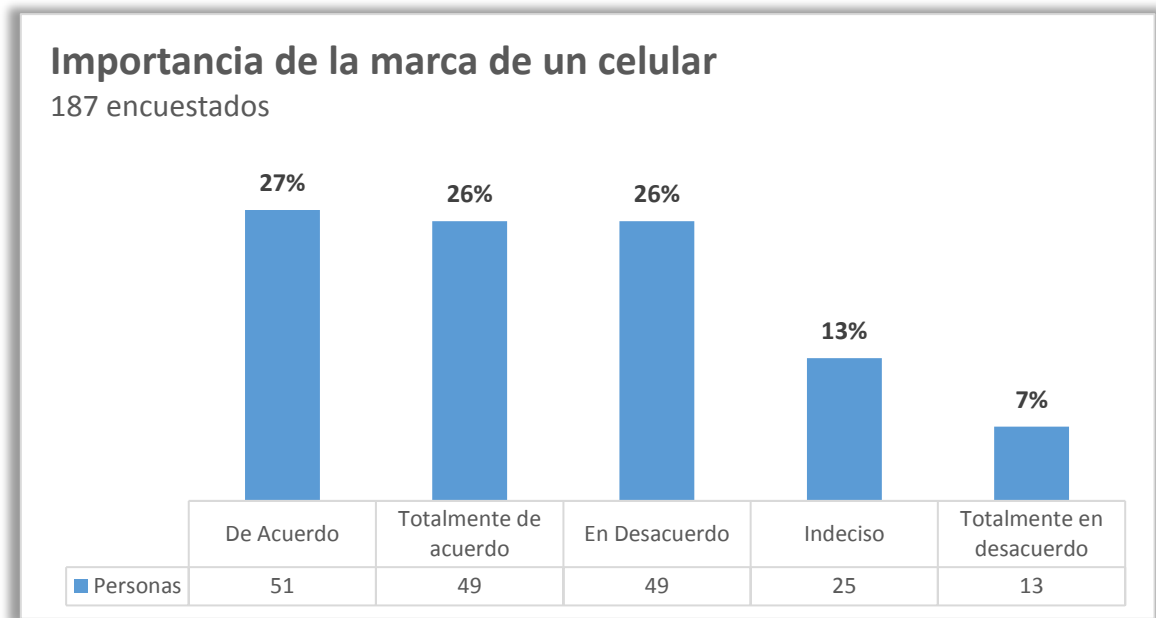
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 49% está de acuerdo con que toma en cuenta las opiniones de otras personas para elegir un plan postpago en una compañía, el 31% está totalmente de acuerdo, el 9% no toma en cuenta las opiniones, el 8% le son indiferentes las opiniones y el 3% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 18

Sujeto 2:

¿La marca de un celular influye en su decisión para elegir la empresa en donde contratará su servicio?



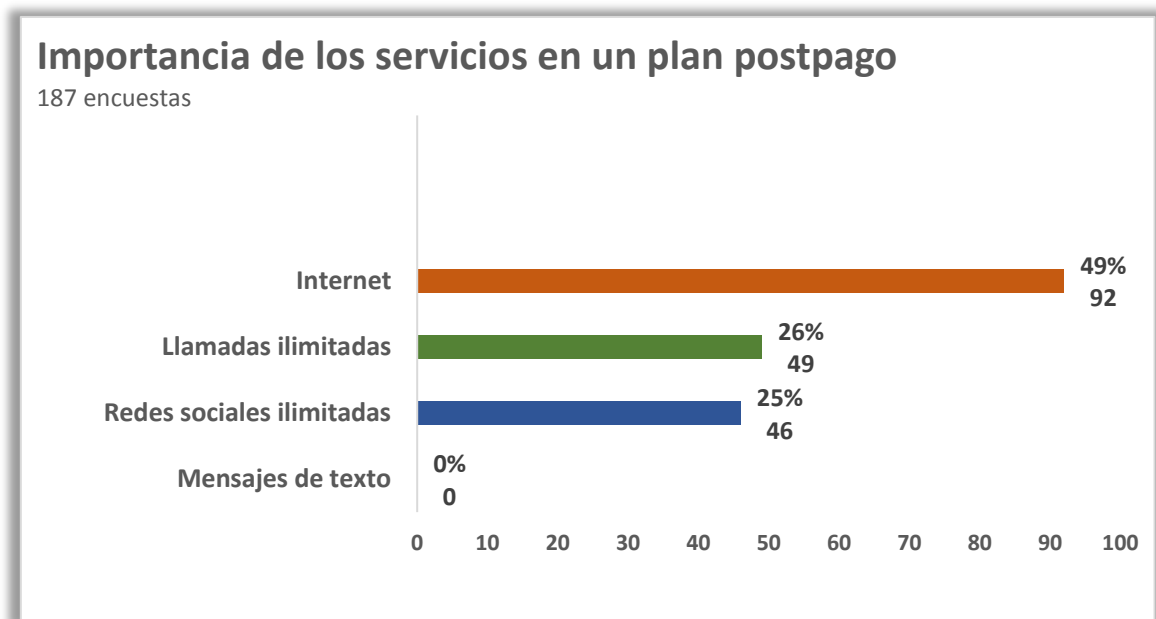
Fuente: elaboración propia, 2019

De los 187 encuestados el 27% opina estar de acuerdo que la marca de un celular puede influir al momento de elegir un plan postpago, el 26% está totalmente de acuerdo y otro 26% está en desacuerdo, 7% está en total desacuerdo y el 13% es indiferente a la marca de un celular para contratar un plan postpago.

Gráfica 19

Sujeto 2:

¿Cuál de los siguientes servicios considera más importante para elegir un plan postpago?



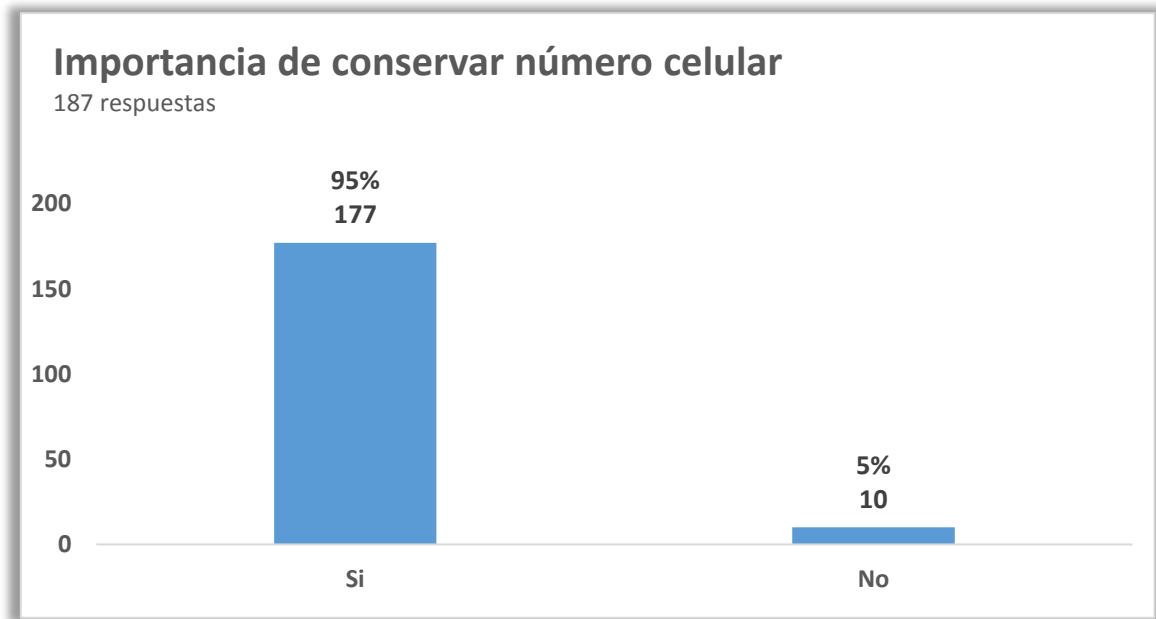
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 49% considera que el internet es el más importante al momento de elegir un plan postpago, el 26% considera que las llamadas ilimitadas son más importantes, el 25% considera que las redes sociales ilimitadas son las que buscan para elegir un plan, ninguna persona busca mensajes de texto para elegir su plan.

Gráfica 20

Sujeto 2:

¿Es importante para usted conservar por varios años el número de celular que posee actualmente?



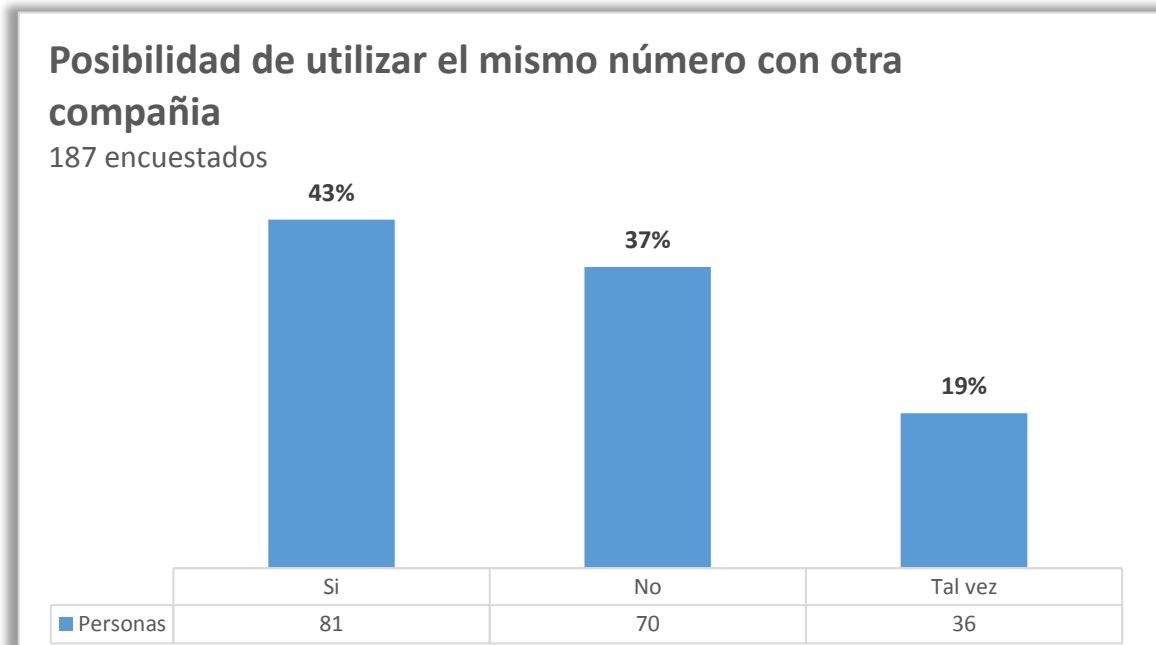
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 95% opina que es importante conservar su número por varios años y el 5% opina que no es importante para ellos conservar el número que poseen actualmente.

Gráfica 21

Sujeto 2:

Si existiera la posibilidad de utilizar su número de celular actual en otra compañía ¿Se cambiaría de empresa?



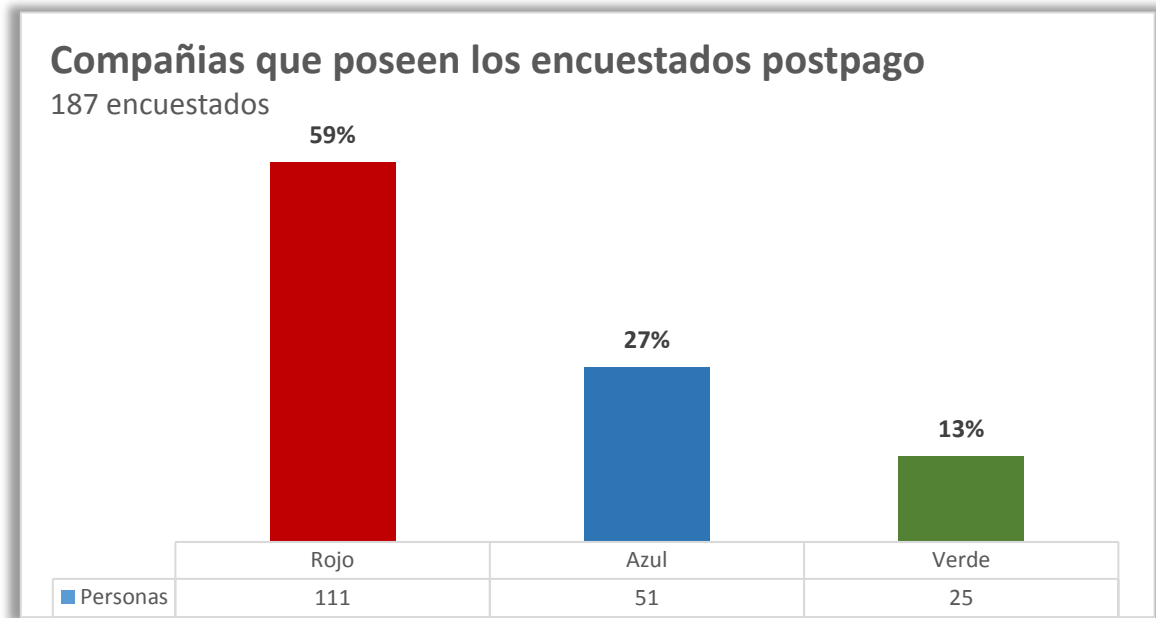
Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 43% opina que si se cambiaría de empresa si pudiera utilizar su número, el 37% opina que no se cambiaría y el 19% consideraría la idea de cambiarse de compañía.

Gráfica 22

Sujeto 2:

Seleccione el color que representa actualmente a la compañía con la que tiene contratado su plan actualmente.



Fuente: elaboración propia, 2019

De los encuestados el 59% indica que posee su número postpago con la compañía roja, el 27% con la compañía azul y el 13% con la compañía verde.

Capítulo 3

Discusión

3.1 Extrapolación

La investigación que se realizó busca dar una guía a las empresas debido a que actualmente se enfocan en mejorar el servicio al cliente en base a los estudios que han sido presentados por diferentes entidades, sin embargo no se han encontrado documentos que demuestren que factores pueden influir en los consumidores para elegir una empresa de telecomunicaciones.

“Los factores que influyen en la mente de los consumidores al momento de elegir un producto son procesos motivados en el que existen una serie de objetivos que hay que lograr alcanzar por medio de la compra” (Berenguer 2006, p. 35)

Según el Diario TI:

Dice que las empresas de telecomunicaciones ofrecen productos similares y utilizan tecnologías semejantes, sin embargo para diferenciar sus ofertas de las del resto de la competencia y desarrollar productos que además que atraigan al consumidor deben tomar en cuenta la rentabilidad que les otorga el servicio, por lo tanto es imprescindible que las compañías de telecomunicaciones puedan apoyarse en el conocimiento que albergan sus datos para tomar las decisiones de innovación correctas y aventajar a sus competidores.

(<https://diarioti.com/empresas-de-telecomunicaciones-y-la-necesidad-de-innovar/18201>

Artículo Recuperado: 25/06/08)

En Guatemala las empresas de telecomunicaciones cuentan con dos tipos de usuarios para adquirir un número celular, los servicios prepago (Sujeto 1) y los servicios Postpago (Sujeto 2), “en la actualidad existen 19, 124,401 de personas que poseen líneas de tipo prepago y 1,343, 119 posee

línea postpago (informe preliminar de estadísticas de telefonía del segundo trimestre 2018 superintendencia de telecomunicaciones de Guatemala, p7)”.

En los resultados obtenidos con respecto a las personas encuestadas estas no coinciden con el porcentaje de clientes prepago y postpago que existen debido a que la encuesta se realizó en la ciudad de Guatemala y la superintendencia de telecomunicaciones tiene las cifras a nivel nacional, la información es más amplia en hallazgos y análisis.

Sandy Morales (2014) afirma que

El 45% de las personas encuestadas en la empresa de telecomunicaciones que se encuentra en Zacapa opina que el servicio al cliente es importante para ellos ya que se encuentran satisfechos con la atención recibida y el 62% de los empleados perciben que los clientes están satisfechos con el servicio. (p. 25)

Lo anterior se puede comparar con la pregunta que se realizó en este estudio ya que el 39% y 58% opina que el servicio al cliente es un factor importante al momento de elegir una empresa de telefónica, lo cual concuerda con John Tschohi (1994) quien dice “El servicio es el nuevo estándar que utilizan los clientes para juzgar a una empresa”

Es importante que las compañías no centren toda su atención en mejorar el servicio al cliente y dejar por un lado algunos factores que pueden afectar su capacidad de percibir clientes, por ejemplo en el estudio realizado a los sujetos que poseen servicio postpago se pudo encontrar que el 43% se cambiaría de empresa telefónica si en Guatemala existiera la posibilidad de utilizar el mismo número de teléfono que posee actualmente, a partir de esta situación las compañías podrían establecer puntos de control que les permitan detectar las razones por las cuales dichos clientes tomarían esta decisión.

Según la gráfica 22 indica que el 59% posee número postpago de la compañía roja, el 27% de la compañía azul y el 13% de la compañía verde, si el 43% respondió que se cambiaría de empresa si existiera la posibilidad de utilizar el mismo número la iniciativa de ley presentada por Edgar Romeo Cristiani (Abril 2014) podría afectar considerablemente el número de clientes que posee actualmente las empresas ya que el afirma que “la portabilidad numérica fomentaría la libre

competencia entre los proveedores de servicios de telecomunicaciones, lo que se convertiría en mejor servicio al usuario, mejores tarifas y un uso eficiente de la numeración”.(p, 8)

Otro punto relevante que sucedió durante el estudio es que según Prensa Libre (24 Enero 2019) publicó un artículo sobre la venta de todas las acciones de Telefónica a la transnacional América Móvil por un monto que asciende a los \$648, 000,000, lo cual quiere decir que a partir de dicha fecha en Guatemala podrían existir únicamente dos compañías ya que aún no ha sido anunciado que sucederá con los clientes que pertenecen a la compañía verde.

Actualmente la SIT (Segundo Informe 2018) indica que los clientes postpago y prepago están divididos de la siguiente manera:

Postpago:

El 18.95% posee su servicio móvil con la compañía verde, el 27.89% con la compañía roja y el 53.16% pertenece a la compañía Azul, por lo tanto, al momento de existir una fusión entre dos empresas la compañía roja tendrá el 46.84% del mercado y la compañía azul 53.16% aproximadamente.

Prepago:

El 16.26% posee su servicio móvil con la compañía verde, el 37.39% con la compañía roja y el 46.16% pertenece a la compañía Azul, por lo tanto, al momento de existir una fusión entre dos empresas la compañía roja tendrá el 53.65% del mercado y la compañía azul 46.35% aproximadamente.

Esta situación puede llegar a afectar radicalmente los factores para elegir una empresa de telefonía ya que si por alguna experiencia las personas se habían cambiado de la compañía roja a la verde puede existir la posibilidad que la empresa Azul tenga mayor crecimiento, ya que como se pudo observar en los resultados obtenidos el 43% respondió que si se cambiaría de empresa si existiera la posibilidad de conservar su número y ya está en marcha una propuesta de ley que puede ser evaluada para ser aprobada debido a que únicamente existen dos empresas a cargo de todas las telecomunicaciones móviles del país.

3.2 Hallazgos y análisis

En las encuestas que se realizaron existen diferentes opiniones las cuales crean polémica con los resultados que se esperaban encontrar, la razón podría ser que se consultaron diferentes fuentes y opiniones de personas antes de realizar la encuesta a los sujetos.

Para obtener los factores que influyen en los consumidores se pudo encontrar que los sujetos encuestados muestran discrepancia con los datos generales que presenta la superintendencia de telecomunicaciones (SIT), por ejemplo:

- Las personas que poseen teléfono prepago están representadas con el 93% en el reporte de la SIT mientras que los sujetos encuestados en este estudio representan el 51%.
- Las personas que poseen teléfono postpago están representadas con el 7% en el reporte de la SIT mientras que los sujetos encuestados en este estudio representan el 49%.

La diferencia de las cifras es debido a que el estudio realizado por la SIT está elaborado en base al control de líneas activas de las tres telefonías a nivel Nacional y el estudio que se realizó fue con personas de la región central de Guatemala en donde la mayoría de la población posee servicio postpago.

Otra situación que se puede evidenciar es que las personas del servicio prepago como el postpago tienen en común el factor que se dejan llevar por su economía para elegir la compañía que desean utilizar, ya que los sujetos que indicaron tener un plan postpago el 33% opina que la renta mensual que pagan por un plan es vital para elegir una compañía, mientras que el 50% de los sujetos prepago opina que eligen este tipo de servicio porque pueden recargar saldo cuando desee lo cual refleja lo importante que es para la población cuidar su economía.

Otro dato importante es que los dos sujetos encuestado están de acuerdo con que los mensajes de texto son irrelevantes para ello, por lo cual puede ser un punto a favor de las compañías telefónicas ya que pueden dejar de enfocarse en dar este servicio a sus usuarios en sus paquetes o planes y centrarse en satisfacer lo que demandan los usuarios que es el servicio de Redes Ilimitadas o el Internet.

Es importante que las empresas puedan invertir en mejorar los centros de atención al cliente ya que el 45% de los encuestados concuerda en que esto influye en ellos para elegir una empresa de telefonía. Según las páginas web de cada operador se puede ver que la compañía Roja cuenta con 76 centros de atención al cliente en el país, la compañía verde cuenta con 31 centros y la compañía azul con 12.

Es interesante observar como la compañía que más clientes posee es la que tiene menor cantidad de centros de atención, sin embargo esta empresa de telefonía tiene la ventaja de que muchos de sus reclamos y ventas las realiza por medio de call center lo cual ayuda a eliminar una gran cantidad de centros de atención y otorga al usuario la facilidad de autogestión para evitar que necesite de alguien.

3.3 Conclusiones

1. Se realizó la investigación y fue posible determinar que el factor principal que influye en la mente de los consumidores al momento de elegir una empresa de telefonía es el precio de los servicios que establecen las compañías ya que los clientes prepago se fijan en las promociones y en la facilidad de recargar cuando pueden hacerlo y los clientes postpago toman en cuenta que deben pagar el servicio cada mes y es parte de su presupuesto.
2. Según se pudo comprobar las empresas de telecomunicaciones cuentan con canales de atención al cliente de forma física, por call center y por redes sociales lo cual permite que las personas que utilizan los servicios puedan tener la facilidad de ser atendido por alguno de los medios mencionados, adicional se pudo evidenciar que la señal es un factor importante para las personas, por ello las compañías en su publicidad hacen gran referencia a la cobertura de señal que poseen.
3. El estudio realizado pudo comprobar que el mercado de la telefonía móvil esta segmentado en dos tipos de clientes que se podrían definir como las personas que buscan estar comunicados, sin embargo ellos son los que poseen el control de realizar pagos cuando lo considera necesario o existe alguna promoción que lo motive a utilizar el servicio y las personas que necesitan estar en comunicación en cualquier momento, por lo tanto consideran adquirir un servicio por medio de un contrato de pago mensual.
4. Cualquier empresa que existe en el mundo cuenta con clientes satisfechos o insatisfechos con el servicio reciben por diferentes factores, sin embargo en el estudio fue posible encontrar que los clientes prepago están muy satisfechos con el servicio que brinda la empresa de telefonía que les provee el servicio por el tema de la señal y las promociones que otorga a sus clientes.

Referencias

4.1 Bibliográficas

1. Tshohi John (1994). *Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente*. España: Ediciones Díaz de Santos.
2. Morales Sandy (2014). *Análisis de la satisfacción al cliente de la empresa de telecomunicaciones ubicada en Zacapa*. Guatemala: Practica empresarial dirigida, Biblioteca Universidad Panamericana.
3. Ramírez José (2017). *Dinámica de la investigación*. Guatemala: publicaciones AMC.
4. Berenguer Gloria (2006). *El comportamiento del consumidor*. España: Editorial UOC.

4.2 Digitales

5. Diarioti.com (Junio 2016). *Empresas de telecomunicaciones y la necesidad de innovar*. Recuperado <https://diarioti.com/empresas-de-telecomunicaciones-y-la-necesidad-de-innovar/18201>.
6. SIT.gob.gt (Junio 2018). *Informe preliminar de estadísticas de telefonía primer semestre 2018*. Recuperado <https://sit.gob.gt/download/boletin-1er-semester-2018-con-indice-actualizado/?wpdmdl=7898>.
7. SIT.gob.gt (Diciembre 2018). *Informe preliminar de estadísticas de telefonía segundo semestre 2018*. Recuperado <https://sit.gob.gt/download/informe-preliminar-de-estadisticas-de-telefonía-2do-semester-2018/?wpdmdl=12032>.
8. Prensa Libre (24 Enero 2019). *Telefónica concreta la venta a América Móvil de sus operaciones en Guatemala y El Salvador*. Recuperado: <https://www.prensalibre.com/economia/telefonica-concreta-la-venta-a-america-movil-de-sus-operaciones-en-guatemala-y-el-salvador/>.

4.3 Legal

9. Congreso de la república de Guatemala. (2014). Iniciativa de ley 4835. Presentada 29 de Abril 2014. Iniciativa que propone aprobar ley de portabilidad numérica. Edgar Romeo Cristiani.

Anexos

Anexo 1



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de empresas

Encuesta Prepago

En la presente encuesta deseamos su opinión sobre los factores que influyeron en usted para elegir la compañía telefónica que actualmente le provee servicios.

Edad: _____ Años Genero: Masculino Femenino Otro

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere según su opinión.

1. ¿Cuenta con un teléfono celular?

Sí No

2. ¿Qué tipo de línea móvil posee actualmente?

Línea Prepago (tarjetero) Línea Postpago

3. ¿Cuál de los siguientes factores fue el que influyó en usted al momento de elegir la empresa de telefonía que posee actualmente?

Precio Promociones/ofertas Servicio al cliente Señal

Por Conveniencia Familiar Recomendaciones de amigos/Familiares

4. ¿Usted considera que los centros de atención al cliente (agencias / Call Center) son importantes para elegir una empresa de telefonía?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

5. ¿Usted considera que el servicio al cliente es un factor que influye en usted para elegir una empresa de telefonía?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

6. ¿Cuál de las siguientes opciones considera más atractiva para elegir un número tarjetero?

Puedo recargar saldo cuando desee Porque hay mejores ofertas

No existen contratos No necesito tener record crediticio

7. Elija cuál de los siguientes servicios utiliza más en su número tarjetero

Internet Redes Sociales ilimitadas Minutos para llamar Mensajes

Paquetes que incluyan internet, minutos y mensajes

8. ¿Cómo calificaría los servicios que brinda la empresa de telefonía que posee actualmente? (Internet, llamadas, señal, mensajes)

Excelente Bueno Regular Malo Deficiente

9. ¿Es importante para usted conservar por varios años el número de celular que posee actualmente?

Sí No

10. Si existiera la posibilidad de utilizar su número de celular actual en otra compañía ¿Se cambiaría de empresa?

Si No Tal vez

11. Seleccione el color que representa actualmente a la compañía con la que tiene su número de celular.

Rojo Azul Verde Rosado

Gracias por su participación



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de empresas

Encuesta Postpago

En la presente encuesta deseamos su opinión sobre los factores que influyeron en usted para elegir la compañía telefónica que actualmente le provee servicios.

Edad: _____ Años Genero: Masculino Femenino Otro

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere según su opinión.

1. ¿Cuenta con un teléfono celular?

Sí No

2. ¿Qué tipo de línea móvil posee actualmente?

Línea Prepago (tarjetero) Línea Postpago (plan)

3. ¿Cuál de los siguientes factores fue el que influyó en usted al momento de elegir la empresa de telefonía del plan que posee actualmente?

Precio del plan Teléfono Celular Gratis Marca de celular

Señal Por Conveniencia Familiar Recomendaciones familia/amigos

4. ¿Usted considera que los centros de atención al cliente (agencias / Call Center) son factores que se deben tomar en cuenta para elegir una empresa de telefonía?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

5. ¿Usted considera que el servicio al cliente es un factor que influye en usted para elegir una empresa de telefonía?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

6. ¿Las opiniones de las personas sobre el funcionamiento de los servicios que brindan las empresas de telefonía influyen en usted para elegir la compañía en donde contratará su plan?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

7. ¿La marca de un celular influye en su decisión para elegir la empresa en donde contratará su servicio?

Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

8. ¿Cuál de los siguientes servicios considera más importante para elegir un plan postpago?

Internet Redes Sociales ilimitadas Llamadas Ilimitadas Mensajes

9. ¿Es importante para usted conservar por varios años el número de celular que posee actualmente?

Sí No

10. Si existiera la posibilidad de utilizar su número de celular actual en otra compañía ¿Se cambiaría de empresa?

Si No Tal vez

11. Seleccione el color que representa actualmente a la compañía con la que tiene contratado su plan actualmente.

Rojo Azul Verde

Gracias por su participación