

IMPACTO QUE GENERA LA SATURACIÓN DE USUARIOS EN LA COMPAÑÍA CLARO EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

IMPACT SATURATION GENERATING COMPANY USERS CLARO IN THE CITY OF CÚCUTA

Diego Jaimes Tarazona¹
Franklin Alexis Hernandez Sandoval²
Hugues Antonio Peinado Sandoval³

RESUMEN

En los últimos años la compañía móvil CLARO ha aceptado que la telefonía representa el mayor número de reclamos, contando con un porcentaje de 40 y 60 de 1.200 denuncias realizadas mensualmente por los usuarios, donde se comentan diferentes abusos en cuanto a tarifas y las múltiples fallas que presenta este.

Esta investigación se enfoca en el impacto que genera la saturación de usuarios de la compañía CLARO, donde se determina que factores son los causantes de la inconformidad de los usuarios en cuanto a calidad de servicio en el área metropolitana de Cúcuta y se diagnosticara el grado de satisfacción de los usuarios.

Palabras Clave: Calidad de Servicio, Impacto, Móvil, Satisfacción de Usuarios, Saturación de Usuarios, Tarifas, Telefonía.

ABSTRACT

In the last years the mobile company CLARO has accepted that the telephony represents the major number of claims, possessing a percentage of 40 and 60 of 1.200 denunciations realized monthly by the users, where different abuses are commented as for rates and the multiple faults that this one presents.

This investigation focuses in the impact that generates the users' saturation of the company CLARO, where one determines that factors are the causers of the dissent of the users as for quality of service in Cúcuta's metropolitan area and there was diagnosed the degree of satisfaction of the users.

Keywords: Impact, Mobile Phone, Rates, Saturation Of People, Service Quality, User Satisfaction.

1. *Tecnología en Administración de Redes*, d.jaimes@fesc.edu.co

2. *Tecnología en Administración de Redes*, fa.hernandez@fesc.edu.co

3. *Tecnología en Administración de Redes* ha.peinado@fesc.edu.co

IMPACTO QUE GENERA LA SATURACIÓN DE USUARIOS EN LA COMPAÑÍA CLARO EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

INTRODUCCIÓN

En años recientes la tecnología en telecomunicaciones ha evolucionado permitiendo el ofrecimiento de mayores servicios a los usuarios (telefonía móvil, internet y telefonía fija), teniendo la telefonía móvil la cual se ha convertido en un instrumento muy útil debido a la fácil comunicación entre personas; los celulares cuentan con distintas aplicaciones que pueden facilitar diversas labores cotidianas. Sin embargo, debido al aumento de estos servicios, el sector de las telecomunicaciones se ha visto enfrentado a un problema creciente que debe solucionarse, referente a la saturación del espectro [1].

En la ciudad de Cúcuta se cuenta con diferentes empresas que brindan servicios de comunicación, entre los que se encuentra la telefonía móvil CLARO la cual es utilizada por la mayoría de los habitantes del área metropolitana, en este proyecto se investigara el impacto que genera la saturación del servicio que brinda esta empresa, con el fin de determinar qué factores son los causantes de la inconformidad de los usuarios en cuanto a calidad de servicios; ya que en esta se han venido presentando problemas por la poca infraestructura que posee la compañía, provocando una saturación masiva al momento de realizar llamadas.

Además de los múltiples problemas que enfrentan a diario por la saturación de la red del principal operador móvil del país, según cifras oficiales, cuenta con más del 59% del mercado, la empresa ha intentado menguar dicho inconformismo anunciando que invertiría \$18.000 millones para resarcir el daño, pero las críticas arreciaron cuando la gente recibió un mensaje de texto informándole que ese monto equivale a cinco minutos por usuario [2].

Según el informe anual del Ministerio TIC de 2013, Claro fue el operador que más cliente perdió, en 2012, tenía 61,9 % del mercado y 30,3 millones

de clientes mientras que 2013 lo cerró con 57,6 % del mercado y 28,9 millones. Esto significa una reducción de 1,4 millones de usuarios en un año, por tal motivo, se fueron 1,4 millones de clientes de Claro y la misma cantidad de nuevos clientes recibieron entre Tigo y Movistar.; sorprende también el crecimiento de Virgin que apareció en abril de 2013 y en nueve meses alcanzó 440 mil clientes que equivalen a 0,88 por ciento del mercado [3].

Al término del primer trimestre del año en curso, el mayor operador de telefonía móvil, Claro, registró una reducción de 2'710.215 clientes, según el último Boletín Trimestral de las TIC, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En el mismo periodo la cifra de usuarios de telefonía móvil en el país también experimentó una significativa variación (muy similar al número reportado por Claro) de 2'690.436 líneas menos, lo que representa una variación porcentual del -5,48 por ciento en tres meses, dejando a Colombia con 46'375.923 usuarios de celular y nuevamente una penetración inferior al 100 por ciento, de 98,4 móviles activos por cada 100 personas [4].

En la actualidad existen muchas empresas que ofrecen servicios de telefonía, se ha creado una competencia insistente por mantener al cliente satisfecho, pero se ve reflejado que la empresa de telecomunicaciones Claro no cumple con dichas demandas en cuanto a satisfacción hasta llegar a al punto de que una persona llamado Federico Michell el cual se describe como un cliente común que se cansó del mal servicio brindado por la empresa de telecomunicaciones Claro que decidió crear un sitio web específicamente para denuncias e inconformidad hacia la empresa Claro, el cual se tituló "CLAROQUENO" [5].

Debido a que las incidencias han sido frecuentes el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicaciones identificado con sus siglas TIC

8 | IMPACTO QUE GENERA LA SATURACIÓN DE USUARIOS EN LA COMPAÑÍA CLARO EN LA CIUDAD

(es la entidad encargada del control, regulación y adjudicación de contratos de los operadores del Servicio de Telefonía Celular) [6]. Ha intervenido, para que el servicio de la compañía telefónica CLARO tenga mejoras en su infraestructura y los usuarios obtengan remuneración por las fallas que se han venido presentando [7].

METODOLOGÍA

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

➤ ENFOQUE

Mixto: Se manejan datos y porcentajes para expresar los resultados de satisfacción de usuarios y de calidad de los servicios; es cualitativo por el análisis comparativo entre compañías.

➤ ALCANCE

Correlacional: Debido a que la investigación se compara con otras empresas que brindan estos mismos servicios.

Descriptivo: Define servicios de cada compañía para concluir resultados en la calidad de los servicios prestados.

➤ DISEÑO

No experimental: Por que no se hacen modificaciones ni alteraciones de los sistemas o servicios de las empresas, simplemente se observaran y analizaran las fallas que tienen en el servicio que brindan.

2. FASES DEL PROYECTO

- Búsqueda de antecedentes
- Búsqueda de datos empresa de telefonía
- Estructuración de la encuesta
- Aplicación de la encuesta
- Análisis y tabulación de resultados
- Conclusiones

3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

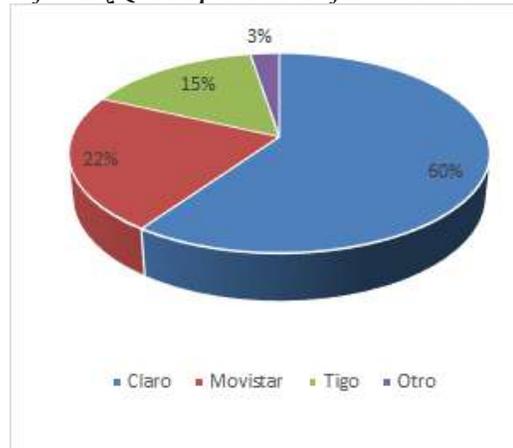
El método utilizado para la recolección de datos fue la encuesta, porque en esta se obtiene información clara y concisa; donde se aplicaron 384 en la

ciudad de Cúcuta. La muestra se obtuvo aplicando la fórmula de población finita:

$$n = (z^2 p q N) / (N e^2 + z^2 p q)$$

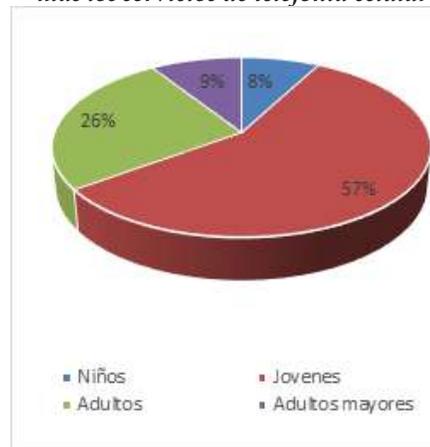
RESULTADOS

Gráfica 1. ¿Qué empresa de telefonía móvil utiliza?



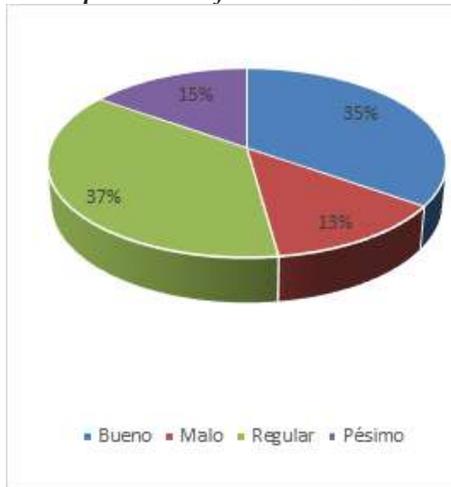
El 60% de los encuestados utilizan la telefonía móvil Claro, el 22% utiliza la telefonía móvil Movistar, el 15% utiliza la telefonía móvil Tigo y el 2 % utiliza otros operadores móviles.

Gráfica 2. ¿Qué tipo de personas cree usted que utilizan más los servicios de telefonía celular?



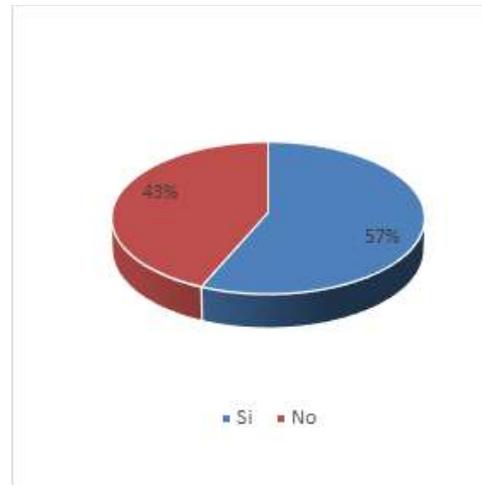
Los encuestados respondieron que el 57% de los jóvenes utilizan telefonía celular, los adultos el 26%, los adultos mayores el 9% y los niños el 8%.

Gráfica 3. ¿Qué opina sobre la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro?



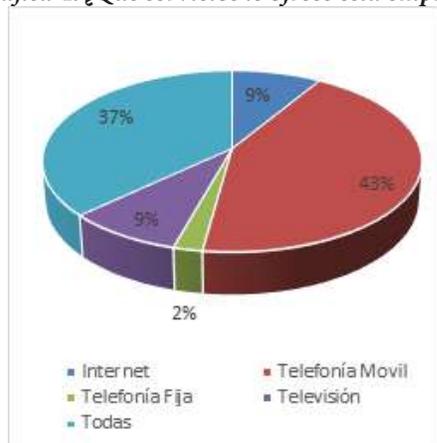
El 37% de los encuestados opina que la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro opina que es regular, el 35% bueno, el 15% pésimo y el 13% malo.

Gráfica 5. ¿Ha realizado alguna vez una queja por el mal servicio?



El 57% de los encuestados ha presentado una queja por el mal servicio y un 43% no ha reportado ninguna queja.

Gráfica 4. ¿Qué servicios le ofrece esta empresa?



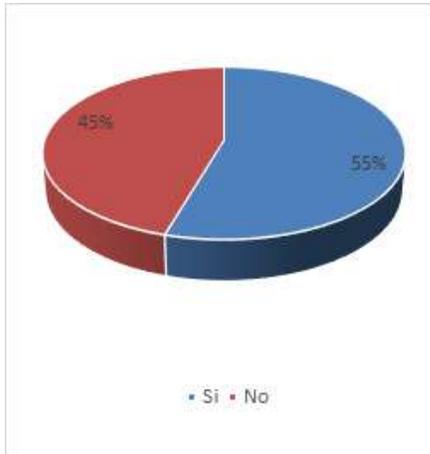
El 43% de los encuestados le ofrece servicios de telefonía móvil, al 37% le ofrece todos los servicios, al 9% le ofrece televisión y al otro 9% le ofrece Internet y por último en la telefonía fija le ofrece el 2%.

Gráfica 6. ¿Si ha realizado algún reclamo diga por qué razón?



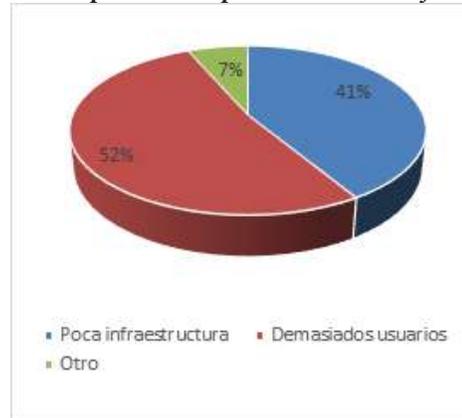
El 41% de los encuestados a presentado reclamos por los excesivos cobros, el 32% por falta de calidad, ocupando lo demás en particiones de 9% por no tener cortesía al cliente, ofrecer mal servicio y por ultimo otra razón.

Gráfica 7. ¿Le han brindado respuesta oportuna a sus reclamos?



Al 55% de los encuestados le han brindado una respuesta oportuna, y al 45% no han brindado respuesta alguna.

Gráfica 9. ¿Por qué cree usted que los servicios brindados por la empresa Claro presentan muchas fallas?



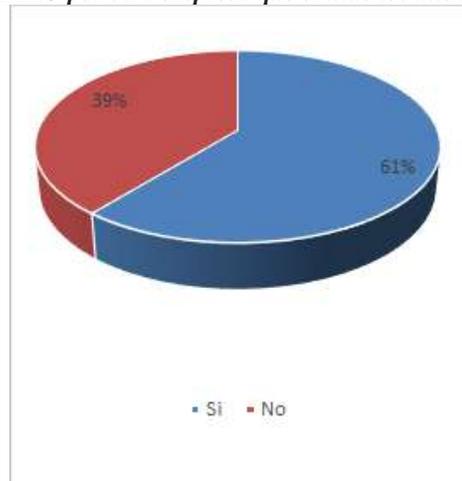
El 52% de los encuestados creen que las fallas de la empresa Claro se dan por la mala infraestructura, el 41% cree que es por tener demasiados usuarios y el 7% cree que es por otra razón.

Gráfica 8. Califique de 1 a 4 las características más importantes de la empresa de telefonía móvil Claro, siendo uno el valor más bajo.



El 33% de los encuestados ha manifestado que el precio es una de las características más importantes, seguido del 26% siendo el servicio al cliente, el 22% ocupando la calidad y el 19% oferta.

Gráfica 10. ¿Estaría dispuesto a cambiar los servicios de CLARO por otra empresa que brinde los mismos?



El 61% de los encuestados estaría dispuesto a cambiar los servicios de la compañía Claro y el 39% no estaría dispuesto a hacerlo.

CONCLUSIONES

- La falta de calidad de servicio en la empresa de telefónica móvil CLARO tiene en descontento a los usuarios de la ciudad de Cúcuta, por esto ellos cambiarían de operador si no hay soluciones a este problemática; ya que las compañías competentes

ofrecen los mismos servicios pero con mejor calidad de servicio y ofertas.

- Mientras que la empresa de telefonía móvil CLARO no invierta en infraestructura, se seguirán presentando fallas y quejas en cuanto a la calidad de servicio; perjudicando el buen nombre de la empresa y perdiendo clientes potenciales.
- El ministerio de las TIC ha intervenido en esta problemática, haciendo investigaciones y regulando que la entidad alcance un nivel óptimo en cuanto a la calidad de servicios; ya que si esta no cumple con unos parámetros establecidos por el ministerio se verá en la obligación de pagar multas o sanciones impuestas por esta entidad.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- [1] [En línea]. Available: MARQUEZ RAMOS, Hans Raúl. Arquitecturas de radio cognitiva: una revisión actual. *Tecnura* [online]. 2014, vol.18, n.39 [cited 2014-05-21], pp. 181-196 . Available from: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-921X2014000100014&ln>.
- [2] D. Mayorga, «La táctica de Claro,» *El Espectador*, 27 Septiembre 2013. [En línea]. Available: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/tactica-de-claro-articulo-449191>. [Último acceso: 6 Junio 2014].
- [3] D. Mayorga, «La táctica de Claro,» *El Espectador*, 27 Septiembre 2013. [En línea]. Available: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/tactica-de-claro-articulo-449191>. [Último acceso: 6 Junio 2014].
- [4] El Tiempo, «Caen también minutos consumidos en su red ¿Medidas para reducir dominio dan resultado?,» *El Tiempo*, 6 Junio 2014. [En línea]. Available: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12947342>.
- [5] F. Michell, «Confidencial,» *Confidencial*, 30 Enero 2012. [En línea]. Available: <http://www.confidencial.com.ni/articulo/6794/la-historia-del-sitio-que-hizo-temblar-a-claro>. [Último acceso: 13 Mayo 2014].
- [6] Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones, «MINTIC.GOV.CO,» Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación, 16 Febrero 2014. [En línea]. Available: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/faces/?id=2068>. [Último acceso: 12 Mayo 2014].
- [7] K. M. PRADA-AVILA y S. I. a. N.-A. N. A. DIAZ-RUEDA, «Efecto de las políticas de comercio y regulación en el nivel de satisfacción de los usuarios de telefonía móvil en Colombia,» *Tecno- Lógicas*, [En línea]. Available: <http://itmojs.itm.edu.co/index.php/tecnologicas/article/view/559>. [Último acceso: 6 Mayo 2014].