



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Ingeniería Electrónica y Eléctrica

Unidad de Posgrado

**“Propuesta para la implementación de normas de
calidad que apoyen la gestión de clientes en una
empresa proveedora de internet”**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Dirección

Estratégica de las Telecomunicaciones

AUTOR

Jack Daniel CÁCERES MEZA

Lima, Perú

2013

RESUMEN

La empresa actual debe estar abocada, entre otras cosas, a desarrollar, promocionar y suministrar productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes -o excedan sus expectativas; medir y asegurar el comportamiento comercial (participación en el mercado y competencia) y maximizar el ingreso económico (reducir la tasa de deserción de clientes, incrementar el ingreso medio por usuario); gestionar al cliente; establecer políticas y procedimientos probados para asegurar la continuidad del negocio.

Para esto, y más, las empresas deben emplear diferentes estrategias que permitan: gestionar la relación con el cliente; gestionar el conocimiento de la empresa; optimizar el desarrollo de productos; gestionar en un ambiente de mejora continua -y adopción de esta filosofía. Todo esto sobre la base de emplear buenas prácticas y estándares internacionales para establecer procesos transparentes; desarrollo y automatización de procesos, seguridad y gestión, entre otros; definir aspectos de rendición de cuentas y responsabilidad; adquirir la tecnología necesaria para desarrollar infraestructura y apoyar a la empresa a posicionarse en el mercado; alinear los objetivos e inversión en las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) con los objetivos de la empresa.

Una empresa proveedora de servicios Internet (ISP) debe, estratégicamente, considerar además la sinergia con otros portadores; su infraestructura misma y su gestión, control y mejora; y la gestión de clientes, en la manera cómo sus áreas técnicas solucionan problemas. Esta sinergia es particularmente importante en el centro de operaciones de red (NOC), para que su forma de trabajo no entre en conflicto con los objetivos de la propia empresa.

En la actualidad, las infraestructuras de red y tecnologías de la información están fusionadas, y de manera natural. Por tanto, el NOC de un ISP de tamaño medio que brinda servicio principalmente en la ciudad de Lima, debería implementar estrategias orientadas al cliente, estándares internacionales y gobierno corporativo relacionados con las TIC, para obtener una ventaja competitiva y un medio para incrementar su productividad.

Palabras clave: deserción; ARPU; clientes; lealtad; NOC; ISP; TIC; estándares; buenas prácticas

ABSTRACT

Today companies must be focused, among other things, in the development, promotion and delivery of products and/or services suited to customer needs -or exceeding expectations; measure and ensure the commercial behavior (market share and competence) and maximize income (lowering churn and increasing ARPU); customer management; establishment of tested policies and procedures to ensure business continuity.

For that, and more, companies have to use different strategies that: allow customer relationship management; knowledge management; optimize product development; based on good quality management practices -and adopting this philosophy. All these upon the use of best practices and international standards in order to establish transparent processes; process development and automation, information security and management; accountability; acquire the technology needed to develop infrastructure and support the company's positioning in the market; aligning objectives and investment in information and communications technologies (ICT) with business objectives.

An Internet service provider (ISP) should, strategically, address synergies that could be generated with other carriers; its own infrastructure, management, control and improvement; and customer management in the way its technical areas resolve problems. This synergy is particularly important in the network operations center (NOC), so its underway working do not conflict with the objectives of the company.

Nowadays, the infrastructures of telecommunication networks and information technologies are fused, and in a natural way. Therefore, the NOC of a medium-sized ISP that provide service mainly in the city of Lima should implement customer oriented strategies, international standards, and IT governance in order to achieve competitive advantage and a means to increase their productivity.

Keywords: churn; ARPU; clients; loyalty; NOC; ISP; ICT; standards; best practices