



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS:

**PROVEER SERVICIO DE INTERNET A SECTORES MARGINALES
EN LA CIUDAD DE QUEVEDO**

AUTOR:

ING. FRANKLIN NAZIR MONTES ZAVALA

DIRECTOR:

ING. LENIN FREIRE COBO, Mg.

GUAYAQUIL - ECUADOR

Noviembre 2013

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROMOCIÓN 15

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los cinco días del mes de noviembre de 2013, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **PROVEER SERVICIO DE INTERNET A SECTORES MARGINALES EN LA CIUDAD DE QUEVEDO** el Sr. **FRANKLIN NAZIR MONTES ZAVALA**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: **Jorge Vera Armijos**, **Edgar Izquierdo Orellana** y **Lenin Freire Cobo**, quienes firman a continuación:



JORGE VERA ARMIJOS



EDGAR IZQUIERDO ORELLANA



LENIN FREIRE COBO
TUTOR

PLAN DE NEGOCIOS

PROVEER SERVICIO DE INTERNET A SECTORES MARGINALES EN LA CIUDAD DE QUEVEDO

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio detalla los resultados para implementar una red de internet con red de cobre tecnología ADSL2+ en los sectores marginales de la ciudad de Quevedo, Transtelco S. A. siendo una empresa que cumple con la Responsabilidad Social Empresarial de llegar a sectores donde otros proveedores del servicio de internet no llegan.

Se realizó una muestra de encuesta de 405 usuarios de los cuales se pudo observar que su mayoría no contaba con el servicio de internet. Muchos de ellos no contaban por el servicio en vista que otras empresas de telecomunicaciones no tienen cobertura en el sector o sus precios para ofrecer el servicio son muy elevados, imposibilitando el acceso a este recurso.

También se pudo analizar el nivel de conformidad del servicio que cuentan los usuarios de internet indicando que tienen una señal demasiado lenta e intermitente.

Se pudo conocer el nivel de presencia de las empresas de telecomunicaciones en el mercado de la ciudad de Quevedo las cuales son: Claro, CNT y Movistar, empresas grandes a nivel nacional, Transtelco S. A. ocupa el cuarto lugar pero tiene la ventaja al tener una agencia en la ciudad de Quevedo con personal técnico y atención personalizada hacia nuestros clientes.

Transtelco ha crecido gracias al respaldo tecnológico, al tener una red de fibra óptica muy estable por parte del grupo empresarial Telconet, soporte local eficiente y buen servicio.

Se deben bajar los precios para entrar a competir en este segmento del mercado residencial los clientes están dispuestos a pagar \$15.00 por el servicio y la velocidad de mayor acceso de 1024 kbps, según la encuesta realizada.

El producto es un plan de 1024 kbps compartición 4:1 a diferencia de los competidores quienes ofrecen niveles de compartición 6:1 y 8:1, de esta manera se garantiza una mejor calidad de señal.

La promoción del servicio se deberá realizar en los 10 sectores definidos :

Cooperativa de vivienda 20 de Febrero, Gritos de Libertad, Playa Grande, Santa Rosa, El Desquite , Cooperativa de Vivienda 17 de Marzo, La Salud, Puente Sur, Los Chapulos, El Pantano. En estos lugares se trabajará con campaña de venta puerta a puerta.

Este proyecto se basa en el principio de Ganar - Ganar y se demuestra que ganan los nuevos usuarios al tener servicio de internet de calidad a bajo precio y la empresa tiene rentabilidad a partir del tercer año y su TIR es del 50% lo cual implica que es un proyecto rentable y su VAN de \$ 72.726,68

Transtelco S. A. se posicionará en el mercado de Quevedo como proveedor de servicio de internet en sectores marginales quienes son usuarios potenciales cuyo mercado no ha sido atendido en esta ciudad y se muestra como plan piloto el cual podrá ser aplicado en otras ciudades del país.

TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO	1
1.1.MISION	1
1.2. VISION.	2
1.3. VALORES CORPORATIVOS	2
1.4. POLITICA DE CALIDAD	3
2. ANALISIS DE MERCADO	4
2.1. ANALISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA	4
2.2. ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.....	9
3. ANALISIS FODA	20
4. PLAN DE MARKETING	26
5. ANALISIS TECNICO	60
5.1. ANALISIS DEL PRODUCTO.....	60
5.2. FACILIDADES	61
5.3. SISTEMAS DE CONTROL	62
6. ANALISIS ADMINISTRATIVO	63
6.1.GRUPO EMPRESARIAL	63
6.2. PERSONAL EJECUTIVO	65
6.3. ORGANIZACION	65
6.4. ORGANIZACIONES DE APOYO	68
7. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL	69
7.1. ASPECTOS LEGALES	69
7.2. ASPECTOS DE LEGISLACION URBANA.....	70
8. ASPECTOS AMBIENTALES	72
9. ANALISIS SOCIAL	73
10 ANALISIS ECONOMICO	74

10.1. INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	74
10.2. INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO.....	74
11 ANALISIS FINANCIERO	76
11.1. FLUJO DE CAJA	76
12. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	77
12.1. RIESGOS DE MERCADO	77
12.2. RIESGOS TECNICOS.....	77
12.3. RIESGOS ECONOMICOS	77
12.4. RIESGOS FINANCIEROS.....	77
13. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO.....	78
14. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL NEGOCIO	79
15. CONCLUSIONES	80
16. RECOMENDACIONES	81
17. ANEXOS/APENDICES	82

INDICE DE TABLAS

01. PLANES DE INTERNET DE CNT	15
02. PLANES BANDA ANCHA MIVIL FLEX DE CLARO.....	15
03. MOVISTAR	16
04. PUNTONET	16
05. FORTALEZAS Y DEBILIDADES	20
06. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	24
07. PRECIOS PLANES DE TRANSTELCO	29
08. MARGEN DE OPERACION	30
09. ANALISIS DE SENSIBILIDAD	31

10. PROYECCION DE VENTAS EN 10 REDES.....	36
11. GASTOS DE PUBLICIDAD	38
12. CONSUMO UNITARIO POR FAMILIA DEL SERVICIO	60
13. MIEMBROS DE LA AGENCIA	63
14. EXPERIENCIA Y HABILIDADES DE LOS MIEMBROS DE LA AGENCIA ...	63
15. PERSONAS Y CARGOS	65
16. SALARIOS DE LOS EMPLEADOS DE LA AGENCIA TRANSTELCO	68
17. INVERSION	74
18. CAPITAL DE TRABAJO	74
19. INGRESOS.....	75
20. PRESUPUESTO PERSONAL	75
21. FLUJO DE CAJA	76

INDICE DE CUADROS

01. DISPOSICION DE INTERNET.....	43
02. INCONFORMIDAD DEL SERVICIO	44
03. CONFORMIDAD DEL SERVICIO	45
04. CAUSAS DE NO TENER INTERNET	46
05. OTRAS RAZONES	47
06. LUGAR QUE SE CONECTA A INTERNET.....	48
07. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	49
08. FRECUENCIA DEL USO DEL INTERNET	51
09. INTERES AL MOMENTO DE CONTRATAR EL SERVICIO	52
10. PREFERENCIAS DE VELOCIDAD	53
11. CAPACIDAD DE PAGO POR EL SERVICIO DE INTERNET	54
12. TIEMPO DE PREFERENCIA PARA LA INSTALACION	55

13. USO DEL INTERNET 56

14. CONTACTO CON PROVEEDOR..... 57

15. PREMIOS POR SER UN CLIENTE PUNTUAL 58

1.- PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y PRODUCTO

Transtelco S. A. es una empresa dedicada a proveer servicio de internet con tecnología ADSL2 con exclusividad de servicio en residencias y Pymes que necesitan mantener conexiones vías remotas, acceso al mercado virtual, ofreciendo un servicio más rápido de conexión de internet en la ciudad de Quevedo y permitiendo seleccionar planes de acuerdo a sus necesidades específicas.

La empresa Transtelco S. A. tiene su oficina matriz en la ciudad de Quito en la Av. 10 de Agosto N37 -288 y Villalengua Edificio Inteca 5to piso, en la ciudad de Guayaquil su oficina se encuentra en la Av. Rodrigo Chávez Mz 274 solar 6, Parque Empresarial Colón Edificio Coloncorp Torre 6, Piso 1 maneja el modelo de agenciados en diferentes ciudades del país teniendo agenciados en las siguientes ciudades: Quevedo, Milagro, Manta, Portoviejo, Machala, Salinas, Babahoyo, Vines, La Troncal, Jipijapa, Buena Fe y Piñas.

La oficina en la ciudad de Quevedo se encuentra ubicada en la Calle Tercera # 102 y Bolívar, edificio Looor Jacho segundo piso oficina # 202 y cuenta con las antenas, sistema de repetidora y cableado de fibra óptica para trabajos de instalación.

A través del proceso de visualización, Misión, Visión y Valores Corporativos de Transtelco S. A. en la Agencia de la ciudad de Quevedo son:

1.1. MISIÓN

Somos una empresa de telecomunicaciones dedicada a la provisión de acceso a Internet en hogares y pequeñas y medianas empresas del Ecuador, a través de una Red de cobre y fibra óptica de alta tecnología. Apoyados en una constante innovación tecnológica, nos esforzamos por brindar a nuestros clientes la mejor calidad de servicio, generando a la vez trabajo y oportunidades de progreso para nuestros empleados, y a los inversionistas un retorno superior.

1.2. VISIÓN

Ser la empresa de telecomunicaciones de mejor calidad de servicios de Internet, con presencia de Red en la mayoría de ciudades del Ecuador y con un equipo de trabajo calificado y comprometido en facilitar a nuestros clientes el acceso y transferencia de información, contribuyendo así con el desarrollo de nuestro país.

1.3 VALORES CORPORATIVOS

Dentro de los Valores Corporativos de la Empresa Transtelco, específicamente de la Agencia en Quevedo, se encuentra el deseo de posicionarse en el mercado y lo han logrado enfocándose en proveer servicio de internet ilimitado con un sistema de Gestión de Calidad, basado en la prevención, comprometidos con el mejoramiento continuo de servicio y atención personalizada para satisfacer los requerimientos de sus clientes.

Los valores que Transtelco Quevedo usa como empresa para competir y posicionarse en la mente de los interesados por el servicio y en los competidores son: mostrar; la transparencia; solidez; estructura corporativa y la responsabilidad social.

Como empleados, los valores que se expresan son: la conducta; el actuar de cada uno de ellos; que exista la confidencialidad; la lealtad; el trabajo en equipo; la honestidad; en cada actividad que realizan; el compromiso con la empresa de alcanzar las metas planteadas y cumplir con los objetivos de la misma.

El valor como servicio es su posicionamiento y respaldo. Transtelco es una empresa de la firma de Telconet S.A., empresa con la red de internet más grande del país, posee tecnología de punta y va avanzando con ella, los planes de internet que ofrece están enfocados al entorno y necesidad de los posibles clientes, con precios muy competitivos, servicio de calidad, atención personalizada y con la respuesta más rápida del mercado para dar solución a los percances que tengan los clientes.

1.4 POLÍTICA DE CALIDAD.

Proveer servicio de internet con un sistema de Gestión de Calidad, basado en la prevención, comprometidos con el mejoramiento continuo de servicio y atención para satisfacer a nuestros clientes.

2.- ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1.- ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA



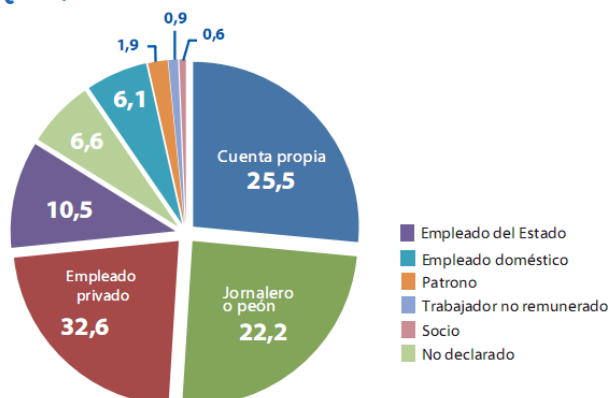
Figura 01 Transtelco S. A.

2.1.1. Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector.

En la provincia de Los Ríos un alto porcentaje de la población obtiene sus ingresos a través de negocios propios como podremos observar en las estadísticas del Censo del 2010 realizadas por el INEC.

INFORMACION DE LA PROVINCIA DE LOS RIOS

¿EN QUÉ TRABAJAN LOS FLUMINENSES?



Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	45.541	15.842
Cuenta propia	50.739	19.809
Jornalero o peón	84.742	5.641
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	11.453	10.713
No declarado	8.196	6.400
Empleada doméstica	561	8.223
Patrono	3.464	1.498
Trabajador no remunerado	1.512	809
Socio	998	563
Total	207.206	69.498

Fuente www.inec.gob.ec

Figura 02 Trabajo de los Fluminenses

La empresa Transtelco S. A. está orientada al servicio de proveer servicio de internet a residencias y a las empresas PYMES con planes para este segmento de mercado, para empresas grandes se provee servicio con su empresa aliada Telconet S. A

2.1.2. Estado del sector, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo, etcétera.

En la ciudad de Quevedo brindan el servicio de internet para empresas pequeñas y medianas, residenciales diferentes empresas con cobertura a nivel nacional como CNT, Claro, Movistar, Puntonet, también empresas locales que brindan este servicio como: Quevenet, RutaCompu, Airnet.

A los sectores a los cuales estamos enfocados son sectores marginales en la ciudad de Quevedo quienes necesitan tener cobertura de internet con un precio módico al cual ellos puedan acceder a un servicio de calidad.

La tecnología con la que cuenta Transtelco S. A. es conocida como ADSL2 Asymmetric Digital Subscriber Line, conocida como línea Digital del suscriptor, la cual permite transmitir información hasta 12 Mbps sobre las redes de internet de la empresa, siendo estas de fibra óptica y llegando a las residencias por línea de cobre.

2.1.3. Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector, positiva o negativamente.

Nuestra investigación se basa en Responsabilidad Social Empresarial, llegando con un buen servicio de internet en sectores marginales sin importar su nivel económico de los habitantes de este sector.

El acceso a internet en el Ecuador ha crecido del 6.14% en el año 2006 al 54.7% en el año 2012 según datos proporcionados por medios de www.supertel.gob.ec , el Ministerio de Telecomunicaciones ha capacitado a 36.136 personas en el uso de nuevas tecnologías

El porcentaje de uso de internet en la ciudad de Quevedo es del 18.1 % según el censo del INEC 2010.

Población		Educación		Tecnologías		Vivienda		Equidad	
Edad media de la población	27,4	Analfabetismo >= 15 años	6,3	% Analfabetismo digital >= 10 años	29,4	% hogares en viviendas propias y totalmente pagadas	44,6	% discapacitados que asisten a un establecimiento educación especial	8,2
% personas con cédula ciudadanía	77,7	Promedio de años de escolaridad >= 10 años	9,3	% personas utilizaron celular	60,4	% hogares que tratan el agua antes de beberla	84,8	% niños/as < de 5 años en programas del gobierno	0,0
% ocupados con seguro general ⁽¹⁾	20,8	Cobertura del sistema de educación pública	80,6	% personas utilizaron computadora	23,1	Promedio de focos ahorradores en la vivienda	4,0	% discapacitados que trabajan en el sector público	0,4
% personas con seguro de salud privado	7,1	% hogares con niños/as que ⁽²⁾ no asisten a un establecimiento	6,3	% personas utilizaron internet	18,1	% viviendas con servicios básicos públicos ⁽³⁾	19,7	% adultos/as mayores jubilados	4,1

(1) Con respecto al total de personas ocupadas (2) Niños/as de 5 a 14 años

(3) Incluye: luz eléctrica, agua, escusado y eliminación de basura por carro recolector

www.ecuadorencifras.com

Ecuador cuenta con el INEC

www.inec.gob.ec

Fuente www.inec.gob.ec

Figura 03 Porcentaje del uso del internet.

Quevedo depende de la agricultura es decir cuando tenemos tiempos de cosechas de productos como el maíz existe circulante en nuestra ciudad, estos meses son los de inicio de clases. También esto se ve reflejada en la venta de banano, ya que muchos de nuestros clientes trabajan en grupos bananeros como jornaleros.

2.1.4 Barreras especiales de ingreso o salida de negocio en el sector.

Las barreras de entrada es el costo de la implementación de los servicios de internet en sectores marginales y el poco conocimiento de los usuarios a las nuevas tecnologías.

Adicional a esto se ha confirmado que los usuarios tengan energía en los sectores a los cuales queremos llegar con nuestro servicio y también dispongan de una computadora de escritorio, laptop o en algunos casos tablets.

Las barreras de salidas implicaría que el cliente cancele nuestro servicio por no estar satisfecho, para evitar esto se va a dar un buen servicio técnico y soporte.

Otra barrera de salida pueda ser que el cliente no tenga para pagar el servicio y cancele en vista que el internet siendo un servicio básico aún no es tan prioritario como el pago de energía o alimentación.

2.1.5 Análisis de las cinco Fuerzas de Porter.

Utilizando el Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter en el Plan de negocios podemos informar lo siguiente:

F1. Poder de Negociación de Competidores y Clientes.

- Existe una amplia información del producto.
- Diferentes precios para que se ajuste a sus necesidades.
- Necesidad que existe en los clientes por tener acceso al internet.
- Es un tamaño de mercado interesante para la empresa el poder llegar a sectores a los cuales no han llegado otros proveedores.

El Poder de Negociación con los clientes es alto, por tener: buenos precios; servicios de calidad y la cobertura necesaria.

F2. Poder de Negociación de Proveedores o Vendedores.

Los equipos de telecomunicaciones como: DSLAMs y módems son comprados fuera del país; el equipamiento físico: cables multipares, cables de cobre de instalaciones de última milla son comprados en el mercado local.

- Existen proveedores locales e internacionales de amplia experiencia en el mercado de telecomunicaciones.
- Se tiene más de 1 proveedor para evitar quedarse sin stock de equipos y materiales.
- Existe línea de crédito la cual permite pagar a 30, 60 y 90 días el equipamiento.

La empresa Transtelco tiene un alto poder de negociación con sus proveedores; debido a la gran cantidad de compra de equipos para su red.

F3. Amenaza de nuevos entrantes o ingresos de nuevos negocios.

Existen empresas locales y nacionales que pueden ingresar a proveer el servicio de internet en los sectores en los cuales Transtelco ha decidido instalar sus nuevas redes pero existen algunos problemas que ellos tienen:

- Falta de cobertura en estos nuevos sectores.
- Falta de capacidad de Ancho de Banda.
- Falta de inversión para proveer servicio en sectores marginales.

La amenaza es baja; porque, no existen proveedores con coberturas en estos sectores.

F4. Amenaza de productos sustitutivos o ingreso de nuevos productos o de nuevos sustitutivos.

Nuevas empresas que deseen ingresar en estos sectores pueden ser con triple play: Internet, telefonía y televisión por cable, en la actualidad no existe empresa alguna que brinde este tipo de servicio, CNT solo brinda telefonía e internet.

El crecimiento que tienen los Smartphone hace que los clientes decidan comprar estos equipos para tener acceso a internet, aunque no es el mismo servicio que una PC de escritorio o Tablet.

La amenaza es alta; debido a que los productos sustitutivos pueden ganar mercado.

F5. Rivalidad existente entre competidores.

Las empresas más fuertes en el mercado de telecomunicaciones con servicio de internet en la ciudad de Quevedo son: CNT, Claro, Movistar, Transtelco y Punto Net, dejando muy distante a competidores locales.

Las empresas de cobertura nacional: CNT, Claro y Movistar por la inversión económica con las cuales cuentan, el Estado ha invertido un gran capital económico en CNT fortaleciendo a esta empresa a diferencia de gobiernos anteriores, tienen un alto grado de publicidad local y nacional.

Claro pertenece al grupo económico América Móvil siendo una empresa fuerte en todo el continente, tienen una alta inversión y mayor publicidad comparada con otras empresas del sector, cuenta con el servicio residencial de internet fijo en otras ciudades del Ecuador pero no brinda ese servicio en la ciudad de Quevedo, ellos brindan el servicio Banda Ancha Móvil.

Movistar, pertenece al grupo Telefónica con inversión fuerte en el mercado de telefonía celular en el Ecuador, aunque en enlaces de internet residencial aún no tienen presencia en nuestro país a diferencia de otros países de la región.

PuntoNet, tiene una alta publicidad y precios bajos aunque su servicio no es tan óptimo lo cual le hace perder capacidad de mercado en la ciudad de Quevedo, no cuentan con soporte técnico local.

Los proveedores locales al comprar el servicio de internet a proveedores más grandes no garantizan una buena calidad de servicio, aunque muchas veces tienden a bajar el precio de internet pero al tener un mal servicio los clientes tienden a buscar un mejor proveedor.

Transtelco, pertenece al grupo empresarial Telconet al tener la red de fibra óptica más grande del país 17000 km instalados la fortalece y con salida internacional propia, alta capacidad de información, cuenta con red de fibra óptica en la ciudad de Quevedo permitiendo tener un mejor nivel de conexión de internet, Transtelco cuenta con soporte técnico local altamente capacitado.

La empresa Transtelco tiene 4 años de presencia en la ciudad de Quevedo en la cual tiene ya instaladas 25 redes, tiene 1,100 clientes activos y este año espera instalar 10 redes nuevas y se espera captar unos 960 clientes adicionales.

La rivalidad entre competidores es baja; porque, solo CNT es nuestro competidor directo en el mercado residencial y Pyme.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.

El segmento de mercado al cual apunta la empresa Transtelco es residencias y PYMES, se espera llegar a clientes en sectores marginales quienes no tienen servicio de internet y existe una gran demanda del servicio.

Se eligió la ciudad de Quevedo y sectores en las cuales no existen redes de internet tanto por proveedores locales como CNT, los sectores son los siguientes:

- 1.- Parroquia Venus del Río Quevedo, Cooperativa de vivienda 20 de Febrero
- 2.-Parroquia Venus del Río Quevedo, sector Gritos de Libertad

- 3.- Parroquia Nicolás Infante Díaz, sector Playa Grande
- 4.- Parroquia 24 de Mayo, sector Santa Rosa
- 5.- Parroquia Viva Alfaro, sector Desquite
- 6.- Parroquia Guayacán, Cooperativa de vivienda 17 de Marzo
- 7.- Parroquia 7 de Octubre, sector La Salud
- 8.- Parroquia San Camilo, sector Puente Sur
- 9.- Parroquia San Camilo, sector Los Chapulos
- 10.- Parroquia San Cristóbal, sector El Pantano.

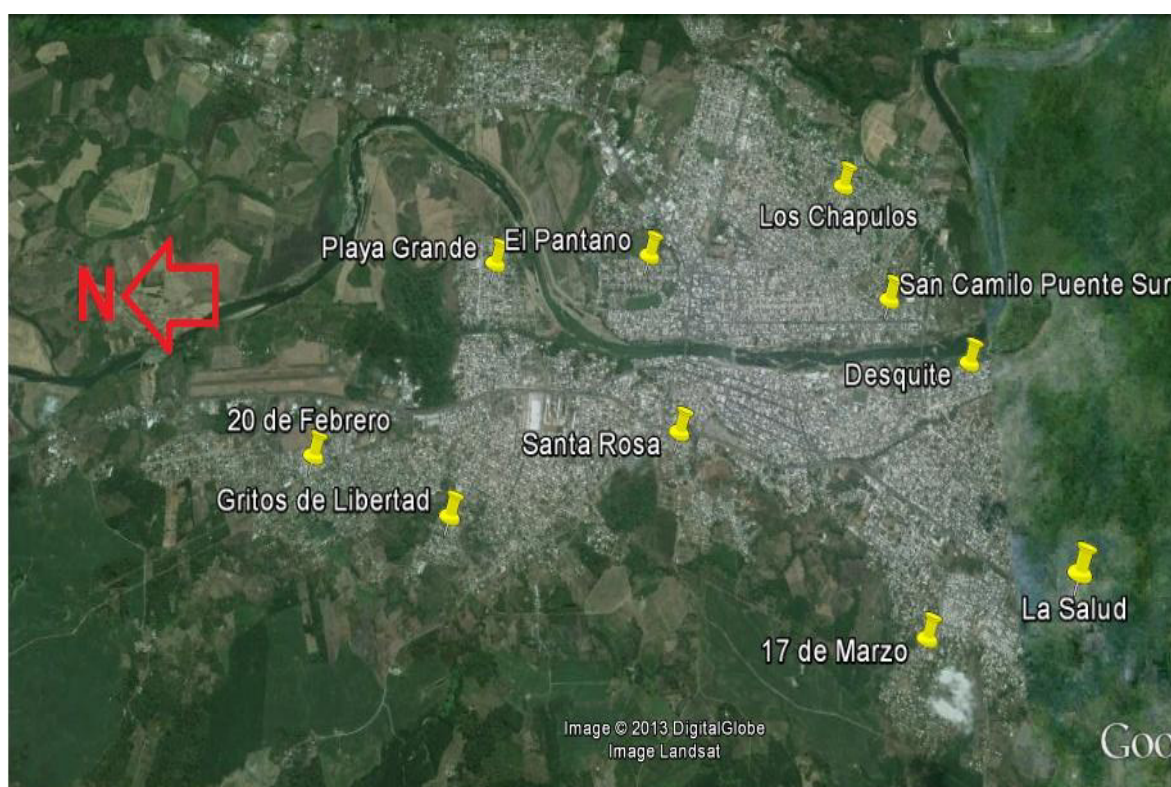


Figura 04 Quevedo y sectores donde se desea instalar las nuevas redes.

Elaborado por: Autor

2.2.1. Producto/Servicio

Los planes que ofrece Transtelco son ilimitados; es decir, no existe límite de descarga como existe en empresas operadores de celulares en planes de internet móvil con módems.

- Aplicación del producto o servicio.

Se ofertará un plan de internet ilimitado residencial de 1024 kbps cuyo valor es de 15 usd.

- Elementos especiales del producto o servicio.

La red ADSL es completamente nueva, en equipos y cables lo cual brinda un servicio óptimo en la transmisión de información las 24 horas los 7 días de la semana, evitando problemas de interferencia en caso de enlaces de radio y problemas de atenuación en redes de cobre en mal estado.

- Productos competidores

Planes residenciales de internet de otras empresas nacionales o proveedores locales,

- Fortalezas y debilidades de su producto frente a los productos competidores.

Estar conectada la red de Transtelco a la red de Fibra Óptica del Telconet brinda mayor velocidad y mayor ancho de banda.

La compartición de señal en planes residenciales es de 4:1 a diferencia de otras empresas cuyos niveles de compartición son de 6:1 y 8:1 ; servicios para empresas PYME con niveles de compartición 2:1.

Debilidad en el precio ante competidores locales los cuales desean cobrar menos con menor calidad de servicio.

- Productos o servicio posibles como complementos o derivados.

Se puede ofrecer telefonía IP a los clientes que estén en la red de Transtelco, para mantener comunicación entre ellos a bajos costos.

- Solución a sus debilidades y formas de aprovechar sus fortalezas.

La debilidad que se tiene es la falta de cobertura en toda la ciudad y los precios bajos de sus competidores, adicional a esto es la falta de publicidad en comparación a otras empresas.

- Factores para destacar del producto/servicio.

El valor añadido de Transtelco es el servicio personalizado que se brinda en la ciudad de Quevedo, de dar solución a los problemas de los clientes y hacer una venta consultiva satisfaciendo las necesidades del cliente.

El pago mensual es de 15 usd y el cliente tiene servicio de internet ilimitado servicio 24 x 7, no existe pago adicional.

- Cuidados especiales con el producto o servicio.

Acceso a internet para cada usuario conectado al Dslam ubicado en la repetidora del sector, configuración de claves de seguridad en los equipos wifi del cliente para evitar conexiones clandestinas.

- Propuesta de valor.

El beneficio en el servicio que la empresa Transtelco ofrece y que la diferencia de los competidores son: su compartición de señal de internet, que es 4:1 en planes residenciales y 2:1 en planes Pymes, los demás proveedores tienen 8:1 su compartición.

Atención al cliente y soporte técnico en menor tiempo de respuesta a comparación de la competencia, contactando con Transtelco, mediante: visita a la oficina; llamadas telefónicas; mensajes en redes sociales o e-mails.



Figura 05 Formas adicionales para solicitar Soporte Técnico y Atención al Cliente.
Elaborado por: Autor

2.2.2 Clientes

- Tipo de compradores potenciales, segmentados por actividad, edad, sector, nivel, ubicación, ingresos, etcétera.

Los clientes están ubicados en sectores marginales de la ciudad de Quevedo y empresas PYMES ubicadas en estos sectores.

- Características básicas de esos clientes (mayoristas, minoristas, productores, consumidores directos)

Clientes con necesidad de acceso a internet desde sus domicilios, empresas que deseen un servicio de calidad a bajo costo.

- Localización geográfica de los clientes.

Se han definido 10 sectores a los cuales se desea llegar con el servicio : Cooperativa 20 de Febrero, Gritos de Libertad, Playa Grande, Santa Rosa, Desquite, 17 de Marzo, La Salud, Puente Sur, Los Chapulos, El Pantano.

- Bases de decisión de compra de los clientes (precio, calidad, servicio, amistad, política, religión, forma de pago, etcétera)

Calidad de Servicio, precio y descuentos cuando refieran clientes, también se hará descuento a clientes con Capacidad Especial quienes tengan carné del Conadis.

- Opiniones de clientes que han demostrado interés en su producto o servicio.

Cientes actuales han referido clientes por la calidad del servicio lo cual ha permitido crecer en la cantidad de usuarios.

La empresa se ha posicionado en el mercado y se cataloga de buen servicio lo cual permite captar nuevos clientes.

- Opiniones de clientes que no han demostrado interés en su producto o servicio.

Cientes que han manifestado que tienen internet en su Smartphone y no desean internet para su computadora, porque desde su celular cubren sus necesidades.

Quienes dicen no conocer la empresa o desean el servicio también de telefonía o televisión de cable.

- Formas posibles de evitar la falta de interés.

Informar al cliente los beneficios de contratar con Transtelco quien tiene una mejor calidad se señal, mejor compartición, invitarlo a probar el servicio para demostrarle que lo que se está ofreciendo es verdad.

2.2.3 Competencia.

Los precios de los competidores son los siguientes:

CNT

Tabla 01: PLANES INTERNET

Velocidad Down	Velocidad Up	Tarifa Mensual Inc IVA	Inscripción
2000 kbps	500 kbps	\$20.16	\$50.00
3000 kbps	500 kbps	\$27.89	\$50.00
4000 kbps	500 kbps	\$40.32	\$50.00
*6000 kbps	500 kbps	\$55.89	\$50.00
*10000 kbps	500 kbps	\$67.20	\$50.00
*15000 kbps	500 kbps	\$105.00	\$50.00

Fuente www.cnt.com.ec

CLARO

Tabla 02: PLANES BANDA ANCHA MÓVIL FLEX

Planes	Tarifa básica	MB Incluidos	Tarifa Flex	Megas Flex	Huawei E303	Huawei E367	Huawei E355	Doble MB y Redes Sociales ilimitadas
BAM Flex 19	\$19	1000	\$2,49	100	Incluido	\$39 +IVA	\$49 +IVA	6 meses
BAM Flex 29	\$29	2000	\$3,49	200		Incluido	\$39 +IVA	6 meses
BAM Flex 39	\$39	3000	\$3,99	300		Incluido	Incluido	6 meses
BAM Flex 10000 MB	\$59	10000	\$3,99	300		Incluido	Incluido	12 meses

Fuente www.claro.com.ec

Tabla 03: MOVISTAR

PLAN	EQUIPO INCLUIDO EN EL PLAN	TARIFA MENSUAL +IVA	TARIFA FINAL
IM CTRL Tablet Hplus 1500MB	Huawei Media Pad	\$29,99	\$33,59
IM CTRL Tablet Hplus 1500MB	Samsung 7" P3100	\$34,99	\$39,19
IM CTRL TABLET HPLUS 2500MB	Huawei Media Pad	\$39,99	\$44,79
IM CTRL Tablet Hplus 3500MB	Samsung 7" P3100	\$49,99	\$55,99
IM Fell Megas Tablet Hplus	Samsung 10" P5100	\$69,99	\$78,39

Fuente www.movistar.com.ec

Tabla 04: PUNTONET

VELOCIDAD (Kbps)	RENTA MENSUAL	COMPARTICIÓN	PCs	IPs
1700/1700 Kbps	\$19.90	6:1	Máximo 3	No asigna IPs
2200/2200 Kbps	\$24.90	6:1	Máximo 3	No asigna IPs
3000/3000 Kbps	\$29.90	6:1	Máximo 3	No asigna IPs
5000/5000 Kbps	\$49.90	6:1	Máximo 3	No asigna IPs

Fuente www.puntonet.ec

- Desempeño del producto, servicios o garantías.

Lo importante en un proveedor de internet es la continuidad del servicio, es importante su calidad de enlace y nivel de compartición, es decir los clientes desean un servicio estable y que su velocidad no se deteriore para que puedan hacer uso de las aplicaciones del internet.

- Limitaciones en la satisfacción de los deseos de los clientes.

Que no exista cobertura en el sector en el sector que el cliente desee el servicio.

- Posibilidades de solución a las dificultades.

Soporte técnico eficiente, seguimiento de problemas y soluciones de los mismos.

- Mercado que manejan (volumen en unidades y dólares, fracción)

Mercado residencial y empresas PYMES de la ciudad de Quevedo.

- Esquema de venta, distribución.

Las ventas las realizan en las oficinas, ventas puerta a puerta, campañas publicitarias, carpas en lugares estratégicos de la ciudad.

- Capacidad de Producción.

Depende de la capacidad de ancho de Banda y cobertura que tengan las empresas proveedores de internet.

- Capacidad Financiera.

La competencia cuenta con una fortaleza financiera muy amplia cuando vemos sus publicidades en diferentes medios de información y promociones que aplican.

- ¿Cuál es la marca líder? ¿Por precio? ¿Por calidad? ¿Por Servicio?

La marca líder en internet residencial en la ciudad de Quevedo es CNT, lo que se debe al precio.

- ¿Han surgido o se han acabado empresas en esta actividad en los últimos años?

Sí han surgido empresas nivel local quienes han quebrado ya que no han podido competir contra CNT.

- Imagen de la competencia ante los clientes.

		
		ISPs LOCALES

Figura 05 Imagen de la competencia. Elaborado por: Autor

- ¿Por qué les compran?

Compran servicio de estas empresas porque su marca se ha posicionado en el mercado, porque tienen publicidad, tienen muchos años brindando servicio y han captado clientes.

- Segmento al cual están dirigidos.

CNT para empresas grandes, PYMES y residencias

Claro empresas grandes enlaces dedicado, en PYMES y residencias planes internet móvil.

Movistar empresas grandes enlaces dedicado, en PYMES y residencias planes internet móvil.

Puntonet para empresas grandes, PYMES y residencias.

Transtelco, empresas PYMES y Residencias.

- ¿Por qué será fácil o difícil competir con ellos?

No será difícil competir con ellos porque en planes corporativos tenemos nuestra empresa aliada Telconet quien lidera el mercado de empresas y nuestro referente ante los PYMES y residencias a quienes se desea llegar con el servicio de internet de la empresa Transtelco.

- ¿Por qué cree que puede lograr una fracción de mercado?

Por la calidad del servicio con la compartición 4 a 1 y soporte técnico brindado por Transtelco es el valor agregado el cual permite hacer una diferencia entre Transtelco y los otros proveedores.

2.2.4. Tamaño del mercado global.

Para este análisis se tomará el mercado de la ciudad de Quevedo, las personas encuestadas radican en esta ciudad, aunque la empresa Transtelco cuenta con agencias en otras ciudades y este análisis será modelo para las otras agencias.

2.2.5. Tamaño del mercado del proyecto.

Se han tomado 10 sectores de la ciudad de Quevedo en los cuales se va a instalar 10 nuevas redes para hacer la ampliación de la empresa Transtelco, se realizaron 405 encuestas la cual está sobre la base de 384 encuestas.

Se espera llegar a 96 clientes en cada sector al ser 10 sectores la red está diseñada para crecer hasta 960 clientes, crecer en 100 clientes el primer mes, incrementando 50 clientes los demás meses hasta cumplir el año, donde al finalizar el primer año se tendrá 650 nuevos clientes, quienes pagarán un valor de \$15 usd mensual por el plan de 1024 kbps.

3. ANÁLISIS FODA

El Análisis FODA es una herramienta fundamental para la empresa Transtelco, le permitirá conocer con claridad su posición en el mercado y será su insumo vital para delinear su estrategia.

Las Variables Endógenas, que están definidas como las Fortalezas y Debilidades de la empresa, se analizarán mediante 13 tipos de indicadores que ayudarán al momento de implementar estrategias competitivas de manera eficiente y efectiva.

Los indicadores Endógenos son: Talento humano, Recursos productivos, Recursos financieros, Infraestructura, Marca, Mística, Crédito, Tiempo, Información, Tecnología, Estabilidad, Organización y Maniobra.

Basándose en cada uno de los indicadores enunciados se deduce lo siguiente:

Tabla 05 Fortalezas y Debilidades

VARIABLES ENDÓGENAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Talento Humano	- Personal de servicio técnico capacitado y con vasta experiencia en Telecomunicaciones. - Experiencia en el trabajo de redes ADSL e instalación de equipos. - Estabilidad laboral que la empresa brinda a sus empleados.	Falta de certificaciones internacionales en Redes: CCNA, CCNP.
2. Recursos Productivos	La mayoría de los proveedores realizan su red de manera inalámbrica. Transtelco puede llegar a lugares rurales por medio de cableado lo que evita	- Emprendimientos y Pymes tienen una inversión mínima al momento de contratar. - Se niegan a mejorar sus procesos con la ayuda del servicio de internet.

	interferencias y maximiza la penetración del servicio.	
3. Recursos Financieros	• Inversión en equipamientos para instalar nuevas redes • Liquidez para iniciar nuevos proyectos relacionados a telecomunicaciones.	• La empresa no cuenta aún con altos recursos económicos para igualar las promociones o publicidad de los grandes competidores como Claro, Movistar o CNT.
4. Infraestructura	• Cuenta con el respaldo de garantía de una empresa de prestigio y reconocida a nivel nacional que es Telconet. • Cobertura en 25 sectores de la ciudad de Quevedo. • Mejor tecnología ADSL+2 (Línea Digital del Suscriptor Asimétrica) y mayor capacidad de respuesta en comparación a la competencia.	• Necesidad de un espacio donde poder abastecerse de materiales y equipamiento para el crecimiento de la infraestructura de redes de la Agencia. • Falta de redes en sectores marginales y alejados de la ciudad de Quevedo.
5. Marca	• Marca posicionada en la ciudad de Quevedo al tener 4 años de presencia. • Presencia en redes sociales Facebook y Twitter a diferencia de otras empresas que no lo tienen.	• La empresa está en etapa de crecimiento en otras ciudades. • Falta de conocimiento a nivel nacional.
6. Mística	• Personal comprometido con la	• Incertidumbre por la reglamentación gubernamental la cual

	Empresa y motivados para cumplir los retos que se presenten. • Cultura Organizacional de servicio al cliente y solución a problemas.	puede eliminar los permisos de operación.
7. Crédito	• Confiabilidad por parte de los proveedores. • Capital propio.	• Gastos de inversión altos
8. Tiempo	• Servicio eficaz y oportuno, con respuesta de solución de inconvenientes más rápida del mercado. • Prevención de Fallas y SLA (Service Level Agreement “ Acuerdo de Nivel de Servicios ” 98%)	• Siniestros ocasionados por terceros, que atrasan lo programado. • Fuerza mayor como : terremoto, incendios forestales, inundaciones, etc.
9. Información	• Conocimiento del mercado objetivo y sus necesidades. • Conocimiento de la tecnología idónea para el tipo de servicio que se brinda.	• Empresas y emprendimientos con procesos empíricos. • No llegar a todos los habitantes y conozcan los beneficios de la empresa.
10. Tecnología	• Enfocada al mercado que se desea llegar. • Equipamiento de última tecnología y marcas reconocidas en Telecomunicaciones.	• Equipamiento no soporta triple play solo internet. • Red de cobre la cual limita velocidades vs redes de fibra óptica.

11. Estabilidad	• Enfocados en minimizar contratiempos y brindar confianza en todo momento. • Trabajar con el modelo de tickets en las incidencias y resultados de KPI (Key Performance Indicators “Indicadores Clave de Desempeño”) para la medición de incidencias al finalizar cada mes.	• Cambios inesperados en el servicio y lo que se promociona.
12. Organización	• Manejada y optimizada mediante los debidos procesos de mejoramiento continuo • Empresa de servicio usando la mejor tecnología y brindando servicio de calidad.	• Resistencia a respetar los procesos por parte de clientes que contratan el servicio.
13. Maniobra	• Estrategias y toma de decisiones eficaces, oportunas para cumplir con los objetivos planteados.	• Limitación al momento de querer ser proactivos con las decisiones y soluciones.

Elaborado por: Autor

Dentro de las Variables Exógenas o Externas, donde surgen las Oportunidades y Amenazas de la empresa, se consideran 11 indicadores al momento del análisis, que son: Impacto Externo, Envergadura y crecimiento, Nivel de rivalidad, Presión de sustitutos, Barreras de entrada, Barreras de salida, Poder de negociación, Compatibilidad tecnológica, compatibilidad Cultural, Tamaño de la apuesta y Sinergia.

Dando como resultado lo que a continuación se detalla:

Tabla 06 Oportunidades y Amenazas

VARIABLES EXÓGENAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Impacto Externo	• Mercado local insatisfecho por la calidad de servicio de otras operadoras • El 23.1% de la población de Quevedo cuenta con computadoras y solo el 18.1% cuenta con internet, según el censo del 2010 del INEC. • Existen algunos sectores industriales que no cuentan con internet	• Inversión del Estado en sectores de Telecomunicaciones. • Proveedores con un mejor servicio.
2. Envergadura y Crecimiento	• Nichos de Mercado no atendidos en Quevedo (sectores marginales y zonas rurales).	• Las ordenanzas municipales que restrinjan la instalación de cableado dentro o fuera de la ciudad.
3. Nivel de Rivalidad	• Segmento de Mercado no atendido por proveedores nacionales. • Precios muy altos de servicio por proveedores locales.	• Competidores con experiencia y bases de datos de clientes (CNT, Claro y Movistar) • Ingresos de nuevos competidores con servicio triple play (telefonía fija, televisión por cable e internet).
4. Presión de sustitutos	• Aplicaciones de celulares y smartphones no son tan amigables • Precios altos de tablets y smartphones en el mercado.	• Ingreso de competidores pequeños de menor calidad y costos operativos más bajos
5. Barreras de Entrada	• No existen Leyes que	• Leyes de

	prohíba comercializar en estos sectores. • Otros proveedores no tengan permiso para operar en este sector	Telecomunicaciones que favorezcan a las empresas del Estado. • Ordenanzas municipales de costos altos en permisos de tendido de cable.
6. Barreras de Salida	• Contratos de muchos meses de permanencia de otros proveedores.	• Eventos naturales como inundaciones, lluvias o tormentas eléctricas que afecten los equipos
7. Poder de Negociación	• Facilidad de Negociar con proveedores locales e internacionales.	• Que exista monopolio en los proveedores.
8. Compatibilidad Tecnológica	• Tecnología de última generación • Equipamiento en stock en el mercado nacional e internacional.	• Que la competencia ofrezca una mejor tecnología, triple play o fiber to home.
9. Compatibilidad Cultural	• Necesidad de acceso a internet, mercado emergente.	• Que no desee contratar el servicio porque no lo necesita.
10. Tamaño de la apuesta	• Bajos costos para ingresar a competir en este sector.	• Competidores fuertes que tengan mejores precios y servicio.
11. Sinergia	• Ofrecer otros servicios adicionales a internet como telefonía IP.	• Competidores fuertes o que exista una Colusión.

Elaborado por: Autor

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Objetivos de Marketing.

Verificar si la muestra de la población escogida para el estudio se interesa por el servicio que ofrece la Empresa Transtelco de la ciudad de Quevedo y demostrar que a pesar de que el sector al cual se quiere llegar, en este caso el de bajos ingresos, puede convertirse en un potencial mercado y así lograr mejorar la rentabilidad para la empresa y cumplir con la responsabilidad social que caracteriza a Transtelco.

La estrategia de marketing está enfocada a ampliar el servicio de internet a lugares marginales alrededor del cantón de Quevedo (Estrategia de Desarrollo de Mercado). Las empresas que ofrecen sistemas de internet únicamente proveen servicio en las ciudades principales.

4.1.1. Corto y Mediano Plazo

- Incrementar para el 2014 un 15% adicional en parroquias rurales cercanas a Quevedo. Actualmente, estas zonas están desatendidas completamente, ningún proveedor local de servicio de internet atiende a sectores rurales.
- Mantener 100% actualizada la infraestructura tecnológica hasta el 2017 necesaria para prestar un servicio de internet óptimo: repetidoras, cableado, banda ancha y fibra óptica.

4.1.2. Largo Plazo

- Alcanzar el 30% de crecimiento anual en participación del mercado en las zonas rurales de Quevedo meta planteada hasta el 2017

4.1.3. Objetivos Financieros

- Mantener un crecimiento en rentabilidad de la empresa del 15% anual

4.2. Mercado Objetivo.

El mercado meta son los usuarios en residencia y PYMES en los sectores marginales de la ciudad de Quevedo, la cual cuenta con 8 parroquias urbanas: Guayacán, Nicolás Infante Díaz, San Camilo, San Cristóbal, 7 de Octubre, Venus del Río Quevedo, Viva Alfaro y 24 de Mayo.

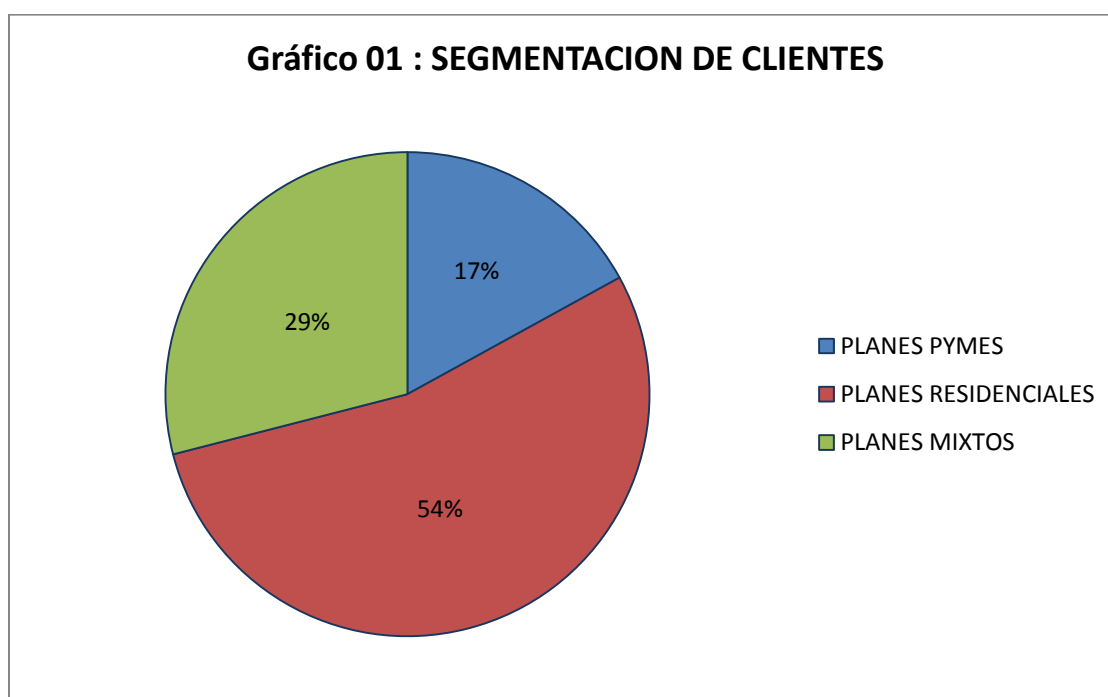
La Parroquia más numerosa es San Camilo con 70.596 habitantes, futuros clientes potenciales de internet; así como también, Venus del Río Quevedo con 16.000 habitantes y le sigue la parroquia 7 de Octubre con 12.000 habitantes.

4.3. Segmentación Seleccionada.

El servicio de Transtelco está segmentado geográficamente para atender la zona de Quevedo y sectores rurales, subdivididos en 3 grandes grupos:

4.3.1. Residencial: Cuenta con una participación actual del 54% del total de clientes, donde agrupamos a estudiantes de colegios, universidades y profesionales.

4.3.2. PYMES: Intervienen los clientes de empresas pequeñas y Medianas con una participación actual del 17%, las cuales están en crecimiento y tienen alta necesidad de usar internet.



Elaborado por: Autor

4.4. Posicionamiento.

Transtelco Quevedo es parte de la empresa Telconet, la cual cuenta con la red de Fibra Óptica más grande del país. Esto garantiza a nuestros clientes un respaldo tecnológico superior al del medio local.

La empresa cuenta con personal altamente calificado y con vasta experiencia en telecomunicaciones e informática, quienes ofrecen un servicio técnico personalizado ágil y oportuno para que nuestros clientes sientan la confianza de un respaldo permanente como si estuvieran disfrutando de servicios VIP en un mundo para ellos solos.

El factor diferencial es la capacidad ilimitada de Banda Ancha de Internet la cual le permite navegar sin problemas en la red y el servicio técnico local experimentado que lo atenderá a los clientes de forma personalizada ante cualquier emergencia a diferencia de nuestra competencia que maneja las solución a problemas de manera remota (llamada telefónica).

4.5. Estrategia y programa de Marketing.

Transtelco tiene la intención de servir a usuarios con el alto uso de servicio de Internet quienes realizan grandes descargas de internet y necesitan tener una conexión ininterrumpida del servicio.

Producto o Servicio

Para ellos hemos establecido 3 planes muy representativos en el mercado.

- Planes Residenciales: Hoy en día los mejores negocios y la independencia económica comienza en casa. Para aquellos emprendedores que inician sus negocios y necesitan velocidad de respuesta en información y en sus comunicación le hemos creado este plan que le permitirá manejar su información con rapidez con esto, el trabajo no será una barrera entre el usuario y su familia. Porque sabemos que la familia este plan también esta direccionado para los adolescentes que buscan información actualizada y necesitan tiempo para sus asuntos personales, la compartición de estos planes es de 4:1.
- Planes PYMES: Direccionado para aquellas pequeñas y medianas empresa recién constituidas; para aquellas, que valoran la calidad y la economía. Ejecutivos que luego de

largas reuniones de planificación lo que buscan es finalizar rápido tenemos un servicio de internet de banda ancha que cuenta con una velocidad compartida 2:1.

- Planes Mixtos: son para usuarios que le gusta la velocidad. Tendrán velocidades dobles en la noche y se mantiene la compartición 4:1.

La visión de Transtelco para el 2014 es diseñar nuevas redes que nos permita abarcar el 100% de cobertura provincial, extendiendo nuestro radio de acción hacia ciudades cercanas como: Buena Fe, Valencia, La Maná, Ventanas. Otro de nuestros objetivos es implementar una nueva Zona WIFI en el Malecón de la ciudad de Quevedo para que visitantes y turistas tengan acceso a internet de alta velocidad. Nuestra estrategia será mantener precios bajos y aumentar la capacidad de ancho de banda, nuestra tecnología nos lo permite; como también nos permite brindar otros tipos de servicios por medio de nuestra red; como el servicio de Telefonía.

Precio

Tabla 07 Precios planes de Transtelco

PLANES RESIDENCIALES (4:1)			
VELOCIDAD	VALOR	IVA	TOTAL
1024 Kbps	20,30	2,44	22,74
2048 Kbps	34,00	4,08	38,08
3072 Kbps	47,70	5,72	53,42
4096 Kbps	61,30	7,36	68,66
6144 Kbps	88,50	10,62	99,12
PLANES PYMES (2:1)			
VELOCIDAD	VALOR	IVA	TOTAL
1024 Kbps	60,00	7,20	67,20
2048 Kbps	98,50	11,82	110,32
3072 Kbps	135,00	16,20	151,20
4096 Kbps	169,30	20,32	189,62

Elaborado por: Autor

4.5.1. Estrategia de Precios.

La estrategia de precio a utilizarse serán: captar clientes con planes acorde a los ingresos del mercado objetivo.

4.5.2. Políticas de precio de la competencia.

- Pago de instalación fija.
- Pago por cuentas bancarias o tarjeta de crédito.
- Pago de planes variables.
- Pago de equipamiento.

4.5.3. Precio previsto

El precio con el cual se va a ofertar el servicio de internet para los sectores marginales, será de \$15 por plan ilimitado de 1024 kbps.

4.5.4. Margen de utilidad unitario mínimo para cubrir inversión y rendimiento mínimo.

Transtelco prevé vender 650 planes el primer año y la venta sería de \$ 67.500,00 con el precio fijado de \$15.00, en el Año 1

Tabla 08 Margen de Operación

MARGEN DE OPERACIÓN	
Ventas del Servicio	\$ 67.500,00
(-) Costos Variables	\$ 3.400,00
Margen de Contribución	\$ 64.100,00
(-) Costos Fijos	\$ 28.259,48
Ingreso de Operaciones	\$ 35.840,52

Elaborado por: Autor

4.5.5. Potencial de expansión en el mercado previsto.

Transtelco establece que tiene potencial de expansión en el mercado previsto, no solo en los alrededores de la ciudad de Quevedo, sino también en parroquias rurales, donde existe la necesidad del servicio.

4.5.6. Justificación para un precio diferente al de la competencia.

La empresa para ingresar en un mercado tan competitivo, se ha preocupado por ofrecer precios competitivos, en el caso del presente plan de negocios, se está ofertando planes de internet ilimitado con valores menores a los ofrecidos en el mercado, el sector al que se quiere llegar es un sector de ingresos económicos bajos y por esta característica olvidados, es así que Transtelco cumpliendo con la responsabilidad social, bajará el costo del internet mas no la calidad, ni el servicio que caracterizan a la empresa.

4.5.7. Posibles niveles de variación de volumen para resistir una guerra de precios.

Tabla 09 Análisis de Sensibilidad

	PESIMISTA	PROBABLE Conservador	OPTIMISTA
VOLUMEN	2558	4460	5352
VENTAS	\$38.370,00	\$ 66.900,00	\$80,280,00
TIR	19%	50%	64%
VAN	\$7.033,28	\$ 72.726,68	\$103.520,46

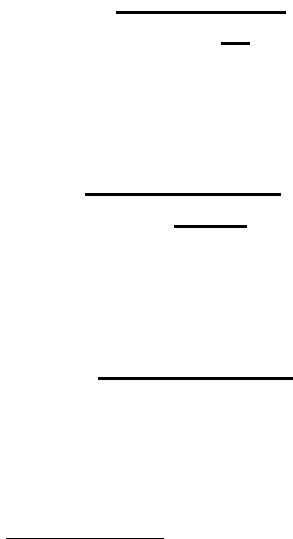
Elaborado por: Autor

4.5.8. En caso de que su precio sea mejor que el de su competencia, explique cuáles son las ventajas comparativas de su operación, que le permiten hacer esto.

El precio que se ofrece es mucho mejor que el de la competencia, Transtelco entrega planes ilimitados del servicio, con comparticiones menores a las que se brinda en el mercado, brindando a los clientes servicio de calidad con atención oportuna y personalizada.

4.5.9. Analice las relaciones precio-volumen-utilidad. Ayúdese de un esquema de punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO



ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

1.- El valor de resultado Punto de Equilibrio en unidades 1983 ventas en un año se refieren a las ventas acumuladas en los 12 meses mínimo para poder iniciar a ganar en la proyección de ventas del primer año se plantea llegar a 4500 ventas acumuladas.

Se llaman ventas acumuladas porque se asume al cliente que pagó el primer mes se mantenga hasta los 12 meses del servicio finalizando el año y así se proyecte el crecimiento de las ventas.

En la realidad existen clientes que dejan de pagar por motivos económicos o antes del año desean suspender el servicio porque desean irse con la competencia y eso es un 5% aproximadamente de la población de clientes de Transtelco.

2.- En el análisis del Punto de Equilibrio en dólares se obtiene el resultado de \$ 29.759,35 usd es decir se debe vender sobre este valor en un año para poder tener rentabilidad en el negocio planteado, esta meta si es alcanza porque en el estudio realizado el primer año se vende \$ 67.500,00 en el año 2 \$ 27.625,00 y los siguientes años los valores son sobre este valor.

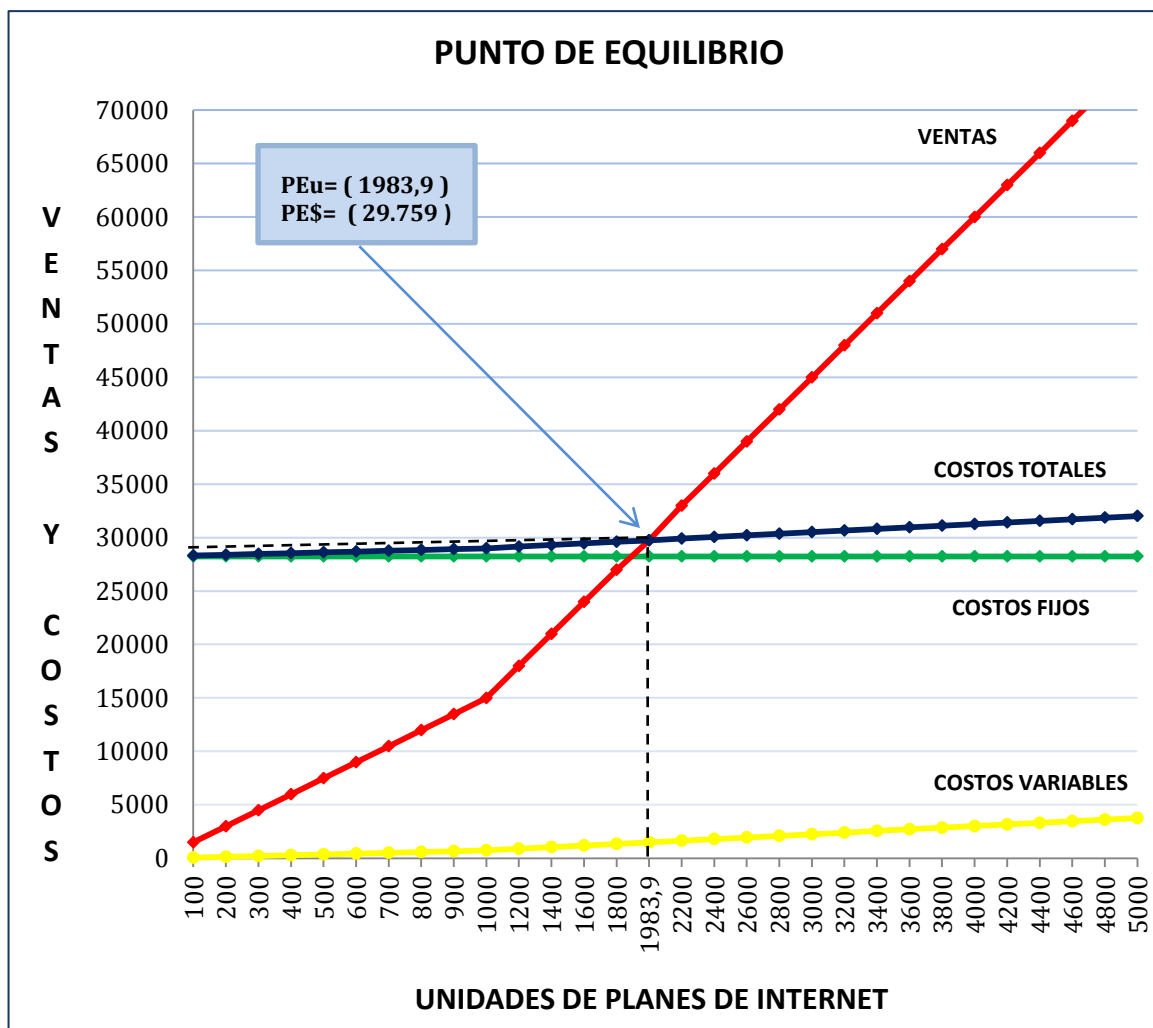


Gráfico 02 Punto de Equilibrio. Elaborado por: Autor

4.5.10. ¿Qué descuentos planea ofrecer? ¿Por volumen o por pronto pago?

Se planea ofrecer descuentos por volumen, porque por cada referido que los clientes de Transtelco presente y firme con la agencia, se les dará el 25% de descuento a su factura del siguiente mes del que lo refirió.

4.5.11. ¿Qué porcentaje de sus ventas son a crédito y a qué plazo (política de carteras)?

La venta de los planes no es a crédito.

4.6. Estrategia de Venta

4.6.1. Clientes iniciales.

Transtelco creará 10 redes de Internet ADSL, se estima iniciar con 10 clientes el primer mes en cada una de ellas, esto quiere decir que la Agencia tendrá 100 clientes el Mes 1, a partir del Mes 2 se incrementara 50 clientes en las 10 redes hasta el Mes 12, se estima llegar a 650 al cumplir el año.

Tabla 10 Proyección de Ventas en 10 redes

	Número de clientes	Valor Unitario	Facturación
Mes 1	100	15	\$ 1.500,00
Mes 2	150	15	\$ 2.250,00
Mes 3	200	15	\$ 3.000,00
Mes 4	250	15	\$ 3.750,00
Mes 5	300	15	\$ 4.500,00
Mes 6	350	15	\$ 5.250,00
Mes 7	400	15	\$ 6.000,00
Mes 8	450	15	\$ 6.750,00
Mes 9	500	15	\$ 7.500,00
Mes 10	550	15	\$ 8.250,00
Mes 11	600	15	\$ 9.000,00
Mes 12	650	15	\$ 9.750,00
Primer Año	4500		\$ 67.500,00

Elaborado por: Autor

4.6.2. Clientes que recibirán el mayor esfuerzo de venta.

Todos los clientes son importantes, es lo que marca la diferencia con la competencia, se procura satisfacer al máximo las necesidades de los clientes, lo que generara publicidad positiva para la empresa Transtelco.

4.6.3. Mecanismos de identificación de clientes potenciales y formas de establecer contactos con ellos.

Captar clientes potenciales, mediante encuestas puerta a puerta en los sectores a implementar las nuevas redes, ofreciendo tecnología de punta acorde a sus necesidades y con el mejor precio del mercado.

4.6.4. Características del producto o servicio (calidad, precio, entrega rápida y cumplida, garantías, servicios, etcétera) que se enfatizarán en la venta.

Planes Residenciales y Pymes, con servicio de calidad, la mejor tecnología, excelente precio, atención y soporte oportunos y personalizados.

4.6.5. Conceptos especiales que se utilizarán para motivar la venta.

4.6.6. Cubrimiento geográfico inicial.

En la ciudad de Quevedo

4.6.7. Plan de ampliación geográfica.

Cantones y parroquias rurales cercanas, Buena Fe, Valencia, San Carlos.

4.6.8. Clientes especiales (proyectos en ejecución, oportunidades temporales, etcétera).

Para Transtelco, Agencia Quevedo, todos los clientes son especiales, porque se ha enfocado en un segmento específico es por ellos que la empresa sigue en el mercado.

4.7. Estrategia Promocional

La estrategia promocional a utilizarse en sectores marginales es de ofrecer un plan de \$15 por un plan ilimitado de 1024 kbps día y 2048 kbps noche y la de no cobrar instalación.

4.7.1. Mecanismos y/o medios para llevar el producto a la atención de los posibles compradores.

Para dar a conocer el servicio se lo realizará mediante Televisión, Radio y redes sociales.

4.7.2. Ideas básicas para presentar en la promoción.

Transtelco ofrece Tecnología de punta, servicio de calidad acorde a sus necesidades, con los mejores precios del mercado, con atención y soportes, oportunos y personalizados.

4.7.3. Mecanismos de ayuda a la venta.

Cumplir con lo que se ofrece, el cliente navegará a la velocidad que contrató, pagará lo que firmó en el contrato, la instalación se la realizará en el tiempo acordado con el cliente, soporte técnico oportuno y más rápido del mercado.

4.7.4. Programa de medios (frecuencia, valor).

Se promocionará el servicio constantemente por internet, radio y volanteo.

Tabla 11 Gastos de Publicidad

PRESUPUESTO DE GASTOS DE MARKETING	2013
RADIO	\$ 600,00
VOLANTEO	\$ 1500,00
TOTAL DE GASTOS DE MARKETING	\$ 2.100,00

Elaborado por: Autor

4.8. Estrategia de Distribución

La distribución del servicio será de manera Directa, Transtelco; llegará al cliente a través de la red de internet, mediante las redes sociales como : Facebook/Transtelco Quevedo; Twitter @transtelcoqvdo; esto es una distribución online (24 horas al día, 7 días a la semana), así también utilizará la distribución física que es la que se realiza desde la oficina; los clientes contactarán directamente con la empresa Transtelco. El servicio se distribuirá directamente, desde la empresa Transtelco al cliente final.



Figura 06 Estrategia de Distribución de Transtelco. Elaborado por: Autor

4.9. Políticas de Servicios

4.9.1. Términos de las garantías.

Lo que el cliente contrata es lo que va a recibir, la velocidad y calidad del servicio, el costo por el cual firmó, no existirá publicidad engañosa.

4.9.2. Tipos de servicios a clientes.

Los servicios que se ofrece son planes ilimitados, Residenciales y Pymes.

4.9.3. Mecanismos de atención a clientes.

La persona que contrata el servicio pasa a ser parte de la cartera de clientes de la empresa, y es compromiso de la misma dar el debido soporte y seguimiento, si el cliente lo requiere. Podrán dirigirse a la oficina en la calle 3ra, entre Bolívar y Malecón, Edificio Loor-Jacho, 2do Piso Oficina 202, el horario de atención es desde las 9:00 a 13:00 y de 14:00 a 18:00, o llamar al 052-762-678 en el mismo horario.

En las redes sociales Facebook/Transtelco Quevedo y en Twitter @transtelcoqvdo, dejar inquietudes donde tendrán respuesta inmediata.

4.9.4. Políticas de cobro de servicios.

Los pagos por ventanilla, débitos bancarios, o por tarjeta de crédito se harán el primer día laboral de cada mes, al no realizarse en ese tiempo el cobro tendrán plazo hasta el 15 para cancelar los haberes, caso contrario el sistema automáticamente suspende el servicio.

4.9.5. Compare su política de servicios con los de la competencia.

Transtelco ofrece planes acordes a las necesidades de los clientes, con participaciones 2:1 y 4:1 mejores a las de la competencia que es 8:1 y 6:1, esto quiere decir que la velocidad en la que navegan sea más rápida que el mercado ofrece.

Tecnología de calidad, con atención y soporte oportunos, con los tiempos de respuesta más rápidos del mercado.

4.10. Tácticas de Ventas

4.10.1. ¿Tendrá fuerza propia de ventas o recurrirá a representantes de ventas o distribuidores? ¿Cuál será el costo del servicio?

Transtelco tendrá su propia fuerza de venta.

4.10.2. Formule metas para sus vendedores.

Las ventas se realizan en oficina, mediante volanteo puerta a puerta y se informa por redes sociales.

Las metas que Transtelco se ha propuesto son:

- Vender 10 planes por cada red.
- Tener 100 clientes al primer mes.
- Incremento de 50 clientes desde el segundo al doceavo mes.
- 650 planes de internet al completar un año.

4.11. Planes de Contingencia

Respaldo eléctrico en las repetidoras para que los clientes sigan operando, tener en bodega lo necesario en caso de que los equipos de la empresa o de los clientes fallen.

4.12. Datos para la Investigación de Mercado

La población a estudio es la del Cantón Quevedo con 173.575 habitantes según datos proporcionados por el INEC según el censo del 2010, se extrajo la muestra a encuestarse, la misma que fue calculada mediante la siguiente fórmula:

DONDE:

N = Población

Z = Nivel de Confiabilidad

e = Error estimado

p = Probabilidad que ocurra

q = Probabilidad que no ocurra

A continuación se detalla el respectivo cálculo matemático, con los siguientes datos:

N = 173.575

Z = 1,96 (95%)

e = 5 % = 0.05

p = 50 % = 0.50

q = 50 % = 0.50

Por lo tanto, el total de encuestas a realizarse fue de 384, sin embargo se realizaron 405 encuestas y se las hizo en las parroquias Venus, Nicolás Infante Díaz, 24 de Mayo, Viva Alfaro, Guayacán, 7 de Octubre, San Camilo y San Cristóbal.

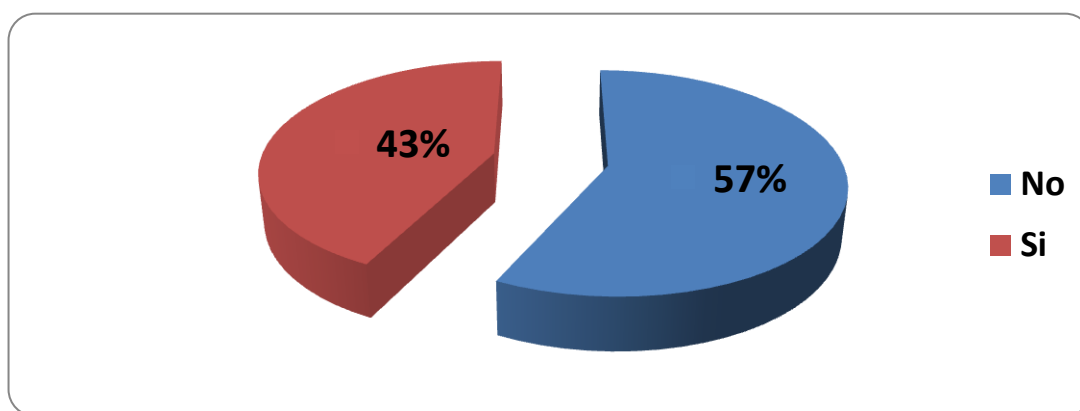
4.13. RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA

La hipótesis planteada en la investigación es: El precio, calidad y velocidad del servicio de internet que la Agencia Transtelco oferta para los sectores marginales de la ciudad de Quevedo es competitivo y además permite cubrir los costos, recuperar la inversión realizada y obtener un rendimiento razonable de la misma.

Pregunta 1. ¿Posee Internet en su Casa?**CUADRO 01: DISPOSICIÓN DE INTERNET**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	232	57,3	57,3	57,3
	Si	173	42,7	42,7	100
	Total	405	100	100	

Elaborado por: Autor

Gráfico 03: DISPOSICIÓN DE INTERNET

Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

El **57%** de los encuestados no posee internet siendo un porcentaje muy importante al momento de ofrecer el servicio.

PERSONAS QUE RESPONDIERON QUE SI TIENEN EL SERVICIO DE INTERNET EN SU CASA SE LES PREGUNTÓ

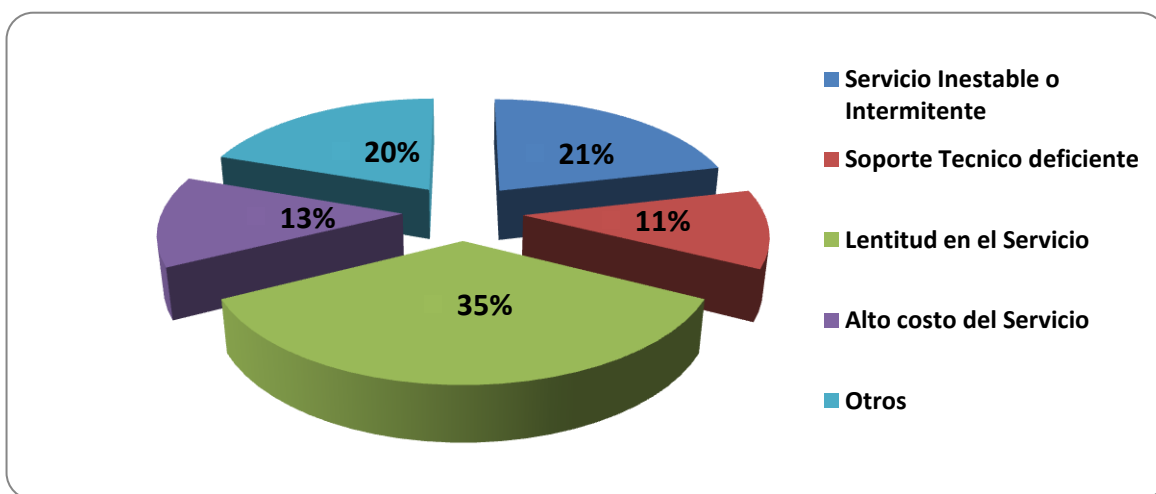
¿Cuál de las siguientes razones podrían ser fuentes de inconformidad para usted en su actual servicio?

Cuadro 02: INCONFORMIDAD DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Servicio Inestable o Intermitente	37	21,4	21,4	21,4
	Soporte Técnico deficiente	19	11,0	11,0	32,4
	Lentitud en el Servicio	61	35,3	35,3	67,6
	Alto costo del Servicio	22	12,7	12,7	80,3
	Otros	34	19,7	19,7	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 04: INCONFORMIDAD DEL SERVICIO



Elaborado por: Autor

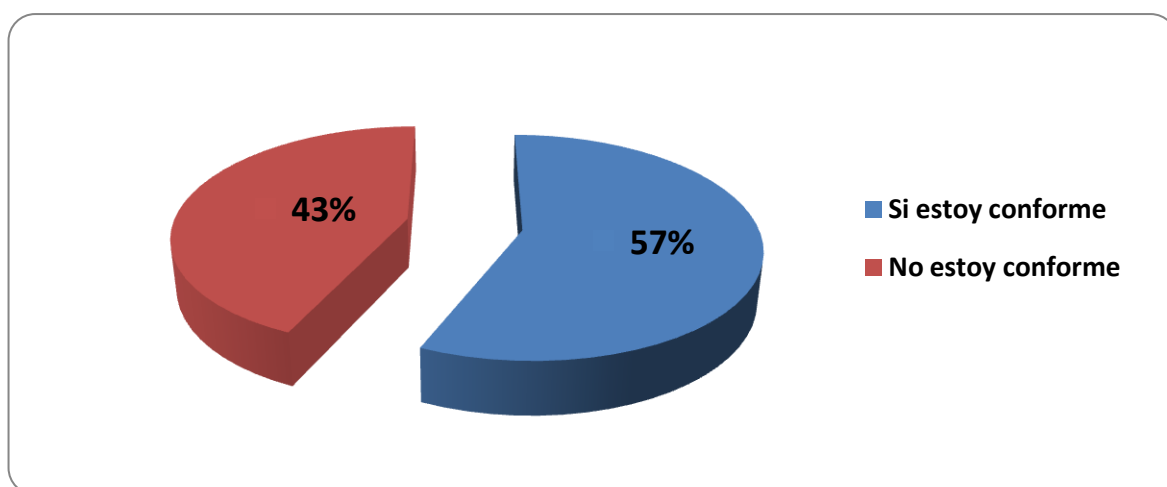
ANÁLISIS

De las personas encuestadas el 35% dice tener lentitud en el servicio de internet y el 20% tiene un servicio inestable e intermitente, lo cual indica que estos sectores no están siendo atendidos con un servicio óptimo.

Cuadro 03: CONFORMIDAD DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si estoy conforme	98	56,6	56,6	56,6
	No estoy conforme	75	43,4	43,4	100,0
	Total	173	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 05: CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

De los 173 encuestados que si tienen internet dicen estar conformes con el servicio el 57% a pesar de haber informado antes que el servicio no es bueno, el 43% no está conforme con el servicio.

PERSONAS QUE RESPONDIERON NO

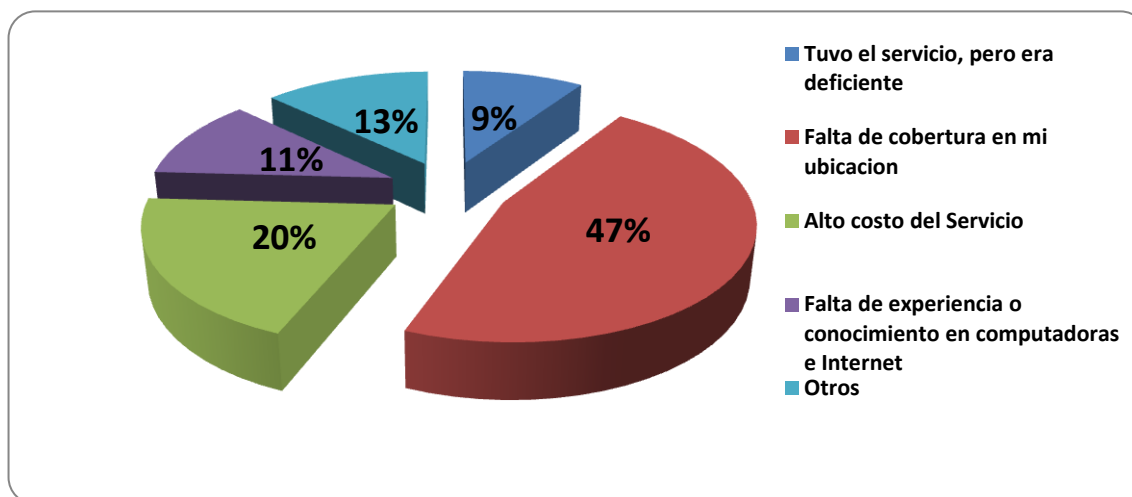
¿Específicamente cuál de las siguientes razones cree usted que es causa de que no posea un servicio de Internet?

Cuadro 04: CAUSAS DE NO TENER INTERNET

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tuvo el servicio, pero era deficiente	22	9,5	9,5	9,5
	Falta de cobertura en mi ubicación	108	46,6	46,6	56,0
	Alto costo del Servicio	46	19,8	19,8	75,9
	Falta de experiencia o conocimiento en computadoras e Internet	26	11,2	11,2	87,1
	Otros	30	12,9	12,9	100,0
	Total	232	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 06: CAUSAS DE NO TENER INTERNET



Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

De las 232 personas encuestadas que no tienen internet el 47% dijo no haber contratado el servicio por falta de cobertura en su sector y el 20% informó que no contrató el servicio por el alto costo del servicio

Cuadro 05: OTRAS RAZONES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos		13	43,3	43,3	43,3
	desea tener internet	1	3,3	3,3	46,7
	esperando oferta de costo	1	3,3	3,3	50,0
	falta de presupuesto	1	3,3	3,3	53,3
	falta de tiempo	1	3,3	3,3	56,7
	nadie pasa en el hogar	5	16,7	16,7	73,3
	no ha solicitado	1	3,3	3,3	76,7
	no hay computadora	4	13,3	13,3	90,0
	no necesito internet fijo	1	3,3	3,3	93,3
	no tiene línea telefónica	1	3,3	3,3	96,7
	usa en el celular	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor**ANÁLISIS**

En las otras razones por las cuales no contratan el servicio de internet se ven valores importantes en Otras Razones son 30 personas de las cuales 5 dijeron que no pasan en su hogar y 4 informaron no tener computadora.

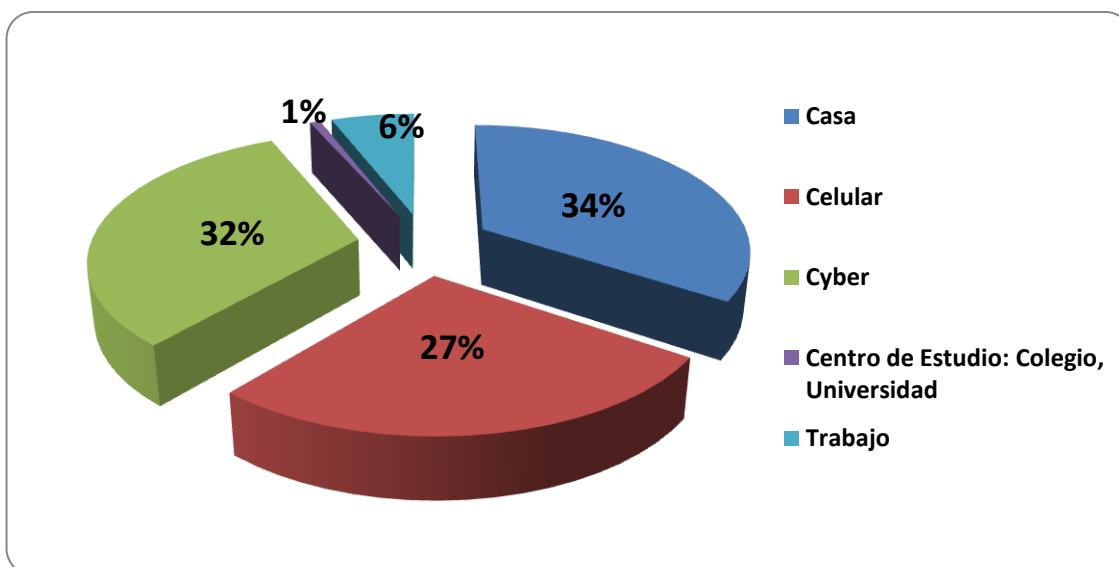
Pregunta 2. ¿En qué lugar se conecta a Internet?

Cuadro 06: LUGAR QUE SE CONECTA A INTERNET

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casa	139	34,3	34,3	34,3
	Celular	109	26,9	26,9	61,2
	Cyber	130	32,1	32,1	93,3
	Centro de Estudio: Colegio, Universidad	3	0,7	0,7	94,1
	Trabajo	24	5,9	5,9	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Grafico 07 :LUGAR QUE SE CONECTA A INTERNET



Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

Podemos observar que el 34% usa internet desde su domicilio y 32% van al cyber café para conectarse a internet, el 1% en sus centros de estudios: Colegio y Universidad.

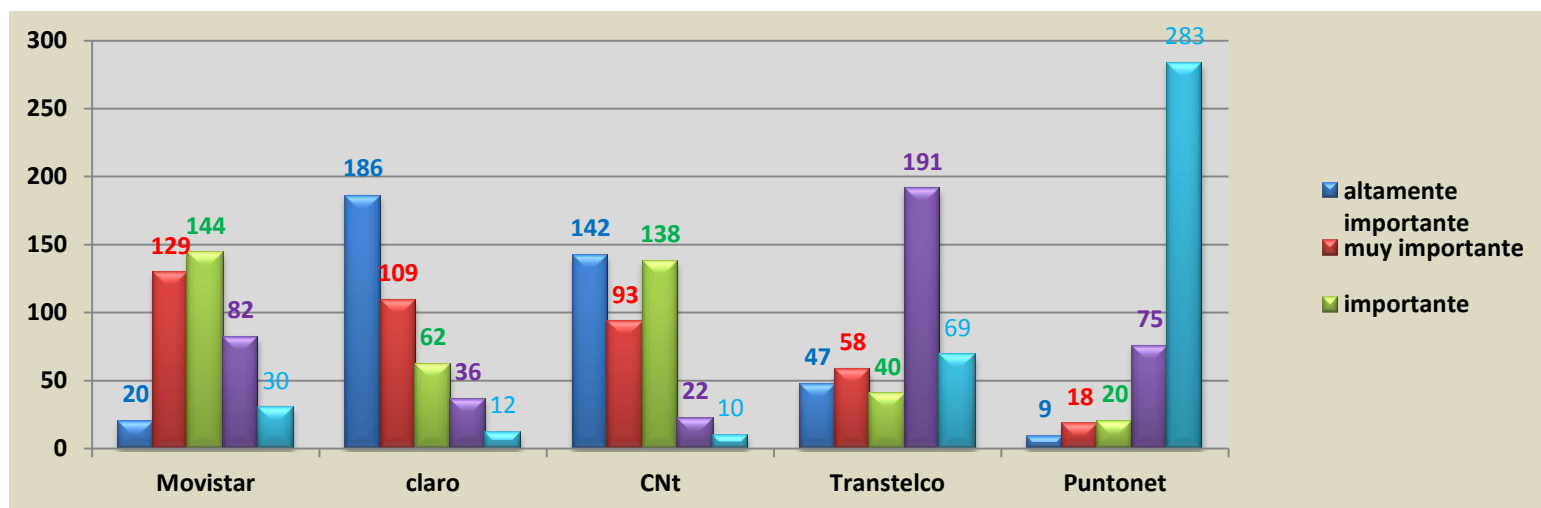
Pregunta 3. Que empresa de Internet usted conoce, numere de 1 al 5, el 1 es más importante.

Cuadro 07: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

	Movistar	%	Claro	%	CNT	%	Transtelco	%	Puntonet	%
altamente importante	20	4,94	186	45,9	142	35,1	47	11,6	9	2,2
muy importante	129	31,85	109	26,9	93	23,0	58	14,3	18	4,4
Importante	144	35,56	62	15,3	138	34,1	40	9,9	20	4,9
poco importante	82	20,25	36	8,9	22	5,4	191	47,2	75	18,5
Indiferente	30	7,41	12	3,0	10	2,5	69	17,0	283	69,9
Total	405	100,00	405	100,0	405	100,0	405	100,0	405	100,0

Elaborado por: Autor

Grafico 08 : POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO



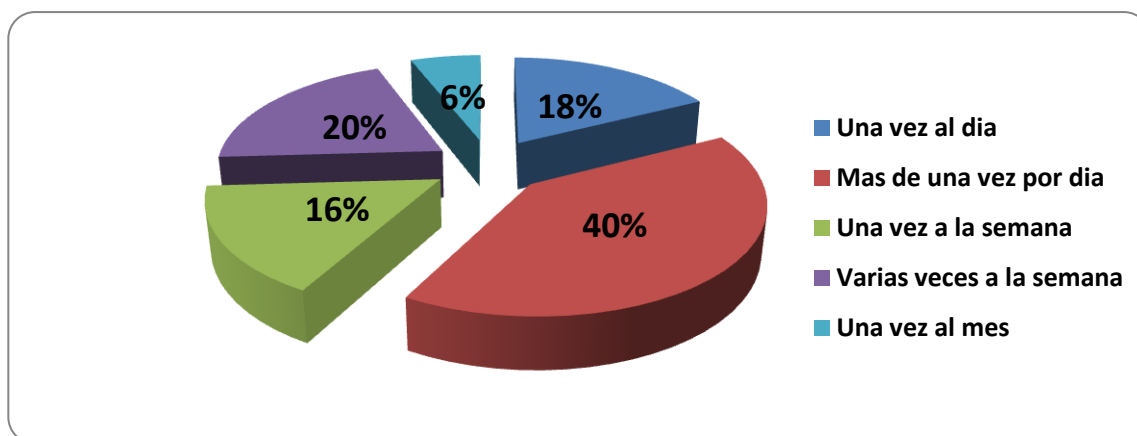
Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

Las empresas que son altamente importantes: Claro con un 45.9% es decir es la empresa que tiene mejor posicionada su marca y le sigue CNT 35.1%, Movistar es muy importante 31.85% es decir se ubica en el tercer puesto y las empresas menos conocidas según nuestra encuesta es Transtelco y Puntonet las cuales deben trabajar en posicionar su marca en el mercado de la ciudad de Quevedo.

Pregunta 4. ¿Con que frecuencia usa internet?**Cuadro 08: FRECUENCIA DEL USO DEL INTERNET**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una vez al día	71	17,5	17,5	17,5
	Más de una vez por día	164	40,5	40,5	58,0
	Una vez a la semana	65	16,0	16,0	74,1
	Varias veces a la semana	81	20,0	20,0	94,1
	Una vez al mes	24	5,9	5,9	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor**Grafico 09: FRECUENCIA DEL USO DEL INTERNET****Elaborado por: Autor****ANÁLISIS**

El 40% de los encuestados usa el internet más de una vez al día y el 6% lo usa una sola vez al día es decir que los usuarios utilizan varias horas el servicio de internet cada día.

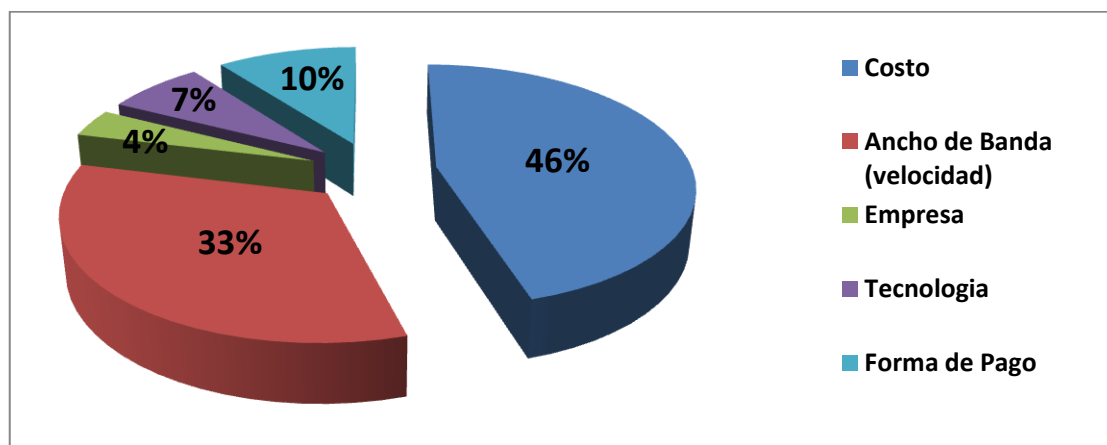
Pregunta 5. ¿Al momento de contratar el servicio de internet que es lo que a Usted más le interesa?

Cuadro 09: INTERES AL MOMENTO DE CONTRATAR EL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costo	184	45,4	45,4	45,4
	Ancho de Banda (velocidad)	135	33,3	33,3	78,8
	Empresa	15	3,7	3,7	82,5
	Tecnología	29	7,2	7,2	89,6
	Forma de Pago	42	10,4	10,4	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 10 : INTERES AL MOMENTO DE CONTRATAR EL SERVICIO



Elaborado por: Autor

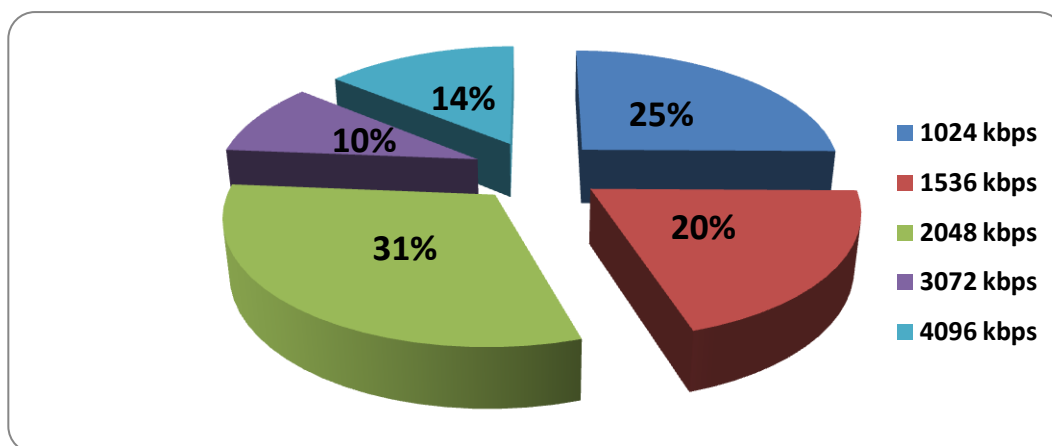
ANÁLISIS

El 46% de las personas encuestadas les interesa el costo del servicio al momento de contratar el servicio y el 33% se fija en el Ancho de Banda y al 4% le interesa la empresa con la cual va a realizar el contrato.

Pregunta 6. ¿Qué velocidad desearía contratar?**Cuadro 10: PREFERENCIAS DE VELOCIDAD**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1024 kbps	102	25,2	25,2	25,2
	1536 kbps	81	20,0	20,0	45,2
	2048 kbps	126	31,1	31,1	76,3
	3072 kbps	39	9,6	9,6	85,9
	4096 kbps	57	14,1	14,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 11: PREFERENCIAS DE VELOCIDAD

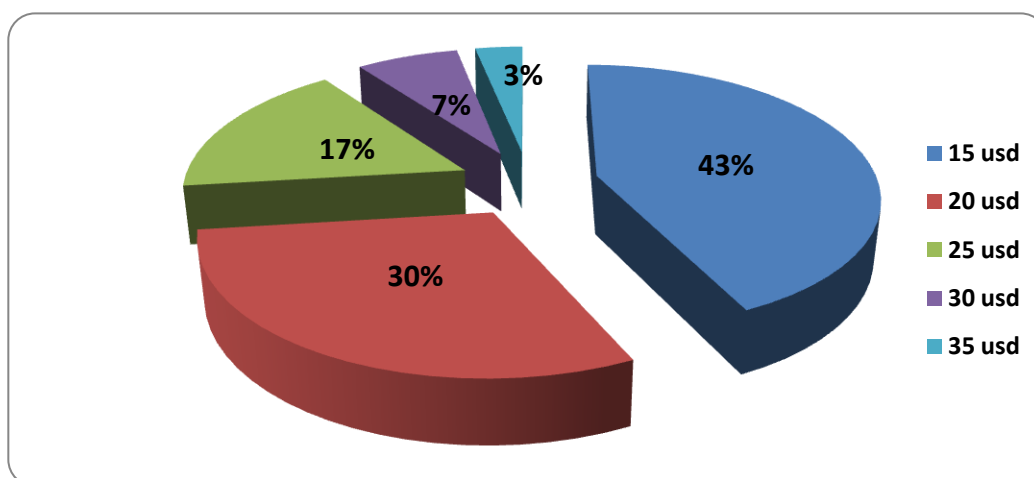
Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

En esta pregunta vemos que el 31% desea contratar 2048 kbps de velocidad y el 25% desea contratar 1024 kbps es decir que los usuarios desean una velocidad media en comparación a las otras consultadas en la encuesta.

Pregunta 7. ¿Cuanto desearía pagar usted por el servicio de internet?**Cuadro 11:CAPACIDAD DE PAGO POR EL SERVICIO DE INTERNET**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	15 usd	174	43,0	43,0	43,0
	20 usd	122	30,1	30,1	73,1
	25 usd	68	16,8	16,8	89,9
	30 usd	28	6,9	6,9	96,8
	35 usd	13	3,2	3,2	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

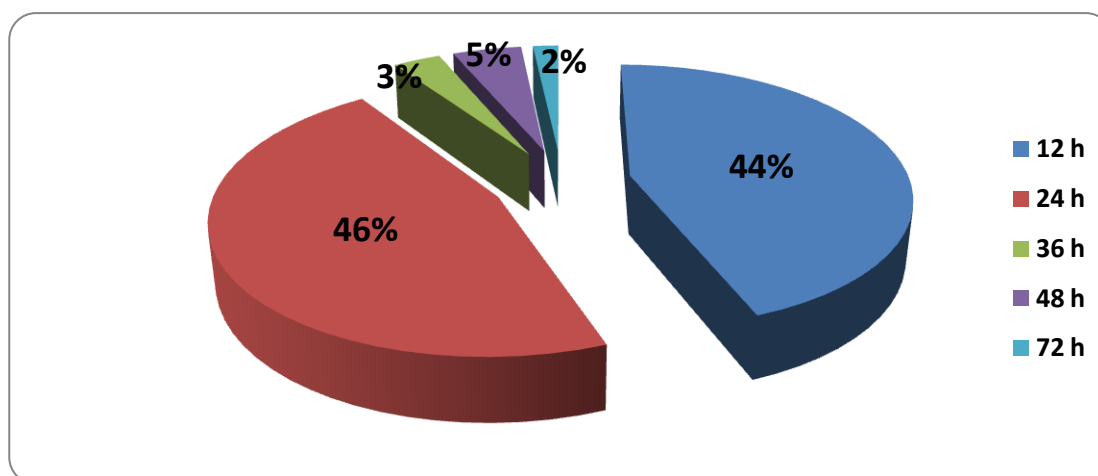
Elaborado por: Autor**Grafico 12: CAPACIDAD DE PAGO POR EL SERVICIO DE INTERNET****Elaborado por: Autor****ANÁLISIS**

En el momento de consultar sobre el valor a pagar por el servicio el 43% desea pagar 15 usd por el servicio es decir eligieron el valor mas económico planteado el 30% dijo que estaba dispuesto a pagar 20 usd y el 3% estaba dispuesto a pagar 35 usd.

Pregunta 8. ¿En qué tiempo (horas) desea que le instalen el servicio?**Cuadro 12: TIEMPO DE PREFERENCIA PARA LA INSTALACION**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	12 h	179	44,2	44,2	44,2
	24 h	187	46,2	46,2	90,4
	36 h	13	3,2	3,2	93,6
	48 h	19	4,7	4,7	98,3
	72 h	7	1,7	1,7	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 13: TIEMPO DE PREFERENCIA PARA LA INSTALACION

Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

El 46% de los encuestados desea que se instale el servicio en 24 horas y el 44% desea que se instale en 12 horas lo cual indica que los usuarios desean una pronta instalación una vez que han contratado el servicio, el 2% acepta esperar 72 horas para que le instalen el servicio de internet.

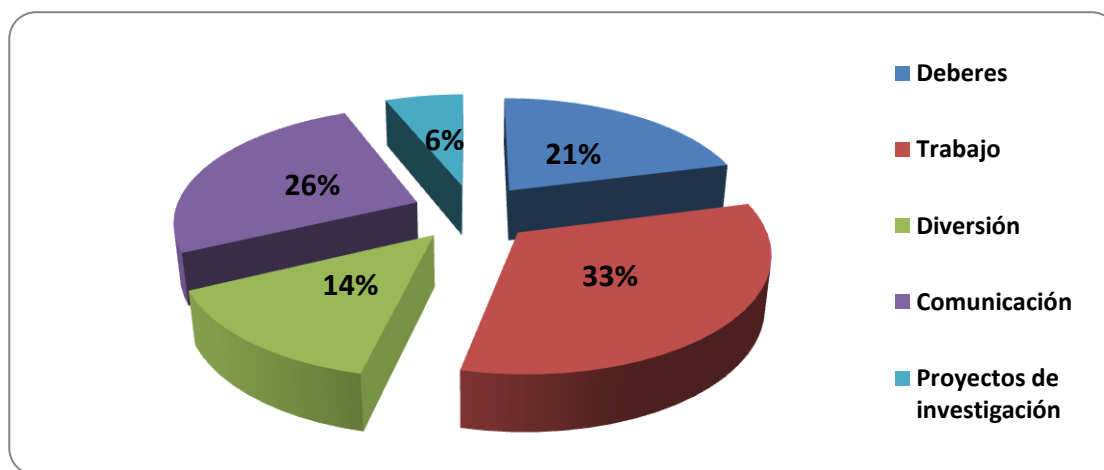
Pregunta 9. ¿Para qué usa el Internet?

Cuadro 13: USO DEL INTERNET

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deberes	85	21,0	21,0	21,0
	Trabajo	132	32,6	32,6	53,6
	Diversión	58	14,3	14,3	67,9
	Comunicación	105	25,9	25,9	93,8
	Proyectos de investigación	25	6,2	6,2	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 14: USO DEL INTERNET



Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

El uso que se da al internet el 33% lo utiliza para trabajar el 26% para comunicación y el 6% para realizar proyectos de investigación, es decir que la mayoría de los futuros clientes lo usarán para temas productivos el servicio.

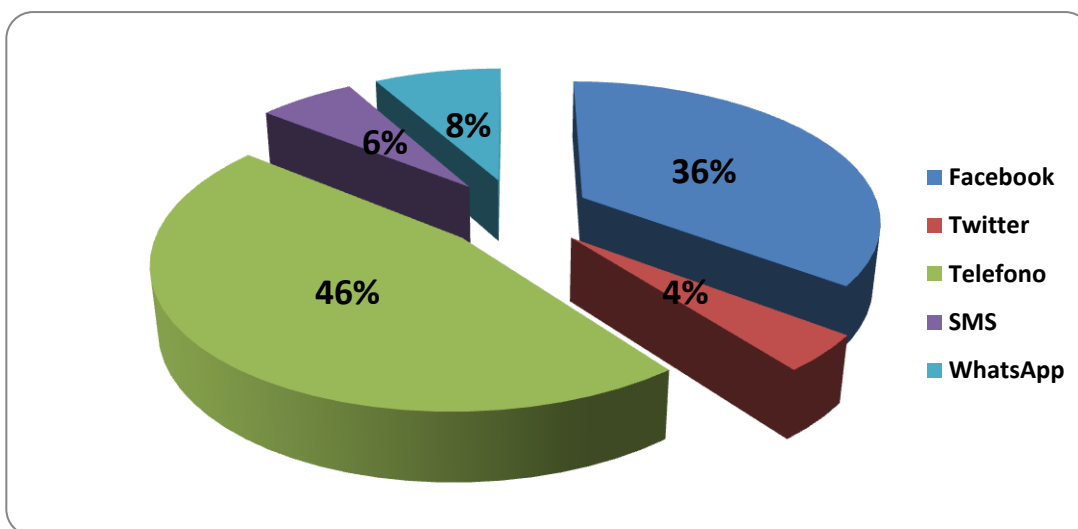
Pregunta 10. ¿Te gustaría que tu proveedor este en contacto con usted vía?

Cuadro 14: CONTACTO CON PROVEEDOR

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Facebook	143	35,3	35,3	35,3
	Twitter	17	4,2	4,2	39,5
	Teléfono	187	46,2	46,2	85,7
	SMS	25	6,2	6,2	91,9
	WhatsApp	33	8,1	8,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Gráfico 15 : CONTACTO CON PROVEEDOR



Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

El contacto entre clientes y proveedores desean que sea de forma tradicional al tener el 46% que desean comunicarse vía telefónica y el 36% por medio de la red social Facebook, el 4% desea comunicarse por la red social Twitter la cual aún no es muy utilizada por usuarios en estos sectores.

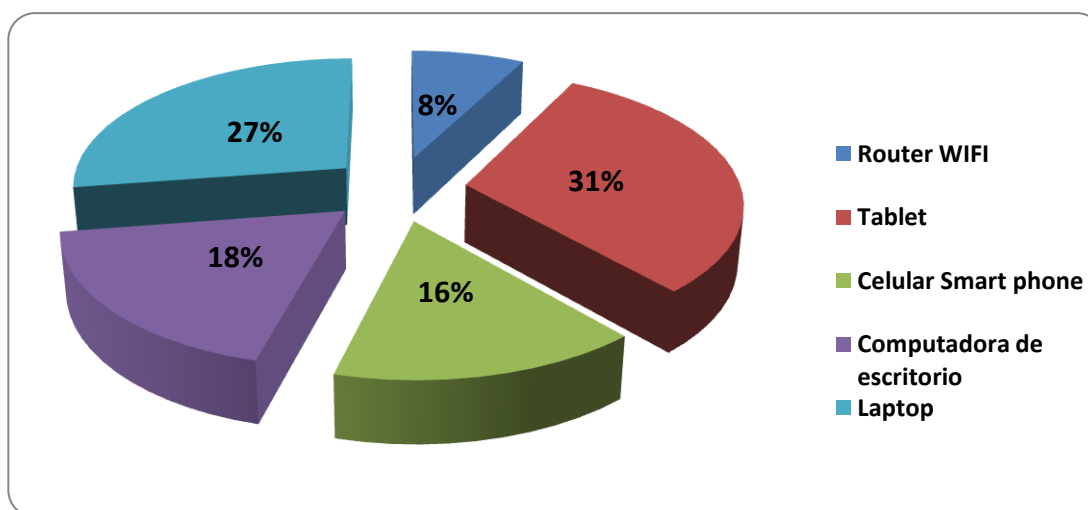
Pregunta 11. ¿Le gustaría recibir premios por ser un cliente puntual?

Cuadro 15: PREMIOS POR SER UN CLIENTE PUNTUAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Router WIFI	31	7,7	7,7	7,7
	Tablet	125	30,9	30,9	38,5
	Celular Smartphone	63	15,6	15,6	54,1
	Computadora de escritorio	75	18,5	18,5	72,6
	Laptop	111	27,4	27,4	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Elaborado por: Autor

Grafico 16 : PREMIOS POR SER UN CLIENTE PUNTUAL



Elaborado por: Autor

ANÁLISIS

Los premios a recibir por ser puntuales en los pagos el 31% desea ganarse una Tablet y el 27% desea una laptop mientras que el 8% desea un Router wifi.

4.14. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La hipótesis proyectada en la investigación, es el siguiente el plan de internet ilimitado con velocidad de 1024 kbps por el precio de \$15,00 satisface las expectativas de los clientes potenciales, y además permite cubrir los costos, recuperar la inversión realizada y obtener un rendimiento razonable de la inversión.

Mediante las encuestas realizadas se demostró que la hipótesis se cumple, existe un 57% de los encuestados que no poseen internet en sus hogares, esto es un porcentaje importante de tomar en cuenta al momento de ofertar el servicio, porque existe la demanda insatisfecha.

En conformidad del servicio de internet, se encontró que un 43% no están conformes con el servicio que reciben, proporción que amerita ser considerada por parte de la empresa.

Entre las causas de no tener internet en los hogares se descubrió que un 47% no tiene cobertura en sus sectores.

Al momento de decidirse a contratar el servicio de internet, un 46% de los encuestados consideran que el precio es importante, 33% escogen que la velocidad del servicio y 43% que están dispuestos a pagar 15 usd por el plan de internet residencial.

Analizando las encuestas y los porcentajes expuestos, se comprueba que la Hipótesis se cumple.

5. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

5.1.1. Especificaciones del producto.

- Servicio de Internet Ilimitado residenciales y PYMES
- Compartición de la señal 4:1
- Tecnología ADSL2+

5.1.2. Diagrama básico de flujo.

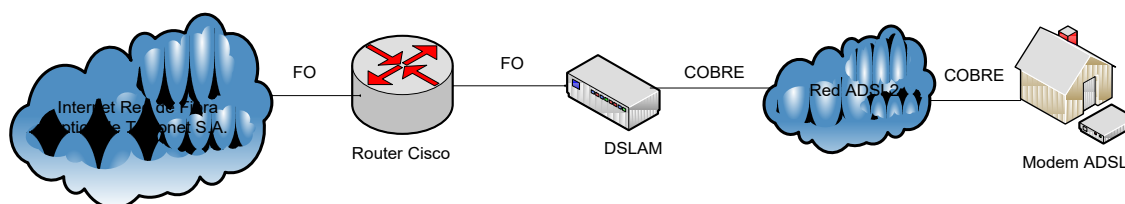


Figura 06 Red ADSL2+. Elaborado por: Autor

5.1.3. Cuadro de consumo unitario por familia de Productos.

Tabla 12 Consumo unitario por familia del servicio

	ITEM	UNIDAD
SERVICIO	Internet	kbps
		Mbps

Elaborado por: Autor

5.2. FACILIDADES

5.2.1. Ubicación geográfica exacta de la planta.

La agencia de Transtelco en la ciudad de Quevedo, está ubicada en la calle 3ra entre Bolívar y Malecón, Edificio Loor-Jacho, 2do piso oficina 202.

Y los sectores donde se van a implementar las redes para proveer internet son:

1.- Parroquia Venus del Río Quevedo, Cooperativa de vivienda 20 de Febrero

2.-Parroquia Venus del Río Quevedo, sector Gritos de Libertad

3.- Parroquia Nicolás Infante Díaz, sector Playa Grande

4.- Parroquia 24 de Mayo, sector Santa Rosa

5.- Parroquia Viva Alfaro, sector Desquite

6.- Parroquia Guayacán, Cooperativa de vivienda 17 de Marzo

7.- Parroquia 7 de Octubre, sector La Salud

8.- Parroquia San Camilo, sector Puente Sur

9.- Parroquia San Camilo, sector Los Chapulos

10.- Parroquia San Cristóbal, sector El Pantano.

5.2.2. Facilidades de servicios (agua, energía, teléfono, alcantarillado, manejo de desperdicios).

La oficina cuenta con todo lo necesario para poder operar, y en los sectores que se van a implementar las nuevas redes existe postería y redes de suministro eléctrico.

5.2.3. Posición relativa a proveedores y clientes.

La comunicación con proveedores y clientes, es viable gracias a que se posee el acceso inmediato a la tecnología.

5.3. SISTEMAS DE CONTROL

5.3.1. Propiedades básicas del producto.

Transtelco S.A. es una compañía legalmente establecida en el Ecuador, cuya razón social es la de proveer servicios de valor agregado sobre redes de telecomunicaciones.

Sus canales de distribución se la realiza mediante la figura de agenciados.

5.3.2. Puntos de inspección de calidad. Reportes de los procesos que haga el sistema, entradas salidas.

- Sistemas de monitoreo de la red de Transtelco para verificar que los equipos DSLAMs estén operando correctamente.
- Reportes en el sistema Telcos el cual registra problema de los clientes y seguimiento en la solución de los mismos.
- Sistema de inventario que valide los equipos instalados en los clientes y equipos en stock.

6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1. GRUPO EMPRESARIAL

- Miembros de la Agencia Transtelco en la ciudad de Quevedo.
Quienes conforman la agencia son 5 personas

Tabla 13 Miembros de la Agencia

N°	NOMBRE
1	Franklin Nazir Montes Zavala
2	Priscila Vivianna Mogrovejo Cabrera
3	Mercy Nury Jara Pinto
4	Javier Emigdio Coello Serrano
5	Andrés de Jesús Loor Zambrano

Elaborado por: Autor

- Experiencias y habilidades de cada uno, que son útiles para la empresa.

Tabla 14 Experiencia y Habilidades de los miembros de la Agencia

N°	NOMBRE	APORTE A LA EMPRESA	FORMACION
1	Franklin Montes Zavala	10 años como administrador	Ing. en Electrónica y Telecomunicaciones
2	Priscila Mogrovejo Cabrera	5 años en ventas	Ing. en Gestión Empresarial
3	Nury Jara Pinto	3 años servicios administrativos	Estudiante Ing. Gestión Empresarial
4	Javier Coello Serrano	10 años de experiencia técnica	Bachiller Técnico
5	Andrés Loor Zambrano	4 años de experiencia técnica	Bachiller Técnico

Elaborado por: Autor

- **Nivel de participación en la gestión.**

El Agenciado Ing. Franklin Montes Zavala, es el Gerente Quevedo, es la persona responsable del control administrativo, técnico y financiero de la agencia en la ciudad de Quevedo, siendo quien reporta ante la Gerencia de la empresa Transtelco S.A.

Los demás colaboradores están a cargo del área de ventas, atención al cliente y servicio técnico, se realiza un trabajo en equipo con el fin de cubrir con las necesidades del cliente interno y externo.

- **Nivel de participación en la junta directiva.**

La junta directiva la maneja directamente la Matriz, son quienes toman las decisiones y crean las políticas con las que van a trabajar las distintas agencias.

- **Condiciones salariales.**

Los salarios de los miembros de la agencia, son de acuerdo a lo que indica el contrato individual de trabajo, con sus respectivos beneficios de ley.

- **Política de distribución de utilidades.**

Por ser un modelo de agenciados las políticas de utilidades las maneja la matriz.

6.2. PERSONAL EJECUTIVO

6.2.1. Personas que ocuparán los cargos básicos.

Tabla 15 Personas y Cargos

N°	NOMBRE	CARGO
1	Franklin Montes Zavala	Gerente Quevedo
2	Priscila Mogrovejo Cabrera	Ventas
3	Nury Jara Pinto	Secretaria
4	Javier Coello Serrano	Técnico
5	Andrés Loor Zambrano	Técnico

Elaborado por: Autor

6.2.2. Políticas de administración de personal: tipo de contratos, política salarial, prestaciones, bonificaciones, honorarios, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social, etcétera.

Las políticas de la administración de personal, están basadas en lo que por ley está establecido como derechos y obligaciones del trabajador.

6.3. ORGANIZACIÓN

6.3.1. Estructura básica (Organigrama)

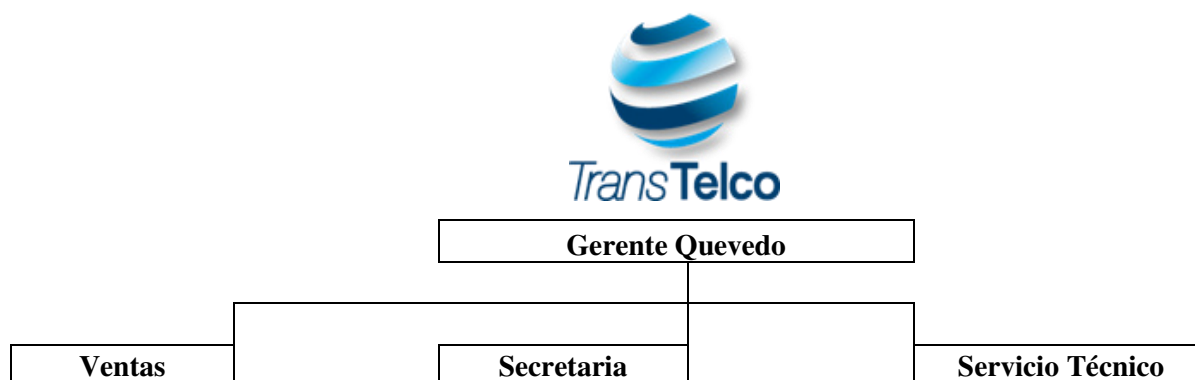


Figura 07 Organigrama. Elaborado por: Autor

- **Líneas de autoridad**

El Gerente de la Agencia en la ciudad de Quevedo, hace conocer las políticas generales de la empresa que están dadas desde la Matriz, así como también es el encargado de que se cumplan.

Existe comunicación y respeto entre Gerencia y colaboradores, dando importancia a todo lo que cada uno puede aportar para beneficio de la Empresa y Agencia, todos con un mismo fin, satisfacer las necesidades del cliente y cumplir con las expectativas planteadas de la empresa.

- **Mecanismos de dirección y control.**

Los mecanismos que se utilizan para la dirección y control del personal, se registra la llegada y salida de los colaboradores, el día anterior se realiza una agenda de actividades, donde tanto el personal administrativo como técnico deben cumplir y monitorear.

El monitoreo en la oficina se realiza por cámaras; al personal técnico se lo realiza mediante dispositivo GPS en el carro de planta externa, de igual manera se hace seguimiento al cumplimiento de lo planificado mediante llamadas telefónicas al cliente y técnicos de la agencia.

Se realizan reuniones de planificación una vez cada semana entre Gerencia y colaboradores para ir analizando el rendimiento de la agencia en la ciudad de Quevedo y buscar soluciones o alternativas entre todos si se diera el caso.

- **Estilo de dirección.**

La dirección está dada por el modelo de Agenciado, las políticas están dadas por la Matriz.

6.3.2. Empleados

- **Necesidades cualitativas y cuantitativas.**

Los salarios son cancelados puntualmente y se lo realiza por quincena, el 50% a los 15 días y 50% a fin de mes, esto es el último día laboral, menos la aportación del IESS.

Los permisos laborales se solicitan con un día de anticipación, si se presenta una emergencia de salud, deben comunicar y justificar con el debido certificado del centro de salud que lo asistió.

- **Mecanismos de selección, contratación y desarrollo.**

Si se da el caso de que se debe contratar personal, la decisión la toma el Gerente de Agencia, contratando a quien cumpla con el perfil necesario para el cargo.

- **Programas de capacitación.**

La capacitación es constante, tanto al personal administrativo como al técnico.

- **Políticas de administración de personal.**

Tipo de contrato, aportaciones al IESS, políticas acorde a la ley, bonificaciones.

- **Sueldo de los colaboradores.**

El salario consta en el respectivo contrato de trabajo, el cual está acorde a lo que el código de trabajo estipula, los colaboradores son afiliados al Seguro Social y todos los beneficios por ley, como décimos tercero y cuarto, vacaciones, etc.

Tabla 16 Salarios de los empleados de la Agencia Transtelco

N°	NOMBRE	CARGO	SALARIO
1	Franklin Montes Zavala	Gerente General	600
2	Priscila Mogrovejo Cabrera	Ventas	400
3	Nury Jara Pinto	Secretaria	318
4	Javier Coello Serrano	Técnico	318
5	Andrés Loor Zambrano	Técnico	318

Elaborado por: Autor

6.4. ORGANIZACIONES DE APOYO

- Lo facturado por la Agencia Transtelco Quevedo va a una cuenta en el Banco de Pichincha, cuenta que maneja la Matriz.
- Localmente el Gerente General está a cargo de supervisar junto con el personal administrativo, que los clientes cumplan con sus respectivos pagos.
- La recuperación de cartera es constante y la realiza el personal administrativo, con seguimiento del Gerente.
- La Agencia gana un valor de participación del 15% de lo facturado en el mes y comisiones de ventas por cada nuevo plan vendido cuyo valor es de \$5.
- El valor que recibe por instalación de cada cliente es de \$20.
- El valor de reparación de clientes es de \$20.

7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

7.1. ASPECTOS LEGALES

7.1.1. Tipo de Sociedad

Transtelco S. A. es una empresa de capitales privados es una Sociedad Anónima y maneja su distribución de servicios en diferentes ciudades del país en el modelo del Agenciados quienes son los Distribuidores Autorizados.

7.1.2. Procedimientos para la conformación de la sociedad.

La empresa Transtelco S. A. ya se encuentra debidamente conformada tiene sus inicios en el año 2004 en la ciudad de Guayaquil.

7.1.3. Implicaciones tributarias, comerciales y labores asociadas al tipo de sociedad.

La empresa Transtelco lleva la contabilidad centralizada en su matriz en Quito, la agencia solo hace retenciones recibe documentos los cuales son enviados al departamento contable, es el departamento contable el encargado de presentar los estados financieros ante los organismos de control:

- Entregar los Balances Financieros ante la Superintendencia de Compañías y al servicio de rentas internas una vez al año, previo al cierre fiscal el 31 de Diciembre.
- Presentar declaraciones de IVA y Retenciones en la Fuente debidamente legalizadas firmadas por su representante legal y contador.

7.1.4. Normas y procedimientos sobre la comercialización de sus productos.

Dentro del Régimen de Servicio de Telecomunicaciones, el internet es considerado como un Servicio de Valor Agregado (SVA); por esta razón, en el Ecuador, es regulado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), y ejecutado por la Secretaria de Telecomunicaciones (SENATEL). El organismo independiente para el control de estas normas que rigen el servicio de internet es la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTEL).

Recientemente, el CONATEL aprobó una norma de calidad para el SVA donde se declara la libre competencia en la provisión del servicio de telecomunicaciones e internet, esta norma exige a los proveedores de internet que incluyan en su sitio web las estadísticas de calidad y un software para medir el ancho de banda con el propósito de transparentar el servicio proporcionado.

La empresa Transtelco provee servicios de internet y las aplicaciones disponibles en la red global, conforme al permiso otorgado por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones con Fecha 15 de Diciembre del 2004, mediante Resolución de CONATEL No. 682-24-CONATEL-2004.

7.1.5. Leyes especiales a su actividad económica.

- Los contratos se suscribirán ante el Ministerio Laboral de Trabajo respetando el Código de Trabajo última revisión 26 de Septiembre del 2012 el cual está vigente en el 2013, (numeral 31, Art. 42). La remuneración salarial para los técnicos y secretaria es de \$ 318.00 más lo beneficios de ley.
- Se afiliará a los empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, descontando el 9.35% de su sueldo cada mes y el empleador aportará el 11.15%, siendo el total de 20.50% de aportación, evitando incurrir en multas ante el IESS (Art. 87 y 245 de la Ley de Seguridad Social).
- Lo empleados podrán hacer uso de los servicios otorgados por el IESS: atención médica, préstamos tal como indica el Art. 4 de la Ley de Seguridad Social.

7.2. ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA

7.2.1. Dificultades legales o de reglamentación urbana para el funcionamiento del negocio.

En la ciudad de Quevedo el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Quevedo crea la Ordenanza que Reglamenta la Determinación, Control y Recaudación del Impuesto de Patentes Municipales, de conformidad con lo que establece el Art. 322 del

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, aprobado el 22 de agosto del 2012.

7.2.2. Trámites y permisos ante los organismos de gobierno.

Para los trámites de la empresa Transtelco se va a entregar documentación de nuestro representante legal de la empresa.

- Nombramiento del Representante Legal de la Empresa
- Registro Único de Contribuyente.
- Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de Permiso de Operación por parte del Estado.
- Pago de Patentes y Tasas Municipales.
- Permiso de funcionamiento por parte del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Quevedo.

8. ASPECTOS AMBIENTALES

La empresa Transtelco S.A. específicamente la agencia en la ciudad de Quevedo, es muy consciente del impacto que puede ocasionar en el medio ambiente, así como también tiene muy presente que debe manejarse y operar con responsabilidad social.

Transtelco, al momento de crear sus nuevas redes, analiza todos los aspectos entre ellos el ambiental, es así que optimiza sus recursos, creando dentro y fuera de la empresa la cultura de no dejar restos en los lugares y sectores donde se trabaja, cuidando así el medio ambiente.

Los equipos instalados en las repetidoras y en los domicilios no emiten radiación electromagnética que afecte a los usuarios y población, los equipos electrónicos: módems y Dslams retirados en mal estado son reciclados y enviados a nuestra oficina matriz para evitar contaminar el medioambiente.

Se reutiliza parte de los equipos en buen estado para ser usados en equipos que estén en mal estado por ejemplo antenas de módems wifi, carcasa de estos equipos.

9. ANÁLISIS SOCIAL

Transtelco se preocupa de que la niñez y juventud de instituciones fiscales avancen a la par de la tecnología, es por ello que han instalado de manera gratuita e indefinida el servicio de internet en la Escuela José Isaac Montes en el mes de Octubre del año 2010, enlace de Internet 1024kbps compartición 2:1 y su empresa aliada Telconet ha provisto de internet a la Escuela Manuel de Jesús Calle en Diciembre del 2008 y al Colegio Nicolás Infante Díaz en Junio del 2010 enlaces de fibra óptica con velocidad de 1024 kbps clear channel.

La empresa Transtelco cumple con sus clientes y la ciudadanía al brindar tecnología de punta, servicio de calidad, respuesta y soporte oportuno al menor tiempo del mercado, sin descuidar la responsabilidad social, es por esto que ofrece planes, velocidades y precios acorde a la necesidad de los sectores y personas.

Este es el motivo del presente plan de negocios, crear redes para ofrecer el servicio de internet a sectores donde otros no llegan, con precios accesibles a la economía del mercado objetivo.

10. ANÁLISIS ECONÓMICO

10.1. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Tabla 17 Inversión

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Actual
Escalera	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Equipos de Seguridad*	6	\$ 100,00	\$ 600,00
Herramientas básicas (destornilladores, playos, ponchadora)	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Destornilladores	4	\$ 10,00	
Playos			
Ponchadora			
Llave Eriband	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Herrajes	450	\$ 4,50	\$ 2.025,00
Cable Multipar 30 pares	6000	\$ 2,50	\$ 15.000,00
Cable Multipar 10 pares	12000	\$ 1,48	\$ 17.760,00
Cajas	90	\$ 25,00	\$ 2.250,00
Mangas	30	\$ 35,00	\$ 1.050,00
Caja metálica	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Dslam	20	\$ 400,00	\$ 8.000,00
Módems ADSL	960	\$ 20,00	\$ 19.200,00
UPS	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Materiales eléctricos en el pop	10	\$ 80,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 70.005,00

Elaborado por: Autor

10.2. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 18 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Mano de Obra	Cantidad	Conversión	Valor	Subtotal
Tendido de Cable 30 pares	6000	metros	\$ 0,45	\$ 2.700,00
Tendido de cable de 10 pares	12000	metros	\$ 0,30	\$ 3.600,00
Instalación de cajas distribución	90		\$ 15,00	\$ 1.350,00
Armar Mangas	30		\$ 20,00	\$ 600,00
Instalación de cajas metálicas	10		\$ 10,00	\$ 100,00
Instalaciones eléctricas	10		\$ 30,00	\$ 300,00
Empalme 25 pares regleta Dslam	10		\$ 15,00	\$ 150,00
Transporte	20	días	\$ 30,00	\$ 600,00
Alimentación	120		\$ 3,00	\$ 360,00
				\$ 9.760,00

Elaborado por: Autor

10.2.1. Presupuesto de Ingresos

Tabla 19 Ingresos

	Número de clientes	Valor Unitario	Facturación
Mes 1	100	15	\$ 1.500,00
Mes 2	150	15	\$ 2.250,00
Mes 3	200	15	\$ 3.000,00
Mes 4	250	15	\$ 3.750,00
Mes 5	300	15	\$ 4.500,00
Mes 6	350	15	\$ 5.250,00
Mes 7	400	15	\$ 6.000,00
Mes 8	450	15	\$ 6.750,00
Mes 9	500	15	\$ 7.500,00
Mes 10	550	15	\$ 8.250,00
Mes 11	600	15	\$ 9.000,00
Mes 12	650	15	\$ 9.750,00
Primer Año	4500		\$ 67.500,00

Elaborado por: Autor

10.2.2. Presupuesto de Personal

Para la implementación y mantenimiento de las redes se tendrá un técnico.

Tabla 20 Presupuesto de personal

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
TECNICO	\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22
SMV	\$ 318,00	\$ 349,80	\$ 384,78	\$ 423,26
IESS 11.15%	\$ 35,46	\$ 39,00	\$ 42,90	\$ 47,19
FONDOS RESERVA	\$ 0,00	\$ 29,15	\$ 32,07	\$ 35,27
12 MESES SUELDO	\$ 3.816,00	\$ 4.197,60	\$ 4.617,36	\$ 5.079,12
DÉCIMO CUARTO	\$ 0,00	\$ 349,80	\$ 384,78	\$ 423,26
DÉCIMO TERCERO	\$ 318,00	\$ 349,80	\$ 384,78	\$ 423,26
IESS 11,15% X12	\$ 425,48	\$ 468,03	\$ 514,84	\$ 566,32
FONDOS DE RESERVA	\$ 0,00	\$ 349,80	\$ 384,78	\$ 423,26
	\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22

Elaborado por: Autor

11. ANÁLISIS FINANCIERO

11.1. FLUJO DE CAJA

Tabla 21 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
INGRESOS					
Ventas		\$ 67.500,00	\$ 77.625,00	\$ 89.268,75	\$ 98.195,63
EGRESOS					
Internet		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Técnico		\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22
Energía		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos administrativos		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Publicidad		\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Mantenimiento de red		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Movilización		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL EGRESOS		\$ 31.659,48	\$ 32.815,03	\$ 33.386,54	\$ 34.015,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 35.840,52	\$ 44.809,97	\$ 55.882,21	\$ 64.180,41
Pago Participación Trabajadores 15%		\$ 5.376,08	\$ 6.721,50	\$ 8.382,33	\$ 9.627,06
Utilidad luego pago de Particip Trabajadores		\$ 30.464,44	\$ 38.088,47	\$ 47.499,88	\$ 54.553,34
Pago de Impuesto a la Renta 22%		\$ 6.702,18	\$ 8.379,46	\$ 10.449,97	\$ 12.001,74
EFFECTIVO NETO		\$ 23.762,26	\$ 29.709,01	\$ 37.049,91	\$ 42.551,61
Depreciación		\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25
Valor Residual					\$ 18.730,00
FLUJOS NETOS EN EFECTIVO		\$ 41.263,51	\$ 47.210,26	\$ 54.551,16	\$ 78.782,86
Inversiones					
Inversión Materiales	\$ 70.005,00				
Inversión Mano de Obra	\$ 9.760,00				
	-\$ 79.765,00	\$ 41.263,51	\$ 47.210,26	\$ 54.551,16	\$ 78.782,86
Interés	15%				
TIR	50%	\$ 41.263,51	\$ 86.073,48	\$ 141.955,69	\$ 206.136,10
	\$ 152.491,68				
	\$ 72.726,68				

Elaborado por: Autor

El plan de negocios es factible, porque el valor actual neto es mayor al desembolso inicial, con respecto a la TIR, el interés de referencia es de 15% en el análisis se ve que la tasa interna de retorno es de 50%, siendo muy favorable para la implementación de las redes de internet en los sectores escogidos.

12. ANÁLISIS DE RIESGOS INTANGIBLES

12.1. RIESGOS DE MERCADO

Los riesgos en el mercado siempre van a existir, el éxito está en poner a favor de la empresa los cambios que pueden presentarse, entre esos riesgos esta que la competencia invierta en los sectores escogidos por Transtelco, lo cual no es malo porque la competencia exige ser mejores, y estar preparados para afrontarlos.

12.2. RIESGOS TÉCNICOS

El riesgo técnico que se puede presentar, es falla eléctrica, daño o robo de equipos como son los Dslams, Router de repetidoras, txceivers, falla de servidor LVS, así mismo donde los clientes módems quemados por variación de voltaje.

Otro de los riesgos es el choque de postes o cambio de los mismos, lo que impedirá dar el servicio a los clientes de la agencia.

12.3. RIESGOS ECONÓMICOS

El precio que se oferta en los sectores estudiados es un precio con sentido social, comparado con la competencia es el más bajo del mercado, a medida que se avanza y con el adelanto de la tecnología el precio del internet tiende a bajar, lo que permite que los precios de los planes bajen de igual manera.

Como riesgo económico se podría plantear la perdida de trabajo, lo que impediría a los clientes cumplir con sus pagos mensuales y hasta cancelar el servicio.

12.4. RIESGOS FINANCIEROS

Desde el punto de vista financiero, el riesgo es bajo, porque de acuerdo a los análisis VAN y TIR se llega a la conclusión de que el proyecto tiene un valor actual neto de **\$ 72.726,68** Y la tasa interna de retorno el de **50%** mucho mayor a la referencial del **15%** lo cual representa que el proyecto es exitoso.

13. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

La empresa Transtelco en la ciudad de Quevedo mediante el análisis del presente proyecto, muestra que la implementación de sus redes de internet en los sectores planteados es factible.

El equipo técnico está capacitado para cumplir con la creación de redes y mantenimiento de las mismas, la tecnología va acorde a los adelantos y necesidades del mercado, posee capital propio, existe el apoyo económico por parte de la empresa.

La VAN (valor actual neto) es mayor al desembolso inicial, con respecto a la TIR, el interés de referencia es de 15% en el análisis se ve que la tasa interna de retorno es de 50%.

En el Flujo de Caja, se observa que la agencia empieza a ganar a partir del segundo año de una manera moderada, siendo en el tercer año donde se evidencia un incremento mayor.

Con respecto al estudio de mercado el plan de internet ilimitado con velocidad de 1024 kbps por el precio de \$15,00 satisface las expectativas del mercado objetivo, y además permite cubrir los costos, recuperar la inversión realizada y obtener un rendimiento razonable de la inversión.

14. CRONOGRAMA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

Transtelco, habiendo inspeccionado los sectores escogidos para la implementación de las redes y demostrado la existencia de la demanda del servicio que ofrece, como también la factibilidad del proyecto, procede a planificar la creación de las redes.

El inicio será para el mes de Noviembre del 2013 y finalizará en Diciembre del mismo año, la creación de cada red se la realizará en dos días, para las 10 redes se necesitaran 20 días para cumplir con lo proyectado.

15.CONCLUSIONES

El presente proyecto fue basado en proveer servicios en sectores marginales de la ciudad de Quevedo y se ve que si es factible poderlo realizar en vista que tenemos un 50% de TIR y un VAN de \$ 72.726,68

En el Flujo de Caja Proyectado se observa que existe ganancia a partir del año 3.

Transtelco S. A. es una empresa la cual tiene una gran fortaleza al ser parte del Grupo Telconet y contar con la red de fibra óptica más grande del país lo cual le permite una buena calidad de servicio, equipamiento y soporte técnico.

El poder llegar con internet a estos sectores va a mejorar su calidad de vida en vista que van a estar comunicados de mejor forma y podrán tener mejores oportunidades para estudiar, trabajar e investigar.

En los sectores que se desea proveer internet, el 57.3% no cuenta con el servicio, porcentaje reflejado en la investigación de mercado, lo cual representa una alta demanda para contratar.

De las personas entrevistadas los que no tienen servicio de internet el 46.55% dijo no tener por no existir cobertura en su sector.

De las personas encuestadas el 42.93% están dispuestas a pagar \$15.00 por el servicio.

16. RECOMENDACIONES

16.1. Se recomienda implementar estas 10 nuevas redes en los sectores fijados inicialmente por existir una gran demanda del servicio de internet.

16.2. Es importante hacer conocer más a la empresa Transtelco en estos nuevos sectores y se deberían hacer campañas puerta a puerta, volanteo, dialogar con los moradores.

16.3. Transtelco deberá garantizar a sus usuarios tiempos de respuesta en menor tiempo para solucionar problemas técnicos en la red cuando estos se presenten, colocar respaldos eléctricos a sus repetidoras.

16.4. Se deberá informar a los usuarios de las nuevas tecnologías existentes, presentar cursos gratuitos del manejo de estas herramientas a los nuevos usuarios de estos sectores.

16.5 La empresa debe tener claro que los nuevos clientes son la base fundamental de su negocio a quienes deberán brindarle un servicio personalizado, atender a sus reclamos.

17. ANEXOS /APÉNDICES

A. Documentos Técnicos

Patentes

B. Fuentes Secundarias de Investigación

Bibliografía:

Baca Urbina, Gabriel. 2006. Evaluación de Proyectos, (5ª ed.).s.l.: McGraw Hill.

Hamilton Wilson, Martín. 2005. Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. (1ª ed.). Colombia: Convenio Andrés Bello.

Marcial Córdoba Padilla, 2006, Formulación y evaluación de proyectos, (1ª ed.).Bogotá:ECOEDICIONES.

Miranda, Juan José. 2005. Gestión de Proyectos. (5ª ed.).Bogotá: MM Editores.

Munguía Ulloa, Lipcia y Protti Quesada, María Auxiliadora. 2004. Investigación de Operaciones. (1ª ed.). Costa Rica:EUNED.

Sapag, Nassir. Sapag, Reinaldo. 2007. Preparación y Evaluación de Proyectos. (5ª ed). Bogotá: McGraw Hill.

Varela, R. (2008). Innovación Empresarial: El arte y la Ciencia de la Creación de Empresas. (Tercera Edición).Colombia: Pearson Educación.

Varela, R. (1988). Plan de Negocios para una nueva Empresa. Colombia: II Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial.

Kotler, Philip y Keller, Kevin (2006). Dirección de Marketing. (Duodécima Edición). México: Pearson Educación.

Case, Karl y Fair, Ray (2008). Principios de Microeconomía. (Octava Edición). México: Pearson Educación.

Malhotra, Naresh (2008). Investigación de Mercados (Quinta Edición). México: Pearson Educación.

Robbins, Stephen y Coulter, Mary (2010). Administración (Décima Edición).México: Pearson Educación.

<http://www.tp-link.com/en/products/details/?categoryid=219&model=TD-W8951NB#spec>

http://www.visionnetusa.com/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=74&lang=en

http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_remository&Itemid=128&func=startdown&id=29&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=450&width=800'%20rel=slbox

<http://www.inec.gob.ec>

<http://www.trans-telco.com>

<http://www.telconet.net>

<http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/>

http://www.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/3972/plan_de_negocio_para_una_nueva_empresa.pdf

C. Entrevista

Datos del Cliente:

Nombres y Apellidos: STALIN DANIEL CARREÑO SANDOYA

Cédula:1204077398

Ciudad: QUEVEDO

Dirección: AV. QUITO KM 1 ½ VIA SANTO DOMINGO

PREGUNTAS:

1. ¿Posee Internet en su casa?

☒ Si ☐ No

Personas que respondieron Sí

a) Cual de las siguientes razones podrían ser fuentes de
inconformidad para Usted en su actual servicio?

☐ Servicio Inestable o Intermitente

☐ Soporte Técnico deficiente

☐ Lentitud en el Servicio

☐ Alto costo del Servicio

☒ Otros: Mejores promociones con los clientes antiguos.

Personas que respondieron No

b) Específicamente cual de las siguientes
razones cree Usted que son la causa de que
no posea un servicio de Internet?

☐ Tuvo el servicio, pero era deficiente.

☐ Falta de cobertura en mi ubicación.

☐ Alto costo del Servicio.

☐ Falta de experiencia o conocimiento en
computadoras e Internet.

☐ Otros:

2.- ¿En qué lugar usted se conecta a internet?

1.- Casa

2.- Celular

3.- Cyber

4.- Centro de Estudio: Colegio, Universidad

5.- Trabajo

3. ¿Qué empresa de internet usted conoce? numere de 1 al 5 , el 1 es mas importante

5 Movistar 3 Claro 1 CNT 2 Transtelco 4 Puntonet

4.- ¿Con qué frecuencia usa el internet? enumere del 1 al 5, el 1 es mas importante.

1.- _ Una vez al día

2.- 1 Más de una vez por día

3.- _ Una vez a la semana

4.- _ Varias veces a la semana

5.- _ Una vez al mes

5.- Al momento de contratar el servicio de internet ¿qué es lo que a Ud. más le interesa?

1.- Costo

2.- Ancho de Banda (velocidad)

3.- Empresa

4.- Tecnología

5.- Forma de Pago

6.- ¿Qué velocidad desearía contratar?

1.- 1024 kbps 2.- 1536kbps 3.- 2048 kbps 4.- 3072 kbps 5.-4096 kbps

7.- ¿Cuánto desearía pagar usted por el servicio de internet?

1.- 15usd 2.- 20usd 3.- 25 usd 4.- 30usd 5.- 35usd

8.- ¿En qué tiempo (horas) desea que le instalen el servicio?

- 1.- 12H **2.- 24H** 3.- 36H 4.- 48H 5.- 72H

9.- ¿Para que usa el internet?

1.- **Deberes**

2.- Trabajo

3.- Diversión

4.- Comunicación

5.- Proyectos de investigación

10.- Le gustaría que su proveedor esté en contacto con usted vía :

1.- **Facebook**

2.- Twitter

3.- **Teléfono**

4.- SMS

5.- **WhatsApp**

11.- Le gustaría recibir premios por ser un cliente puntual :

1.- Router WIFI

2.- Tablet

3.- **Celular smart phone**

4.- Computadora de escritorio

5.- Laptop

D. Otros documentos de respaldo

Contratos del servicio para respaldo de los clientes y empresa.

D.1 Investigación Exploratoria de Mercado (Encuestas)

A. Instrucciones para el encuestador:

B. Término de la encuesta

Datos del Cliente:

Nombres y Apellidos:

Cédula :

Ciudad:

Dirección:

PREGUNTAS:

1. ¿Posee Internet en su casa?

☐ Sí ☐ No

Personas que respondieron Sí

a) Cual de las siguientes razones podrían ser fuentes de inconformidad para Usted en su actual servicio?

☐ Servicio Inestable o Intermitente

☐ Soporte Técnico deficiente

☐ Lentitud en el Servicio

☐ Alto costo del Servicio

☐ Otros:

Personas que respondieron No

b) Específicamente cual de las siguientes razones cree Usted que son la causa de que no posea un servicio de Internet?

☐ Tuvo el servicio, pero era deficiente.

☐ Falta de cobertura en mi ubicación.

☐ Alto costo del Servicio.

☐ Falta de experiencia o conocimiento en computadoras e Internet.

☐ Otros:

2.- ¿En qué lugar usted se conecta a internet.

- 1.- Casa
- 2.- Celular
- 3.- Cyber
- 4.- Centro de Estudio: Colegio, Universidad
- 5.- Trabajo

3. ¿Qué empresa de internet usted conoce? numere de 1 al 5 , el 1 es más importante.

_Movistar _Claro _CNT _Transtelco _Puntonet

4.- ¿Con qué frecuencia usa el internet? enumere del 1 al 5, el 1 es más importante.

- 1.- _Una vez al día
- 2.- _ Más de una vez por día
- 3.- _Una vez a la semana
- 4.- _ Varias veces a la semana
- 5.- _ Una vez al mes

5.- Al momento de contratar el servicio de internet ¿qué es lo que a Ud. más le interesa?

- 1.- Costo
- 2.- Ancho de Banda (velocidad)
- 3.- Empresa
- 4.- Tecnología
- 5.- Forma de Pago

6.- ¿Qué velocidad desearía contratar?

1.- 1024 kbps 2.- 1536kbps 3.- 2048 kbps 4.- 3072 kbps 5.-4096 kbps

7.- ¿Cuánto desearía pagar usted por el servicio de internet?

1.- 15usd 2.- 20usd 3.- 25usd4.- 30usd5.- 35usd

8.- ¿En qué tiempo (horas) desea que le instalen el servicio?

1.- 12H 2.- 24H 3.- 36H 4.- 48H 5.- 72H

9.-¿ Para qué usa el internet ?

- 1.- Deberes
- 2.- Trabajo
- 3.- Diversión
- 4.- Comunicación
- 5.- Proyectos de investigación

10.- Le gustaría que su proveedor esté en contacto con usted vía :

- 1.- Facebook
- 2.- Twitter
- 3.- Teléfono
- 4.- SMS
- 5.- WhatsApp

11.- Le gustaría recibir premios por ser un cliente puntual :

- 1.- Router WIFI
- 2.- Tablet
- 3.- Celular Smartphone
- 4.- Computadora de escritorio
- 5.- Laptop

D.2 Investigación de factibilidad técnica

Técnicamente la agencia Transtelco se encuentra capacitada para cumplir con la implementación de las redes, dar mantenimiento constante de las mismas , así como también el soporte oportuno y debido seguimiento de que se cumpla con lo que la empresa oferta a sus clientes.

D.3 Estados financieros

FLUJO DE CAJA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
INGRESOS					
Ventas		\$ 67.500,00	\$ 77.625,00	\$ 89.268,75	\$ 98.195,63
EGRESOS					
Internet		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Técnico		\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22
Energía		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos administrativos		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Publicidad		\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Mantenimiento de red		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Movilización		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL EGRESOS		\$ 31.659,48	\$ 32.815,03	\$ 33.386,54	\$ 34.015,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 35.840,52	\$ 44.809,97	\$ 55.882,21	\$ 64.180,41
Pago Participación Trabajadores 15%		\$ 5.376,08	\$ 6.721,50	\$ 8.382,33	\$ 9.627,06
Utilidad luego pago de Particip Trabajadores		\$ 30.464,44	\$ 38.088,47	\$ 47.499,88	\$ 54.553,34
Pago de Impuesto a la Renta 22%		\$ 6.702,18	\$ 8.379,46	\$ 10.449,97	\$ 12.001,74
EFFECTIVO NETO		\$ 23.762,26	\$ 29.709,01	\$ 37.049,91	\$ 42.551,61
Depreciación		\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25
Valor Residual					\$ 18.730,00
FLUJOS NETOS EN EFECTIVO		\$ 41.263,51	\$ 47.210,26	\$ 54.551,16	\$ 78.782,86
Inversiones					
Inversión Materiales	\$ 70.005,00				
Inversión Mano de Obra	\$ 9.760,00				
	-\$79.765,00	\$ 41.263,51	\$ 47.210,26	\$ 54.551,16	\$ 78.782,86
Interés	15%				
TIR	50%	\$ 41.263,51	\$ 86.073,48	\$ 141.955,69	\$ 206.136,10
	\$152.491,68				
VAN	\$ 72.726,68				

FLUJO DE CAJA PESIMISTA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
INGRESOS					
Ventas		\$ 38.700,00	\$ 44.505,00	\$ 51.180,75	\$ 56.298,83
EGRESOS					
Internet		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Técnico		\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22
Energía		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos administrativos		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Publicidad		\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
Mantenimiento de red		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Movilización		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL EGRESOS		\$ 31.659,48	\$ 32.815,03	\$ 33.386,54	\$ 34.015,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 7.040,52	\$ 11.689,97	\$ 17.794,21	\$ 22.283,61
Pago Participación Trabajadores 15%		\$ 1.056,08	\$ 1.753,50	\$ 2.669,13	\$ 3.342,54
Utilidad luego pago de Participación Trabajadores		\$ 5.984,44	\$ 9.936,47	\$ 15.125,08	\$ 18.941,06
Pago de Impuesto a la Renta 22%		\$ 1.316,58	\$ 2.186,02	\$ 3.327,52	\$ 4.167,03
EFFECTIVO NETO		\$ 4.667,86	\$ 7.750,45	\$ 11.797,56	\$ 14.774,03
Depreciación		\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25
Valor Residual					\$ 18.730,00
FLUJOS NETOS EN EFECTIVO		\$ 22.169,11	\$ 25.251,70	\$ 29.298,81	\$ 51.005,28
Inversiones					
Inversión Materiales	\$ 70.005,00				
Inversión Mano de Obra	\$ 9.760,00				
	-\$ 79.765,00	\$ 22.169,11	\$ 25.251,70	\$ 29.298,81	\$ 51.005,28
Interés	15%				
TIR	19%	\$ 22.169,11	\$ 33.859,08	\$ 51.653,29	\$ 73.936,90
	\$ 86.798,28				
VAN	\$ 7.033,28				

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
INGRESOS					
Ventas		\$ 81.000,00	\$ 93.150,00	\$ 107.122,50	\$ 117.834,75
EGRESOS					
internet		\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
técnico		\$ 4.559,48	\$ 5.715,03	\$ 6.286,54	\$ 6.915,22
energía		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos administrativos		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
publicidad		\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
mantenimiento de red		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
movilización		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL EGRESOS		\$ 31.659,48	\$ 32.815,03	\$ 33.386,54	\$ 34.015,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 49.340,52	\$ 60.334,97	\$ 73.735,96	\$ 83.819,53
Pago Participación Trabajadores 15%		\$ 7.401,08	\$ 9.050,25	\$ 11.060,39	\$ 12.572,93
Utilidad luego pago de Participación Trabajadores		\$ 41.939,44	\$ 51.284,72	\$ 62.675,57	\$ 71.246,60
Pago de Impuesto a la Renta 22%		\$ 9.226,68	\$ 11.282,64	\$ 13.788,62	\$ 15.674,25
EFFECTIVO NETO		\$ 32.712,76	\$ 40.002,09	\$ 48.886,94	\$ 55.572,35
Depreciación		\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25	\$ 17.501,25
Valor Residual					\$ 18.730,00
FLUJOS NETOS EN EFECTIVO		\$ 50.214,01	\$ 57.503,34	\$ 66.388,19	\$ 91.803,60
Inversiones					
Inversión Materiales	\$ 70.005,00				
Inversión Mano de Obra	\$ 9.760,00				
	-\$ 79.765,00	\$ 50.214,01	\$ 57.503,34	\$ 66.388,19	\$ 91.803,60
Interés	15%				
TIR	64%	\$ 50.214,01	\$ 110.548,98	\$ 184.284,94	\$ 268.104,47
	\$ 183.285,46				
VAN	\$ 103.520,46				

DEPRECIACION LINEAL DE ACTIVOS							
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Actual	Vida Útil por año	Gasto por Depreciación	Depreciación Acumulado	Valor Residual
Escalera	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00	\$ 0,00
Equipos de Seguridad	6	\$ 100,00	\$ 600,00	4	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 0,00
Herramientas básicas (destornilladores, playos, ponchadora)	4	\$ 60,00	\$ 240,00	4	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 0,00
Destornilladores	4	\$ 10,00					
Playos							
Ponchadora							
Llave Eriband	4	\$ 70,00	\$ 280,00	4	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 0,00
Herrajes	450	\$ 4,50	\$ 2.025,00	4	\$ 506,25	\$ 2.025,00	\$ 0,00
Cable Multipar 30 pares	6000	\$ 2,50	\$ 15.000,00	4	\$ 3.750,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
Cable Multipar 10 pares	12000	\$ 1,48	\$ 17.760,00	4	\$ 4.440,00	\$ 8.880,00	\$ 8.880,00
Cajas	90	\$ 25,00	\$ 2.250,00	4	\$ 562,50	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00
Mangas	30	\$ 35,00	\$ 1.050,00	4	\$ 262,50	\$ 525,00	\$ 525,00
Caja metálica	10	\$ 60,00	\$ 600,00	4	\$ 150,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Dslam	20	\$ 400,00	\$ 8.000,00	4	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00	\$ 0,00
Módems ADSL	960	\$ 20,00	\$ 19.200,00	4	\$ 4.800,00	\$ 19.200,00	\$ 0,00
UPS	10	\$ 60,00	\$ 600,00	4	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 0,00
Materiales eléctricos en el pop	10	\$ 80,00	\$ 800,00	4	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL			\$ 70.005,00		\$ 17.501,25	\$ 51.275,00	\$ 18.730,00

MARGEN DE OPERACIÓN	
Ventas del Servicio	\$ 67.500,00
(-) Costos Variables	\$ 3.400,00
Margen de Contribución	\$ 64.100,00
(-) Costos Fijos	\$ 28.259,48
Ingreso de Operaciones	\$ 35.840,52

Especificaciones técnicas

150Mbps N ADSL2 + Modem Router Inalámbrico (Anexo B) TD-W8951NB



Aspectos destacados:

- ADSL 2/2 + Modem, Wireless N Access Point y 4-Port Router, en un único dispositivo
- Velocidad inalámbrica N de hasta 150Mbps, ideal para juegos online, llamadas por Internet y streaming de vídeo
- Puertos LAN / PVCs paquete y motor QoS para agradables triple-play (voz, datos y video) experiencia
- De un solo toque de encriptación de seguridad inalámbrica fácil en el botón "WPS" y fácil de Wi-Fi botón On / Off

A2024 - ADSL2 + Mini DSLAM



Visionnet™ Solution Suites, herramientas de diagnóstico remoto avanzadas, y el diseño de uso fácil simplificar la configuración, la instalación y el cliente del producto, reducir efectivamente los costos de mantenimiento

Hasta velocidad de conexión a 24 Mbps

- **Soporte completo para aplicaciones Multi-Play**
- **Ideal para redes gestionadas**

Soporte

Los soportes se realizan de lunes a viernes de 9:00 am a 18:00 pm, se crean tickets, se programan las visitas en el menor tiempo de respuesta del mercado.

D.4 Hojas de vida

Perfil Técnico

Bachilleres técnicos

Conocimientos en instalación y mantenimiento de redes ADSL

Configuración de módems ADSL

Curso de Cableado estructurado

Redes CCNA 1 y 2

Radio enlaces Mikrotik

Perfil Secretaria

Estudiante de Ing. Comercial o Gestión Empresarial

Atención al cliente

Conocimiento de herramientas Office

Conocimiento y manejo del Sistema de la empresa Telcos

GLOSARIO

ADSL: Línea de abonado digital asimétrica (sigla del inglés Asymmetric Digital Subscriber Line)

BANDA ANCHA: Ancho de banda suministrado a un usuario mediante una velocidad de transmisión de bajada (proveedor hacia usuario) mínima efectiva igual o superior a 256 kbps y una velocidad de transmisión de subida (usuario hacia proveedor) mínima efectiva igual o superior a 128 kbps para cualquier aplicación.

COMPARTICIÓN: Expresión que define el número de usuarios asignados a un determinado canal compartido.

DSLAM: Multiplexor de línea de acceso de abonado digital (siglas de Digital Subscriber Line Access Multiplexer).

MODEM ADSL: Modulador Demodulador para tecnología ADSL, convertidor de señales digitales en analógicas (modulación) y viceversa (demodulación).

RED DE COBRE: Redes ADSL implementada con cable de cobre, cables multipares de 30 pares y cables multipares de 10 pares.

RED DE FIBRA ÓPTICA: Redes implementadas con cable de fibra óptica, donde la señal viaja en forma de luz.

USUARIOS: Número de individuos que acceden al servicio de internet.

WIFI: Fidelidad Inalámbrica (siglas Wireless Fidelity), basado en el Estándar IEEE 802.11.