

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y  
ADMINISTRATIVA**

**PLAN DE MERCADEO CORPORATIVO PARA LA EMPRESA:**



**Profesor:**

**OSCAR HENAO**

**Presentado Por:**

**MARIA CLARA HERNANDEZ RUIZ  
MONICA ADRIANA ERAZO MEDINA  
JANETH MILENA ORDOÑEZ  
MARIA FERNANDA SANCHEZ**

**Popayán, Julio de 2007**

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. SITUACION	1
1.1. OPORTUNIDAD	1
2. RESEÑA HISTORICA	4
2.1 VISION	5
2.2. MISION	5
3. ANALISIS INTERNO	6
3.1 Proceso Administrativo	6
3.1.1. Organización	6
3.1.2 Planeación	6
3.1.3 Dirección	6
3.1.4 Controles	7
3.1.4.1 Área Comercial, Técnica y Servicio al Cliente	7
3.2 Análisis de las Áreas Funcionales	7
3.2.1 Área de Personal	7
3.2.1.1 Reclutamiento	7
3.2.1.2 Selección	8
3.2.1.3 Contratación	8
3.2.1.4 Remuneración	8
3.2.1.5 Motivación	8
3.3 COMERCIAL	8
3.4. AREA OPERATIVA	12
3.4.1 TECNOLOGIA	12
3.5. AREA FINANCIERA	13
4. ANALISIS EXTERNO	16
4.1. El Sector	16
4.1.1. Clientes	16
4.1.1.1 Investigación de Mercados: se adjunta Investigación de mercados de wimax	17
4.1.1.2 SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYÁN	35
4.1.1.3. ESTUDIO DE ACEPTACIÓN DEL CONSUMIDOR	35
4.1.1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
4.1.1.5 FUENTE DE DATOS	36
4.2. PROVEEDORES	40
4.3. COMPETENCIA	40
4.4. ENTIDADES REGULADORAS	41
4.4.1. FACTORES POLITICOS Y SOCIALES	41
5. ESTRATEGIAS DE APOYO PARA LAS AREAS FUNCIONALES	43
5.1 Estrategias	43
5.2 Objetivo General	43
5.2.1 Área Comercial y Administrativa	43
5.2.1.1. Objetivos Específicos	43
5.2.2 Área Operativa	43

5.2.2.1. Objetivos Específicos	43
6. DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS	46
6.1.1. Justificación	46
6.1.2. Objetivo General	46
6.1.3. Objetivos específicos	46
6.2. Nomenclatura F (1.4.11) – O (3, 1,7)	48
6.2.1. Descripción	48
6.2.2. Objetivo General	48
6.2.3. Objetivos Específicos	48
6.2.4. Políticas	49

## ANEXOS

## INTRODUCCION

El presente trabajo se realiza con el objetivo de dar aplicación a los conocimientos adquiridos, basándose en el diseño de un nuevo servicio obtenido del desarrollo de estrategias empresariales, buscando satisfacer las necesidades de los consumidores.

Desde el mismo instante en que los avances tecnológicos muestran la posibilidad de transmitir datos de forma inalámbrica, y la sociedad lo requiere se inicia la carrera por la demanda, ancho de banda, disponibilidad de servicio y lo más importante el cubrimiento y la movilidad de los datos. Esta tecnología transportadora será el Wimax y el servicio objeto del presente trabajo con nuestra nueva marca será "CAUCANET BANDA ANCHA WIMAX".

Este nuevo servicio busca facilitar y acortar distancias entre nuestros consumidores, permitiendo tener acceso a Internet inalámbrico en una cobertura de 50KM alrededor de donde se encuentre ubicada la antena.

Es por ello que el trabajo esta encaminado a lograr el posicionamiento de nuestro nuevo servicio, después de haber realizado el análisis y la definición de nuestro futuro mercado.

## **DEFINICION DEL PROBLEMA**

Caucatel S.A.E.S.P. necesita contar con la introducción de un nuevo servicio que permita cumplir con las expectativas de cada cliente, este servicio es un avance en la tecnología con el cual se permite brindar agilidad, velocidad y comunicación en cualquier lugar de la ciudad permitiéndonos retener a los clientes con los que ya contamos y capturar nuevos clientes los cuales aun no están con Caucatel.

De lo que se trata es cómo desarrollar una marca reconocida, cómo aumentar la base de clientes, cómo desarrollar productos nuevos a tiempo, cómo aumentar y desarrollar la distribución de las ventas, cómo manejar las operaciones de los clientes, y cómo minimizar la migración de clientes hacia la competencia.

Sin embargo, cuando se introduce nueva tecnología inalámbrica en general y WiMAX específicamente, existen algunos temas que deben ser atendidos con mente abierta, en los cuales algunas veces las soluciones son contrarias a lo tradicional y las experiencias previas.

## 1. SITUACION

### 1.1 OPORTUNIDAD

En el informe semestral de Internet a Diciembre de 2006 y publicado en mayo de 2007 que emite la CRT; Comisión de Regulación de Telecomunicaciones; se observa un crecimiento del 82%, con respecto a diciembre de 2005 y un crecimiento del 40.5% con respecto al primer trimestre del 2006.

Las conexiones de ADSL., cablemodem e inalámbrico fijo experimentaron un crecimiento del 83%, al pasar de 325.432 conexiones en diciembre del 2005 a 596.887 conexiones en septiembre de 2006.

El 82% de las conexiones de banda ancha son de velocidad de bajada de menor o igual a 512K, sin embargo las velocidades ofrecidas han venido aumentando para los nuevos suscriptores.

En la distribución total de conexiones por segmento de mercado, hogar individual cuenta con el 80% de las conexiones de banda ancha con 477.163. La pymes cuenta con 112.626 conexiones; la mediana empresa con 6164 y gran empresa con 934.

Dado que en el país las soluciones de banda ancha, aun están en fase incipiente, la mayoría de los usuarios dependen de la conexión de línea fija para acceder a la red de Internet.

Esto ha logrado que los servicios de ADSL tengan bastante acogida, en las diferentes regiones del país los suscriptores de este servicio crecieron en 151%, este último año.

Ante el crecimiento de la conexión de banda ancha, aumenta la oportunidad de crecimiento para CaucaTel que no cuenta con cobertura de redes de cobre en la Ciudad de Popayán y en zonas aledañas; con el servicio de wimax; tecnología inalámbrica que le permite al usuario de este servicio poder conectarse a Internet desde cualquier lugar de la ciudad; su oficina, su casa; un parque, desde un portátil mientras se desplaza por toda la ciudad.

La oportunidad en Colombia para que los operadores pequeños como CaucaTel le apuesten a lo que será la tecnología Wimax, ya que es una herramienta para competir y sobrevivir en un mercado altamente competido en el negocio de acceso a banda ancha.

El wimax permite complementar el portafolio de Servicio de los operadores, además de llegar a más clientes con menores necesidades de ancho de banda como las empresas pequeñas y medianas.

Una red inalámbrica le proveerá a CAUCATEL, un cubrimiento de red más rápido y amplio comparado con una red fija, por lo tanto un más amplio potencial de conectar más rápido a clientes nuevos y crecer la base de clientes rápidamente.

La tecnología wimax es un medio accesible de llevar Internet a regiones rurales superando el duopolio de banda ancha de las empresas de Telefonía y Cable. Al ser una tecnología de banda ancha y amplio cubrimiento servirá para llevar Internet a zonas que no lo tienen por culpa de las complicaciones del cableado; por no tener cobertura en redes en toda la ciudad, como el caso de CaucaTel. Es una alternativa de última milla para el cliente y poder ofrecer el servicio de banda ancha.

La tecnología wimax cambia el concepto de que los servicios de banda ancha solo pueden ser contratados en valores fijos normales de 64K, ofreciendo soluciones de acuerdo al consumo.

Al ofrecer el servicio de Wimax en toda una ciudad de manera inalámbrica competirá con los servicios de ADSL y cable.

El presente Plan de Mercadeo brindará a CaucaTel el aprovechamiento ordenado de las oportunidades presentes en los entornos donde se mueve el mercado en el cual se desempeña la empresa objeto de este plan.

El alcance de este Plan de Mercadeo es la utilización de las fortalezas detectadas en el proceso de análisis interno y en el fortalecimiento de las áreas débiles para estructurar estrategias que focalicen a la Organización hacia el éxito comercial.

## **CUADRO DE VENTAS DE ADSL EN CAUCATEL AÑO 2006-2007**

MES	ADSL	CONMUTADO	ADSL Vs Conmutado	Conmutado Vs ADSL
Enero-2006	5	30	17%	600%
Febrero-2006	11	53	21%	482%
Marzo-2006	32	62	52%	194%
Abril-2006	40	42	95%	105%
Mayo-2006	5	72	7%	1440%
Junio-2006	2	75	3%	3750%
Julio-2006	6	29	21%	483%
Agosto-2006	30	45	67%	150%
Septiembre-2006	45	43	105%	96%
Octubre-2006	30	34	88%	113%
Noviembre-2006	19	21	90%	111%
Diciembre-2006	29	25	116%	86%
Enero-2007	22	21	105%	95%
Febrero-2007	42	38	111%	90%
Marzo-2007	31	32	97%	103%
Abril-2007	52	13	400%	25%
Mayo-2007	33	15	220%	45%
<b>TOTAL</b>	<b>434</b>	<b>650</b>	<b>67%</b>	<b>150%</b>

## 2. RESEÑA HISTORICA

Caucatel S.A.E.S.P. es una empresa de servicios públicos que presta el servicio de telefonía pública básica local conmutada y de servicio valor agregado Internet en la ciudad de Popayán.

El Concejo Municipal de Popayán en representación de los intereses de la comunidad aprobó un Acuerdo donde autoriza a la Junta Directiva de Emtel S.A.E.S.P. para la constitución de una sociedad anónima de economía mixta de carácter privado para prestar el servicio de TPBCL; telefonía pública básica conmutada local en el sector occidente de Popayán, invitando a una serie de inversionistas privados para que hicieran una propuesta de acuerdo a los pliegos de condiciones de Emtel. Después de una evaluación integral de las propuestas por el comité evaluador de Emtel se selecciona a Transtel S.A. para la constitución de la sociedad Caucatel S.A.E.S.P. iniciando operaciones el 1 de Mayo de 1997, con 10.700 suscriptores de líneas telefónicas.

Su participación accionaría esta compuesta por Transtel S.A. con el 51%, Emtel S.A.E.S.P. con el 49% y otros con el 2%.

Transtel S.A se constituye en 1993 por iniciativa de inversionistas provenientes del sector azucarero del Valle del Cauca con el fin de proveer servicios de telefonía básica en diferentes municipios del país con base en las tecnologías modernas disponibles para prestar el servicio bajo parámetros de calidad internacional. La



iniciativa se origino en el proceso de Apertura del sector de las telecomunicaciones a la inversión privada a partir de 1990.

## **2.1 VISION**

En el año 2010, Caucatel S.A.E.S.P. Será la empresa líder en el sector de las Telecomunicaciones en el Cauca, proyectando a nuestros clientes, convergencia tecnológica y servicios de excelente calidad.

## **2.2. MISION**

Caucatel S.A.E.S.P. es una empresa de servicios públicos que presta el servicio de telefonía pública básica local conmutada y de servicio valor agregado Internet en la ciudad de Popayán. Para merecer la fidelidad y preferencia de nuestros clientes interpretamos, nos anticipamos y damos respuesta a sus necesidades de telecomunicaciones.

Con un alto sentido de respeto hacia nuestros clientes, colaboradores y la comunidad para la que trabajamos. Comprometidos con la comunidad payanesa a través de la Fundación Caucatel, generando; bienestar, desarrollo y protegiendo el medio ambiente.

Construimos un futuro prospero a nuestros clientes, proveedores, empleados y accionistas.

### **3. ANALISIS INTERNO**

#### **3.1 Proceso Administrativo**

##### **3.1.1. Organización**

La compañía cuenta con misión, visión y objetivos clara mente definidas y del conocimiento de todos lo colaboradores de la compañía.

La empresa Caucatel S.A E.S.P, es una empresa filial perteneciente a la Holding Transtel S.A; operador privado de servicio telefonía fija; propietario además de Telepalmira, Bugatel, Teléfonos de Cartago, Empresa de Teléfonos de Girardot y Unitel.

La empresa Caucatel S.A E.S.P se encuentra en la etapa Burocrática, existe una estructura organizacional visible, con tipo de autoridad asesora. Con empoderamiento en todos los niveles de la Organización.

**FORTALEZA:** Pertenecer al Grupo Corporativo Transtel, donde existen áreas centralizadas en Cali como Técnica, Mercadeo, Sistemas, Gestión Humana, Servicios de Valor agregado, Facturación, Tesorería, Planeación Financiera compras y Contabilidad que soportan la operación de las seis empresas filiales ubicadas en el Valle del Cauca, Cauca y Cundinamarca.

##### **3.1.2 Planeación**

Caucatel planea a corto, mediano y largo plazo, a través del acompañamiento a la Gerencia de CaucaTel de la Presidencia y Vicepresidencias de Transtel se proyecta el negocio al futuro, con modificaciones a los presupuestos anuales debido a la dinámica del sector de las Telecomunicaciones.

**FORTALEZA:** Estructuración de Objetivos y metas que le dan al Grupo Gerencial de CaucaTel el norte para el direccionamiento de la Organización.

### **3.1.3 Dirección**

El estilo de la dirección de la Gerencia General es persuasivo y consultivo con una comunicación formal, buscando eficiencia hacia el interior de la empresa.

Su administración se efectúa de una manera muy centralizada, unilateral, vertical hacia abajo.

**FORTALEZA:** Empoderamiento y delegación de autoridad en los mandos medios.

### **3.1.4 Controles**

Analizaremos lo más importantes en áreas críticas de la Empresa:

#### **3.1.4.1 AREA COMERCIAL, TECNICA Y SERVICIO AL CLIENTE**

Existe tecnología aplicada; la empresa opera en línea basado en el sistema SAT; Sistema de administración telefónica; versión plus; bajo ambiente oracle, desde el año 2000, en cada estación de trabajo de los empleados del área comercial, técnica y servicio al cliente cuenta con SATPLUS y lotus Notes para acceso a mail, así como la disponibilidad inmediata de acceder a la intranet para consulta de normas, procedimientos, manuales e históricos de indicadores de gestión.

Cada empleado de la Empresa tiene definido el perfil de usuario para acceder al SATPLUS, con su contraseña respectiva. Se realiza back up diario de la información del SAT PLUS y CG1 por el área de Sistemas de Transtel.

El SAT PLUS cuenta con modulo de ventas, facturación, cartera, inventario de redes, reporte de daños de servicio telefónico y servicio de valor agregado, activación de servicios suplementarios, Así como un modulo de quejas y reclamos de los clientes de la telefónica.

Para el área de Tesorería, Contabilidad y Gestión Humana se utiliza el programa CG1.

**FORTALEZA:** contar con herramientas informáticas para las áreas de operación y apoyo de la Compañía.

## **3.2 ANALISIS DE LAS AREAS FUNCIONALES**

### **3.2.1 Área de Personal**

#### **3.2.1.1 Reclutamiento:**

Se Cuenta con Proceso de Normalización estandarizado para la convocatoria de personal para los puestos de trabajo de las diferentes áreas de la Empresa.

#### **3.2.1.2 Selección**

Se cuenta con el área de Gestión Humana de Transtel que es responsable del proceso de selección define perfiles y competencias para cada cargo. Existe la

norma para el proceso de selección del candidato, aspirante a un cargo de acuerdo a requisición realizada por la Gerencia General.

#### **3.2.1.3 Contratación:**

El personal de Caucatel se contrata directamente por la Empresa.

#### **3.2.1.4 Remuneración**

Se realiza revisión anual al estudio de salarios en el sector de las Telecomunicaciones y se ajusta anualmente la escala salarial de todas las telefónicas de acuerdo a funciones y responsabilidades.

#### **3.2.1.5 Motivación**

En el área comercial existe estructura de comisiones por venta y cobro de cartera definida y hace parte constitutiva del salario para el tema de las prestaciones sociales.

De acuerdo a resultados, la motivación al personal administrativo y técnico se realiza en el primer trimestre del año a través de una bonificación en dinero que no hace parte constitutiva del salario.

**FORTALEZA:** Estabilidad laboral y garantías legales en la contratación del 100% de los empleados de Caucatel.

**FORTALEZA:** Cuenta con un personal capacitado constantemente, el área operativa y de servicio al cliente se les realiza actualizaciones a través del Sena y por medio de capacitadores privados y de las áreas corporativas de Transtel que se desplazan a cada una de las telefónicas realizando actualizaciones en productos, procesos y procedimientos.

La rotación de personal no es alta.

### 3.3 COMERCIAL

- A. Posicionamiento: Caucatel S.A. E.S.P. es una empresa posicionada desde el año 1.997 cuando inicia operación con la prestación del servicio de telefonía fija en el occidente de Popayán, su slogan “respondemos con calidad” marco la diferenciación con los otros dos operadores de telefonía fija que existían en Popayán y que eran sociedades mixtas y publicas que son Emtel S.A E.S.P. y Telecom que hoy es Colombia.
- B. Telecomunicaciones, esta diferenciación ha sido enmarcada en el tema de los indicadores técnicos como instalación de línea nueva, reparación del 97% de los daños de las líneas telefónicas antes de 8 horas.  
La marca Caucanet se posiciona desde el año 2000 con su slogan “así debe ser Internet” como una opción en Popayán para la prestación de servicio de valor agregado de Internet.
- C. Servicio al Cliente: Es una FORTALEZA de Caucatel ya que siempre ha contado con una fuerza de ventas propia y capacitada para asesorar a clientes potenciales y actuales en temas como ventas, facturación y cartera, además los clientes cuentan con el servicio gratuito de call center con horario de atención de lunes a domingo incluidos festivos de 7:00a.m. a 8:00p.m. para manejo de inquietudes y reporte de daños y sala de atención al cliente con horario de atención de lunes a sábado de 7:30 a.m. a 5:00p.m. jornada continúa. Para la instalación y reparación de daños de todos los servicios que ofrece Caucatel cuenta con un grupo de técnicos propio, capacitados, uniformados e identificados con parque automotor propio que atienden de lunes a domingo incluido festivos.
- D. Portafolio de Servicios: Caucatel ofrece a sus consumidores finales y consumidores organizacionales los siguientes servicios:
- Líneas telefónicas

- Internet conmutado
- RDSI
- ADSL
- Telefonía pública conmutado
- Pares aislados
- Telefonía prepago
- E -1
- Plan Intervox
- Servicios Suplementarios: Casillero de voz, llamada en espera, conferencia Tripartita, despertador, consulta, PBX.

## **PRODUCTOS:**

- LINEA TELEFONICA FIJA: Ha sido el servicio líder de la Empresa, se hace un recuento del ciclo de vida de la prestación del servicio telefónico en Caucatel a la zona occidente de Popayán:

1.997: Caucatel S.A.E.S.P. inicia operaciones en mayo de 1997 con 11.669 líneas telefónicas análogas que ya contaba Emtel en la zona occidente de Popayán.

A finales de 1.997 se presenta el primer Hito, que es el cambio de tecnología análoga a tecnología digital generando valor agregado al ofrecer a los suscriptores servicios suplementarios, casillero de voz e Internet conmutado.

1999: se presenta el segundo Hito; se utiliza como estrategia de masificación y ante la presencia de Nortel – Telecom en la zona de cobertura de Caucatel; el no cobro de derechos de conexión de líneas telefónicas para nuevos clientes.

2003: Desde 1.997 la telefonía móvil esta presente en Popayán con Cocolco y Ocel; se presenta incremento en la demanda para celulares, por las facilidades y comodidades que se tienen, se debía mejorar la calidad de la comunicación y ofrecer una mayor gama de servicios para que el número de usuarios aumentara.

Ocel y Cocolco no presentaban rendimientos principalmente por los altos precios que se pagaron por las licencias para operar en Colombia, por eso buscan inversionistas y Cocolco se convierte en Bellsouth cuyo accionista mayoritario es Telefonía de España y Ocel se convierte en Comcel a manos de Telmex de México, para Enero de 2003 se abre la licitación de PCS y en noviembre de 2003 aparece en el mercado Colombiano “OLA” con la estrategia de precios de \$30 por minuto que mueve el mercado hacia la masificación de la telefonía móvil en el país, con la demanda de el 80% de clientes de telefonía móvil son prepago y el 20% están inscritos en planes postpagos.

Producto Sustituto: 2003: La telefonía móvil cuya relación de líneas activas celulares vs. líneas telefónicas fijas es 1:3 al cierre del año 2005; por 7 millones de líneas telefónicas fijas activas en el país hay 21 millones de celulares activos.

Producto Complementario: ADSL (Asimétrico, Digital, Suscriptor, Línea); es el desarrollo de cobre; para acceso a Internet de banda ancha; por una tarifa mensual, única y fija se logra masificar a clientes residenciales, actualmente se promociona el empaquetamiento del servicio Voz local ilimitado + Internet 256K de acuerdo a la estratificación.

**Fortaleza:** Empaquetamiento de servicios: Plan Intervox; línea telefónica más banda ancha; un solo proveedor, una sola factura mensual, cargo fijo mensual, consumo ilimitado.

**Debilidad:** El Plan Intervox no se puede vender a clientes residenciales estrato 5 y 6 por no contar con cobertura en redes de cobre hacia esas zonas de Popayán

**Debilidad:** disminución en la venta e instalación de líneas telefónicas; así como devolución voluntaria de líneas fijas por migración a la telefonía celular.

INTERNET CONMUTADO: se creó la marca CAUCANET para vender planes de Internet conmutado en toda la ciudad de Popayán, en esta unidad de negocio Caucatel es un proveedor de servicio de Internet, el objetivo de que los operadores telefónicos generara incremento de consumo local era siendo proveedor de Internet conmutado de sus clientes suscriptores de servicio telefónico.

**DEBILIDAD.** Por no tener cobertura de redes en toda la ciudad, al vender Internet conmutado a suscriptores de Emtel y Telecom, el ingreso para Caucatel es solamente el valor del cargo fijo del Plan de Internet escogido, mientras que la competencia le generaba ingresos por incremento del consumo local que es la razón del negocio del operador telefónico.

ADSL: Transmite datos a través de líneas telefónicas fijas, pero a mucha mayor velocidad y sin interferir con los servicios de voz; se puede usar Internet y hablar por teléfono al mismo tiempo.

**FORTALEZA:** Posicionamiento de la marca CAUCANET en la zona de cobertura de redes de Caucatel con su servicio Plan Intervox.

**DEBILIDAD:** El ADSL no se puede vender e instalar en toda la ciudad por no contar con red de cobre. Ya se copó la red para zonas del norte y Centro de la Ciudad.

### **3.4. AREA OPERATIVA**

#### **3.4.1 TECNOLOGIA**

Caucatel por pertenecer al sector de las telecomunicaciones cuenta con una tecnología de punta ya que es la base para la prestación del servicio de

Telecomunicaciones y transmisión de datos en las áreas de transmisión y conmutación.

La empresa cuenta con manual de procedimientos y funciones los cuales se encuentran disponibles en la intranet de la compañía.

Caucatel S.A.E.S.P. pertenece al sector de las telecomunicaciones; que presenta ciclos de vida muy cortos en sus tecnologías; de 4 a 6 años; esto implica una permanente actualización y renovación que se manifiesta en el lanzamiento continuo de servicios al mercado.

#### **FORTALEZAS**

- Contar con personal técnico y parque automotor propio e identificado.
- Único operador de telefonía de Popayán que ofrece el servicio de casillero de voz y plataformas para líneas telefónicas prepago
- Red de cobre inventariada.
- Lideres en la ciudad en tiempos de reparación de daños de servicios de telecomunicaciones.

#### **DEBILIDADES:**

- No contar con cobertura con redes de cobre en toda la ciudad de Popayán para prestar el servicio de telefonía y banda ancha por ADSL.
- La red de cobre del Centro y Norte de la ciudad está copada.



### **3.5. AREA FINANCIERA**

Para el análisis se tomaron los indicadores financieros que van a determinar las fortalezas y debilidades del área.

#### **Razón corriente**

ACTIVO CORRIENTE/PASIVO CORRIENTE

##### **2006**

$$3.279.440/2.936.880= 1.1$$

Por cada \$1 que la empresa adeuda en el corto plazo, dispone de \$1.1 en los activos corrientes.

##### **2005**

$$2.156.647/4.835.952= 0.44$$

Por cada \$1 que la empresa adeuda en el corto plazo, dispone de \$0.44 en los activos corrientes.

#### **Razón acida o prueba de fuego**

**CAJA + BANCOS + CUENTAS X COBRAR/ PASIVO CORRIENTE**

**DISPONIBLE + DEUDORES/PASIVO CORRIENTE**

##### **2006**

$$145.148+2.985.772/2.936.880= 1.0$$

##### **2005**

$$95.922+1.883.752/4.835.952= 0.4$$

#### **Razón de Rentabilidad**

Rentabilidad sobre ventas

UTILIDAD LIQUIDA/VENTAS NETAS X 100

2006

$$2.388.127/5.442.954 \times 100 = 43\%$$

La empresa en el año 2006 obtuvo una utilidad líquida del 43% de cada \$100 que se venden.

2005

$$406.759/6158774 \times 100 = 6.6\%$$

La empresa en el año 2005 obtuvo una utilidad líquida del 6.6% de cada \$100 que se vendieron.

### **Razón de Endeudamiento**

TOTAL PASIVO / TOTAL ACTIVO X 100

2006

$$32.911.452/71.217.375 \times 100 = 46\%$$

Esto nos demuestra que la empresa financia con dinero de acreedores, etc. el \$46 de cada \$100 que posee en activos totales.

2005

$$30.294.773/66.464.172 \times 100 = 45\%$$

Esto nos demuestra que la empresa en el año 2005 financio con dinero de acreedores, proveedores etc. el \$45 de cada \$100 que poseía en activos totales.

### **Razón de Autonomía**

TOTAL PATRIMONIO/TOTAL ACTIVOS X 100

2006

$$38.308.923/71.217375 \times 100 = 53.7\%$$

Podemos observar que la empresa financia con recursos propios \$53.7 de cada \$100 que posee en sus activos.

2005

$36.169.399/66.464.172 \times 100 = 54.4\%$

Podemos observar que la empresa financia con recursos propios \$54.4 de cada \$100 que posee en sus activos.

## 4. ANALISIS EXTERNO

### 4.1. El Sector

#### 4.1.1. Clientes

El avance de las comunicaciones ha producido un cambio cultural en la transmisión de las comunicaciones y formas de comercialización, tal es el caso de Internet, el e- comercio, la telefonía móvil etc....

En nuestro país el segmento Internet y la transmisión de datos han tenido gran acogida ofreciendo una buena oportunidad de negocio para las empresas proveedoras de este tipo de servicios.

Nuestro consumidor final es escéptico y mejor informado que insiste en contar con soluciones a su medida. El consumidor piensa en mejorar su calidad de vida, son personas altamente influenciadas por la necesidad de mantener apariencia y consumen servicios en función de estos.

Se tiene en cuenta que aunque la tarifa mensual del servicio de Wimax no es costosa, la condición para acceder a él, es contar con computador fijo y/o portátil, además si se le adiciona a esta el costo por adquirir el MODEM o el arrendamiento de este por parte de la empresa proveedora del servicio.

Este servicio esta dirigido a consumidores finales de estrato 3, 4, 5 y 6.

**MERCADO DE CONSUMO:** Grupos de familias completas de estratos 3, 4,5 y 6 de la ciudad de Popayán.

**MERCADO DE REVENDEDORES:** La empresa vende el servicio a los cafenets y salas de Internet en toda la ciudad de Popayán y a su vez este revende el servicio de acceso a Internet al público flotante.

**MERCADO GUBERNAMENTAL:** Se puede atender necesidades de conexión con entidades gubernamentales como la policía, el DAS, ICBF, Gobernación, Batallón José Hilario López, hospital San José, Sena, Hospital Susana López de Valencia.

#### **OPORTUNIDAD**

Demanda potencial identificada para el acceso a banda ancha.

#### **4.1.1.1 Investigación de Mercados: sea adjunta investigación de mercados de wimax:**

**ESTUDIO:** DETERMINAR EL PERFIL, CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DEL USUARIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN.

**EMPRESA:** CAUCATEL S.A.E.S.P

**TIPO DE ESTUDIO:** ESTUDIO CUANTITATIVO QUE CONSULTA UN NUMERO SUFICIENTE Y REPRESENTATIVO DE SUSCRIPTORES DE SERVICIO DE TELEFONIA FIJA DE LA EMPRESA PARA SABER SI ESTAN DISPUESTOS A UTILIZAR LA TECNOLOGIA WIMAX PARA ACCEDER A INTERNET BANDA ANCHA.

**POBLACION OBJETIVO:** JEFES DE HOGAR O AMAS DE CASA; LA PERSONA MAS ENTERADA DEL SERVICIO TELEFONICO QUE PUEDAN TOMAR UNA DECISION DE CAMBIO.

**SISTEMA DE MUESTREO:** LA MUESTRA SE SELECCIONO MEDIANTE AZAR ESTRATIFICADO PARA LOS ESTRATOS 3,4,5 Y 6.

**METODO DE MUESTREO:** INTERROGATORIO PERSONAL UTILIZANDO UN CUESTIONARIO TOTALMENTE ESTRUCTURADO, LA ENTREVISTA SE REALIZO EN LOS PREDIOS DONDE ESTA INSTALADA LA LINEA TELEFONICA.

**CUESTIONARIO:** SE UTILIZO EL CUESTIONARIO DISEÑADO POR LAS ESTUDIANTES DE LA ESPECIALIZACION EN MERCADEO DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.

**TAMAÑO DE LA MUESTRA:** SE EXIGE UNA MUESTRA MINIMA DE 225 ENCUESTAS. ESTE TAMAÑO ORIGINA UN ERROR MAXIMO DE 6.06%, PARA  $p=q=0.5$  Y UNA CONFIABILIDAD DEL 95%.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

		Total	QUE SERVICIO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE			
			CONMUTADO	ADSL	CABLE MODEM	INALAMB RICO
QUE	EMTEL	104	77	5	21	
PROVEEDOR		46,1%	48,3%	13,9%	100,0%	
LE PRESTA	CAUCANET	93	62	31		
EL SERVICIO		41,2%	38,8%	78,4%		
	COLOMBIA	18	18			
	TELECOMUNICACIONES	7,8%	11,0%			
	COLDECOM	6	3	3		
		2,7%	1,9%	7,7%		
	ETB	5				5
		2,2%				100,0%
Total		225	159	39	21	5
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 3 CON 4

En el cruce de la pregunta 3 y 4 que servicio de internet tiene actualmente vs. que proveedor le presta el servicio se obtuvo los siguientes resultados: el 46.1% de las personas encuestadas utiliza a Emtel; el 41.2% de las personas acceden a internet a través

de CaucaNet le sigue el 7.8% accede a Colombia Telecomunicaciones antiguo Telecom.; el 70% de las personas encuestadas acceden a internet conmutado; El 17.3% de las personas encuestadas acceden a ADSL y por ultimo el 8.32% acceden a través de cablemodem e inalámbrico.

En conclusión: Popayán cuenta con tres operadores de telefonía local : que son Emtel, CaucaTel y Colombia Telecomunicaciones que ha desarrollado servicios de valor agregado a través de sus redes de cobre; ante la devolución voluntaria de telefonía fija por la masificación de la telefonía móvil; se comercializa internet conmutado, ADSL e internet y televisión por cablemodem; además han ingresado al mercado local Proveedores nacionales de internet como ETB y Coldecon con el servicio de internet inalámbrico dependiendo de la instalación de antenas en el cerro tutelar de la Ciudad.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

		EN QUE LUGAR ACCEDE AL SERVICIO DE INTERNET				
		Total	EN CASA	EN LA OFICINA	EN LA CASA Y LA OFICINA	EN LA CASA Y SALAS DE INTERNET
QUE SERVICIO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE	CONMUTADO	159 70,9%	151 69,7%	3 100,0%	2 100,0%	3 100,0%
	ADSL	39 17,5%	39 18,2%			
	CABLE MODEM	21 9,4%	21 9,8%			
	INALAMBRICO	5 2,2%	5 2,3%			
Total		225 100,0%	216 100,0%	3 100,0%	2 100,0%	3 100,0%

PREGUNTA 4 CON 5

En el cruce de las preguntas 4 y 5 el servicio que actualmente tiene vs. el lugar que accede al servicio El 70.9% del total de los encuestados acceden a internet conmutado; el 69.7% de las personas acceden internet conmutado desde la casa.

En conclusión las personas encuestadas no se trasladan a un lugar público como salas de internet; lo hacen en su hogar que es un sitio tranquilo al regreso de su sitio de trabajo y estudio.



### Estadísticos

AL DIA CUANTAS HORAS ACCEDE A INTERNET

N	Valídos	225
	Perdidos	0
Media		4,54

### AL DIA CUANTAS HORAS ACCEDE A INTERNET

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos 1 HORA	76	33,9	33,9	33,9
3 HORAS	62	27,8	27,8	61,7
2 HORAS	42	18,6	18,6	80,3
24 HORAS	5	2,2	2,2	82,5
1/2 HORA	3	1,3	1,3	83,8
4 HORAS	2	1,1	1,1	84,9
8 HORAS	6	2,7	2,7	87,6
12	6	2,7	2,7	90,3
24	22	9,7	9,7	100,0
Total	225	100,0	100,0	

En la encuesta, la pregunta 6, Al día cuantas horas accede a internet; el promedio que arroja la muestra es de 4.54 horas por día acceden a internet; arroja que el 84.9% de las personas que acceden a internet navegan de 1 a 4 horas diarias.

En conclusión: para sus requerimientos de acceso a internet, usan un promedio bajo de horas diarias de navegación, por eso utilizan el acceso a internet conmutado y no requieren ancho de banda para conexión las 24 horas.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

		PARA QUE UTILIZA EL SERVICIO DE INTERNET					
		Total	PARA NAVEGAR	PARA CONSULTAR EL CORREO ELECTRONICO	PARA DESCARGAR MUSICA	PARA JUEGOS EN LINEA	VOZ SOBRE IP
QUE SERVICIO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE	CONMUTADO	159 70,9%	159 70,9%	119 66,8%	6 14,7%	3 50,0%	
	ADSL	39 17,5%	39 17,5%	33 18,6%	12 27,9%	3 50,0%	
	CABLE MODEM	21 9,4%	21 9,4%	21 11,9%	19 45,6%		
	INALAMBRICO	5 2,2%	5 2,2%	5 2,7%	5 11,8%		2 100,0%
Total		225 100,0%	225 100,0%	179 100,0%	41 100,0%	6 100,0%	2 100,0%

PREGUNTA 4 CON 7

En el cruce de la pregunta 4 con 7 para que utiliza el servicio de internet; el 100% para navegar en la red mundial y el 79% para consultar correo; enviar y recibir mail; el 18% para descargar música; el 2.6% para juegos en línea .

En conclusión: los usuarios utilizan internet para navegar en la red mundial y consultar correo electrónico: los servicios agregados como descarga de música, juegos en línea y voz sobre IP presenta limitantes para su uso como es el ancho de banda, generalmente los usuarios asisten a salas o cafés internet para acceder a estos servicios

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

	QUE DEBILIDAD PRESENTA EL SERVICIO DE INTERNET QUE TIENE ACTUALMENTE												
	Total	NO PRESTA EL SERVICIO DE VOZ SOBRE IP	LA VELOCIDAD ES LENTA	NO HAY UN PLAN DE CONTINGENCIA	LA CONEXION ES LENTA	LOS COSTOS SE INCREMENTAN POR EL SERVICIO TELEFONICO	NO HAY SOPORTE TECNICO	NINGUNA	SE DESCONECTA FACILMENTE	EL SERVICIO SE CAE	ESTA BIEN	NO HAY JUEGOS EN LINEA	COSTOS DE CONEXION
QUE SERVICIO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE													
CONUTADO	159	2	30		70	15	2	9	8	6	3	3	3
	70,9%	28,8%	88,2%		96,6%	44,6%	44,7%	51,7%	100,0%	66,7%	100,0%	100,0%	100,0%
ADSL	39	6	2	19			3	6		3			
	17,5%	71,2%	5,9%	100,0%			55,3%	34,4%		33,3%			
CABLE MODEM	21		2			19							
	9,4%		5,9%			55,4%							
INALAMBRICO	5				2			2					
	2,2%				3,4%			13,9%					
Total	225	8	41	19	73	34	5	18	8	9	3	3	3
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 4 CON 8

Del cruce de las preguntas 4 y 8 que servicio de internet tiene actualmente vs. la debilidad que presenta el servicio se concluye: que del 70.9% que acceden a internet conmutado; el 96.6% contestaron que la conexión es lenta; el 88.2% la velocidad es lenta y el 66.7% el servicio se cae.

Para el 17.5% de las personas que acceden a ADSL; el 71.2% respondió que no presta el servicio de voz sobre IP, y el 100% que no hay planes de contingencia cuando el servicio de ADSL se cae.

En conclusión: las debilidades que presenta el acceso de internet son de calidad del servicio en aspectos técnicos como la conexión y la velocidad del servicio en acceso conmutado, y para el ADSL que presenta conexión las 24 horas y ancho de banda contratado, el reuso no se cumple presentándose en ciertas horas de tráfico el servicio de navegación lenta y el no contar con un plan de contingencia cuando el servicio se “cae” las personas no navegan hasta por días enteros.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

	TOTAL	SEXO		EDAD				CLASE SOCIAL			EDUCACION		
	1	HOMBRE	MUJER	18-25	26-35	36-45	MAYORES DE 46	ESTRATO3	ESTRATO 4	ESTRATO 5 Y 6	BACHILLER	PREGRADO	POSGRADO
CONOCE EL SI	161	72	89	29	29	61	42	67	20	75	96	41	22
SERVICIO DE WIMAX	71,7%	92,9%	60,5%	70,6%	42,5%	90,9%	87,5%	61,1%	88,9%	80,0%	81,9%	63,2%	53,7%
NO	64	5	58	12	39	6	6	42	2	19	21	24	19
	28,3%	7,1%	39,5%	29,4%	57,5%	9,1%	12,5%	38,9%	11,1%	20,0%	18,1%	36,8%	46,3%
Total	225	78	147	41	69	67	49	109	22	94	117	64	41
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 9

En el cuadro se puede apreciar que el 71.7% de los encuestados conocen el servicio de wimax y el 28.3% de las personas no conoce el wimax. Conocen el servicio de wimax el 92.9% de los hombres; el 90.9% de las personas con edad de 36 a 45 años, el 88,9% de las personas estrato 4 y el 81.9% de las personas son bachiller.

En conclusión: en Popayán a través de los medios masivos con la televisión, la prensa y la radio se conoce el servicio de Wimax de Orbitel, que es la única compañía que hace uso de la licencia que le fue otorgada para ofrecer servicio de wimax a nivel nacional. Las otras dos empresas que cuentan con esta licencia es ETB y Colombia Telecomunicaciones, están en etapas de pruebas técnicas.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

	TOTAL	EDAD				CLASE SOCIAL			EDUCACION		
		1	18-25	26-35	36-45	MAYORES DE 46	ESTRATO3	ESTRATO 4	ESTRATO 5 Y 6	BACHILLER	PREGRADO
QUE SOLO HA ESCUCHADO	55	3	5	44	2	12	5	38	30	6	19
SABE DEL SERVICIO POR TV	33,8%	10,4%	18,8%	72,0%	5,8%	18,2%	25,0%	50,0%	31,0%	14,9%	86,1%
SOBRE INTERNET INALAMBRICO	45	12	9	3	21	24	2	19	36	9	
EL SERVICIO DE WIMAX	28,2%	41,6%	31,2%	5,0%	50,0%	36,4%	12,5%	25,0%	37,9%	22,4%	
INTERNET PARA ACCEDER EN CUALQUIER LUGAR SI INTERNET QUE NO REQUIERE INSTALACION DE REDES TRANSMISION SATELITAL DE INTERNET INTERNET POR ANTENA	33	8	3	3	19	9	5	19	24	5	3
	20,3%	27,2%	10,4%	5,0%	44,2%	13,6%	25,0%	25,0%	25,3%	13,5%	13,9%
	6			6		6			3	3	
	3,8%			10,0%		9,1%			3,2%	7,5%	
	6	3	3			6				6	
	3,8%	10,4%	10,4%			9,1%				14,9%	
	5			5			5		2	2	
	3,0%			8,1%			25,0%		2,5%	6,0%	
INTERNET INALAMBRICO DE BANDA ANCHA	5	3	2			3	2			2	
SERVICIO INALAMBRICO, MULTISERVICIOS QUE NO HAY EN POPAYAN ACCESO POR MEDIO DE MICROONDAS A INTERNET BANDA	3,4%	10,4%	8,4%			4,5%	12,5%			6,0%	
	3		3			3				3	
	1,9%		10,4%			4,5%				7,5%	
	3		3			3				3	
	1,9%		10,4%			4,5%				7,5%	
Total	161	29	29	61	42	67	20	75	96	41	22
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 10

En el cuadro se puede apreciar que el 28.2% de las personas encuestadas saben que el wimax es un servicio de internet inalámbrico; Solo han escuchado del servicio wimax por televisión el 33.8% y para el 20.3% siempre y cuando se tenga un portátil se puede acceder desde cualquier lugar.

En conclusión, las personas lo que saben del servicio wimax; es que es una conexión a internet inalámbrica; que no requiere de cables para conectarse; que puede acceder desde cualquier lugar y que no ocupa la línea telefónica; la publicidad de wimax de Orbitel en medios masivos la han enfocado en que el servicio de wimax se puede “trastear” la conexión a internet que para persona se afilia para usar en el hogar; lo puede hacer desde cualquier punto de la ciudad y del país. De tal manera que puede conectar en el sitio que desee, sin tener que comprar tarjetas de acceso adicionales, ni generar costos, siempre y cuando tenga un portátil.

#### Estadísticos

CUANTO DINERO ESTA DISPUESTO  
A PAGAR POR EL SERVICIO

N	Validos	161
	Perdidos	64
Media		90296,96

### CUANTO DINERO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	30000	2	1,1	1,5	1,5
	40000	9	4,0	5,6	7,1
	50000	37	16,4	22,9	30,1
	60000	12	5,1	7,1	37,2
	70000	8	3,5	4,9	42,1
	80000	28	12,4	17,3	59,4
	85000	3	1,3	1,9	61,3
	90000	5	2,4	3,4	64,6
	100000	2	1,1	1,5	66,2
	130000	25	11,0	15,4	81,6
	150000	25	11,0	15,4	97,0
	170000	2	1,1	1,5	98,5
	180000	2	1,1	1,5	100,0
	Total	161	71,7	100,0	
Perdidos	Sistema	64	28,3		
Total		225	100,0		



En la pregunta 11, Cuanto dinero está dispuesto a pagar por una tarifa mensual de servicio del wimax, las personas encuestadas pagarían en promedio mensual una tarifa de \$90.296. El 66.2% pagarían de \$30.000 a \$100.000 por el servicio mensual de wimax.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

		Total	SI ADQUIERE EL SERVICIO DE WI,AX QUE VELOCIDAD UTILIZARIA				
			100K	200K	300K	400K	1 GIGA
CUANTO DINERO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO	50000	37	28	9			
		22,9%	37,4%	16,8%			
	80000	28	22	3			3
		17,3%	29,2%	5,6%			100,0%
	130000	25		25			
		15,4%		46,1%			
	150000	25			22	3	
		15,4%			81,7%	100,0%	
	60000	12	3	8			
		7,1%	4,1%	15,8%			
	40000	9	9				
		5,6%	12,2%				
	70000	8	5	3			
		4,9%	6,6%	5,6%			
	90000	5		5			
		3,4%		10,1%			
	85000	3	3				
		1,9%	4,1%				
	30000	2	2				
		1,5%	3,3%				
	100000	2	2				
		1,5%	3,3%				
	170000	2			2		
		1,5%			9,1%		
	180000	2			2		
		1,5%			9,1%		
Total		161	75	54	27	3	3
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 11 CON 12

En el cruce de preguntas 11 y 12 cuanto dinero esta dispuesto a pagar vs. que velocidad de acceso a wimax utilizaría el 22.9% de total de encuestados pagarían \$50.000 mensuales; De los cuales el 37.4% de los encuestados pagarían por una velocidad de 100K, \$50.000 y el 16.8% de las personas pagarían por un 200K, \$50.000.

En conclusión las personas tienen claro que al llegar al mercado un nuevo servicio de internet se dinamiza la competencia y esto conduce no solo al descenso de las tarifas mensuales de acceso a internet; sino al desarrollo de una mejor oferta de servicios y contenidos; los usuarios esperan nuevos planes de acceso y a menor precio.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

	PORQUE CAUSA SE CAMBIARIA DEL SERVICIO ACTUAL										
	Total	TELEFONIA IP	EXELENTE SOPORTE TECNICO	VELOCIDAD	REUSO	NO OCUPAR LA LINEA TELEFONICA	CONEXION PERMANE NTE	TARIFA ECONOMICA	POR EL PORTATIL	PROMOC IONES	TENER BUEN ANCHO DE BANDA
QUE SERVICIO CONMUTADO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE	101	6	6	78	3	22	14	15		3	3
	62,8%	66,7%	41,6%	60,1%	13,9%	100,0%	63,8%	85,6%		100,0%	100,0%
ADSL	36	3	8	30	19		3		3		
	22,5%	33,3%	58,4%	23,5%	86,1%		13,8%		100,0%		
CABLE MODEM	21			21			2				
	13,2%			16,4%			11,2%				
INALAMBRICO	2						2	2			
	1,5%						11,2%	14,4%			
Total	161	9	15	129	22	22	22	17	3	3	3
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 4 CON 13

En el cruce de las preguntas 4 y 13 Por que causa se cambiaría al servicio de wimax vs. el servicio que tiene actualmente arroja que los usuarios de internet conmutado migrarían un 85.6% por tarifa económica, el 66.7% por telefonía IP y un 63.8% por conexión permanente.

Los usuarios de ADSL migrarían por: 86.1% por reuso; 58.4% por excelente soporte técnico y un 33.3% por telefonía. IP

En conclusión el tema de la velocidad de la navegación en internet es la principal causal para migrar del servicio actual de internet que poseen a wimax; ya que la conexión es lenta en el acceso conmutado y el reuso en el ADSL contratado con el proveedor de Internet no se cumple ya que se congestiona el canal internacional internet a ciertas horas diurna de alto trafico de datos.

**CAUCATEL S.A.E.S.P.**  
**UTILIZACION DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

		BENEFICIOS AL NAVEGAR CON WIMAX								
		Total	VELOCIDAD	VOZ SOBRE IP	ECONOMIA	CONEXION CONSTANTE	PROMOCIONES POR SER CLIENTE	CALIDAD	REALIZAR CONSULTAS EN CORTO TIEMPO	CONECTAR SE DESDE CUALQUIER LUGAR
QUE SERVICIO DE INTERNET TIENE ACTUALMENTE	CONMUTADO	101	86		39	27		9	3	3
		62,8%	61,5%		94,1%	81,8%		78,8%	100,0%	100,0%
	ADSL	36	30	22		6		2	3	
		22,5%	21,6%	100,0%		18,2%		21,2%	100,0%	
	CABLE MODEM	21	21		2					
		13,2%	15,2%		5,9%					
	INALAMBRICO	2	2				2			
		1,5%	1,7%				100,0%			
Total		161	140	22	41	33	2	12	3	3
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

PREGUNTA 4 CON 14

En el cruce de preguntas 4 y 14 los beneficios que se espera encontrar al utilizar el servicio wimax vs. el servicio de internet actual arrojó que el 87% del total de las personas encuestadas espera velocidad; el 25% del total de las personas espera economía y el 20% de los encuestados espera conexión constante.

En conclusión con el servicio de wimax se pretende competir con las conexiones de banda ancha de fibra óptica como el cablemodem y ADSL. Que permita integrar servicios de voz, datos y vídeo a través de la red, las personas esperan calidad, nuevos planes de conexión a menor precio.

#### **4.1.1.2 SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**

Las alternativas de mercadeo de interés para Caucatel S.A.E.S.P. corresponden a requerimientos de información amplios y extensos. Se necesita de un programa de mercadeo y esto implica el uso de múltiples fuentes de datos.

Comprende el estudio de las reacciones de los usuarios de internet en la ciudad de Popayán y de las PYMES, que influyan sobre la aceptación del Servicio en el mercado.

Los usuarios de internet residenciales, sin importar el medio de acceso a la red mundial de internet es el grupo más influyente en el proceso de aceptación. Ellos pueden tener preferencias por las características del servicio de internet como lo es; la velocidad y a beneficiarse de servicios adicionales como la cuenta de correo, hosting, voz sobre IP.

La tarifa mensual y promociones son un factor influyente a la hora de escoger el medio y su proveedor de internet.

Otra área de investigación comprende el análisis de los mercados actuales, en este caso la tarea consiste en cuantificar el mercado de Popayán y sus alrededores, teniendo en cuenta características como tamaño, requerimientos del equipo, la hora y el lugar donde accede a internet.

Este enfoque de investigación implica fuentes de datos como; número de usuarios actuales, clasificados por la utilización de un medio de última milla como: Conmutado, RDSI, ADSL, inalámbrico y cable MODEM, publicados en la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios y la Superintendencia de Industria y Comercio y la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones.

#### **4.1.1.3. ESTUDIO DE ACEPTACIÓN DEL CONSUMIDOR**

Caucatel considera que se debe demostrar la aceptación o preferencia de los usuarios de internet, ya que será el factor crítico que influirá sobre los usuarios para que utilicen el Servicio.

Las preferencias de los usuarios por el servicio proporcionarán un incremento potencial en las ventas, resultante del desarrollo de la tecnología en el acceso a internet.

#### **4.1.1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

1. Determinar que mercados están interesados en adquirir el servicio de Internet.
2. Determinar las características que el servicio presenta para diferenciarse del resto de proveedores.
3. identificar las ventajas competitivas del servicio en la ciudad de Popayán.

#### **4.1.1.5 FUENTE DE DATOS**

Obtener los datos para satisfacer las necesidades de información, esto implicara formular preguntas a los usuarios de internet.

Con base en las necesidades de investigación realizaremos preguntas específicas para la recolección de datos, por medio de una encuesta a usuarios de internet residencial y Pymes, utilizando un cuestionario para realizar entrevistas personalizadas.

#### **MODELO DE ENCUESTA UTILIZADA**

ENCUESTA No.
--------------



**SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE POPAYAN**

Buenos días (tardes, noches) soy..... estudiante la Universidad del Cauca, en el momento estamos realizando un estudio sobre el servicio de Internet en la ciudad de Popayán, por favor nos atiende unos minutos;

0. Tiene usted Computador?

SI	1	PASE A LA PREG 1
NO	2	SUSPENDA

1. Su computador cuenta con tarjeta de red para conexión a internet?

SI	1	PASE A LA PREG 2
NO	2	SUSPENDA

2. Usted cuenta actualmente con servicio a internet?

SI	1	PASE A LA PREG 3
NO	2	SUSPENDA

3. Que proveedor le presta el servicio de internet?

CAUCANET	1
EMTEL	2
COLOMBIA TELECOMUNICACIONES	3
COLDECOM	4
ETB	5

4. Que servicio de internet tiene actualmente?

CONMUTADO	1
ADSL	2
CABLE MODEM	3
INALAMBRICO	4

5. En que lugar accede al servicio de internet?

EN CASA	1
EN LA OFICINA	2
EN LA UNIVERSIDAD	3
EN SALAS DE INTERNET	4
OTRA CUAL?	5

6. Al día cuantas horas accede usted a internet?

---

7. Para que utiliza internet? ( Encuestador, acepte respuestas múltiples)

PARA NAVEGAR	1
PARA CONSULTAR EL CORREO ELECTRÓNICO	2
PARA DESCARGAR MUSICA	3
PARA JUEGOS EN LINEA	4
VOZ SOBRE IP	5
Otra:	

8. Que debilidad presenta el servicio de internet al que usted accede actualmente?

---



---



---

9. Conoce usted el servicio de Wimax?

SI	1
NO	2

10. Que sabe sobre el servicio de Wimax?

---



---



---

11. Cuanto dinero esta dispuesto a pagar por el servicio?

---



---



---

12. Que velocidad le gustaría utilizar?

100K	1
200K	2
300K	3
400K	4
1 GIGA	5
2GIGAS	6

13. Por que causa se cambiaría de su servicio actual, al servicio de Wimax?

---



---



---

14. Que beneficios espera encontrar a la hora de utilizar el servicio de Wimax?

---



---



---

**PASE A DATOS DE CONTROL**

**DATOS DE CONTROL**

Nombre \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Barrio \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

Entrevistador \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

**CLASIFICACION**

SEXO		EDAD		CLASE SOCIAL		EDUCACIÓN	
HOMBRE	1	18 -25	1	ESTRATO 3	1	BACHILLER	1
MUJER	2	26 -35	2	ESTRATO 4	2	PREGRADO	2
		36-45	3	ESTRATO 5 / 6	3	POSTGRADO	3
		MAYOR DE 45	4	COMERCIAL	4		

**4.2. PROVEEDORES:**

Caucatel S.A.E.S.P tiene un manejo de proveedores centralizado a través de su holding TRANSTEL S.A. donde la vicepresidencia técnica realiza la compra corporativa enunciándola a través de proyectos, con el fin de manejar economía a escala, Transtel compra para las seis filiales que son: Empresa de teléfonos de Girardot, Empresa de teléfonos de Cartago, Bugatel, Telepalmira, Unitel que cubre

Cali, Yumbo y Jamundi, Cablevisión que presta el servicio de televisión por suscripción en la ciudad de Cali y CaucaTel en la ciudad de Popayán.

Transtel administra y opera los proyectos, a su vez factura a cada empresa filial mensualmente unos costos de arrendamiento de infraestructura, transmisión, equipos, canal internacional de Internet entre otros.

Oportunidad: Manejo centralizado de Proveedores por parte de Transtel.

TECNOLOGIA: EN Colombia los grandes proveedores de soluciones en Telecomunicaciones ofrecen a los operadores telefónicos las siguientes cuatro tecnologías para prestar el servicio de banda ancha:

- ADSL
- CABLE
- SATELITAL
- WIMAX

OPORTUNIDAD: Las conexiones a Internet de alta velocidad, hace dos años era un lujo exclusivo de gente con alto poder adquisitivo o de empresas; hoy con las tecnologías existentes es un servicio común y al alcance de muchos, incrementándose la oferta en el mercado, lo que hizo que los precios bajaran de manera considerable.

#### **4.3. COMPETENCIA**

La verdadera promesa del Wimax está en la movilidad, porque si bien los usuarios de Wimax pueden estar lejos, deben estar fijos atados al lugar a donde llegue la señal, el Internet móvil lo puede suministrar el operador celular en este caso COMCEL, ya que aprovecha la conectividad que da el teléfono celular y conectarlo a su PC portátil y PDA.

Es el músculo financiero de los grandes operadores como los celulares; COMCEL, cuya casa matriz TELMEX tiene como objetivo la penetración en América Latina en negocios de banda ancha e inalámbrica lo que le permite manejo de economía de escala y manejar tarifas competitivas en todo Colombia.

AMENAZA. Presencia de Multinacionales en la operación del servicio de Telecomunicaciones en el país.

#### **4.4. ENTIDADES REGULADORAS:**

El Ministerio de Comunicaciones es la entidad reguladora para el servicio de valor agregado de Wimax, para la empresa sería una amenaza si no le concede la licencia de funcionamiento en el departamento del Cauca ya que a la fecha han licitado cuatro oferentes para un cupo de dos operadores en el departamento.

OPORTUNIDAD: Si le conceden la licencia regional para operar wimax en el departamento del Cauca.

AMENAZA: Si NO le conceden la licencia regional para operar el wimax en el Departamento del Cauca.

#### 4.4.1. FACTORES POLITICOS Y SOCIALES:

La tecnología Wimax utilizará la banda de espectro de 3.5GHz, cuya licencia de uso la define el Ministerio de Comunicaciones, por ende depende de este Ministerio como repartirá en el departamento del Cauca el espectro, definiendo que operadores podrán utilizarla y más aún cuanto va a cobrar por la licencia.

Dado los antecedentes fiscalistas del Estado Colombiano en el tema de Licencias para operaciones en Telecomunicaciones, la cifra puede ser lo suficientemente alta como para dejar por fuera a muchos competidores que no tendrán recursos; si esa eventual licitación queda en manos de los grandes operadores en telecomunicaciones, Colombia habrá perdido la gran oportunidad del Wimax.

Al entrar en vigencia El Tratado de Libre Comercio TLC, el sector de las Telecomunicaciones en Colombia se ve amenazado ante la creciente competencia de operadores internacionales que solicitarían a los operadores de telefonía fija el arrendamiento de las redes de cobre desde el bastidor hasta el cliente final; bucle de abonado; dándoles una ventaja competitiva ya que operarían economías de escala, generando mayor eficiencia en la operación de redes.

**AMENAZA:** Aprobación del Tratado de Libre Comercio por parte de Estados Unidos.

Colombia tiene un crecimiento sobresaliente en banda ancha, pero sigue rezagada en América Latina, una de las razones es la baja penetración de PC.

Sin embargo en cuanto penetración, número de conexiones por cada 100 habitantes, Colombia se encuentra por debajo de otros países de la región: el 1.5% de nuestro país contrasta con el 1.9% de la penetración de Perú y Venezuela, el 3% de Brasil; el 4.1% de Argentina, 6.8% de Chile, la principal barrera son la baja densidad de computadores 5.8% por cada 100 habitantes, y los precios de los PC que aun no permiten una completa masificación de la banda ancha; aunque el Gobierno ha tomado medidas como la eliminación del IVA para computadores con precios inferiores a 1.7 millones.

**AMENAZA:** La baja penetración de los PC.

#### ANALISIS DE ENTORNOS

VARIABLE IPC	RELACION CON EL SECTOR	TENDENCIA AÑO %	INCIDENCIA
Índices de precios al consumidor.	Si el índice crece aumentan las tarifas de venta y disminuye la compra de servicio de Telecomunicaciones.	2006 4.2 2007 4.6 2008 6.5 2009 6.1 2010 5.2	La incidencia es positiva porque el índice de precios al consumidor tiende a la baja.

Desempleo	Notamos una leve tendencia al crecimiento lo que influye negativamente para la organización y el sector de las Telecomunicaciones.	2005 11.2 2006 13.5 2007	La incidencia es negativa, pues no es una buena señal sobre el futuro de la salud de la economía.
Reevaluación	Si el dólar baja al importar equipos de alta tecnología y la negociación con carriers internacionales favorece a la empresa. Tener el dólar más barato es una ventaja.	2006:\$2238.79 2007:\$1896.07	La incidencia es positiva la empresa y el sector al comprar tecnología lo hacen en dólares con la tasa representativa del mercado.

## 5. ESTRATEGIAS DE APOYO PARA LAS AREAS FUNCIONALES

### 5.1 Estrategias

Fortalecimiento de las áreas funcionales buscando superar las debilidades y convertirlas en oportunidades para la organización.

### 5.2. Objetivo General

Lograr que las áreas funcionales de la organización actúen de manera conjunta para obtener mejores resultados a la hora de evaluar la situación de la empresa.

#### 5.2.1. Área Comercial y Administrativa

##### 5.2.1.1. Objetivos Específicos

- Ampliación de cobertura para estratos 5 y 6 de la ciudad de Popayán.

- Plan de retención de líneas telefónicas para clientes residenciales.
- Desarrollar nuevos servicios de Telecomunicaciones.
- Promocionar los servicios suplementarios como el casillero de voz, la llamada en espera, la conferencia tripartita, para que los clientes saquen mayores beneficios al uso de la telefonía fija.

## 5.2.2. Área Operativa

### 5.2.2.1. Objetivos Específicos

- Ampliar distritos con cobertura de redes en cobre del sector centro y norte de la ciudad de Popayán.

### RUTERO OPERATIVO

ESTRATEGIA ACCION	CRONOGRAMA S	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	OBSER
1. Fortalecimiento de las áreas funcionales.				
1.1 Area comercial y Administrativa	Julio 30 a Agosto 30		Gerente General	
1.1.1 Revisión de los actuales planes tarifarios que ofrece la compañía.	Julio 15 a Julio 30.		Vicepresidencia Comercial, gerencia y Jefatura atención al cliente	
1.1.2 Estructurar el plan de retención de clientes para aprobación.	Julio 15 a Septiembre 15		Vicepresidencia Comercial y Jefe de Atención al cliente	
1.1.3 Lanzamiento	Septiembre 15		Jefe de Atención	

de planes de retención.	a Septiembre 30.		al Cliente	
1.1.4 Capacitación a todo el personal de la compañía en los nuevos planes de retención.	Septiembre 1 a Septiembre 15.	\$300.000	Jefe de Atención al cliente	
1.1.5 Ejecución del plan de retención de clientes.	Julio 15 a Noviembre 30.		Jefe de Atención al cliente , personal ventas y servicio al cliente	
1.1.6 Diseñar plan de acción para masificación de los servicios suplementarios dirigidos a los clientes actuales de la compañía.	Julio 15 a Agosto 15.	\$2.000.000	Vicepresidente Comercial y Jefe de atención al Cliente	
1.1.7 Montaje del plan de medios para la masificación de los servicios especiales.	Agosto 15 a Septiembre 15.	\$1.500.000	Vicepresidente Comercial, jefe de Atención al Cliente	
1.1.8 Capacitación a todo el personal sobre el plan de masificación.	Septiembre 15 a Septiembre 30.	\$300.000	Jefe de Atención al cliente	
1.2 Área Operativa				
1.2.1 Diseño de la red para el sector norte y centro de la ciudad de Popayán.	Julio 1 a Septiembre 1.	\$1.250.0000	Vicepresidente Técnico, Jefe Técnico	



1.2.2 Construcción de la red.	Septiembre 15 a Noviembre 15.	\$50.000.000	Jefe Técnico	
1.2.3 Puesta en marcha de los distritos para comercializarse.	Noviembre 15.		Jefe de atención al Cliente	
1.2.4 Estudio de factibilidad.	Julio 15 a Septiembre 15.	\$1.250.000	Gerente General, jefe Técnico	
1.2.5 Aprobación del estudio por parte de la junta directiva.	Septiembre 15 a Septiembre 20.		Gerente General	
1.2.6 Montaje de estructura inalámbrica.	Septiembre 20 a Octubre 30.		Jefe Técnico	

## 6. Desarrollo de nuevos servicios

Analizando la tendencia y el avance de la tecnología con respecto a los servicios de telecomunicaciones se puede determinar que el Wimax; Internet inalámbrico; pueden llegar a tener una muy buena acogida en la ciudad de Popayán ya que esto facilita una mejor y rápida comunicación.

### 6.1.1. Justificación.

Una red inalámbrica; Wimax; le proveerá al operador un cubrimiento de red más rápido y amplio, comparado con una red fija. Por lo tanto, hay un más amplio potencial de conectar más rápido a clientes nuevos y crecer la base de clientes rápidamente.

Sin embargo, esto también es verdad para la competencia. La competencia crecerá más rápido y será más fuerte. El operador que es capaz de combinar una estrategia de mercado agresiva con una red de calidad, es normalmente aquel que sobresale, Ej. Logra la mayor porción del mercado.

### 6.1.2. Objetivo General

Satisfacer la necesidad de los usuarios actuales y potenciales para fortalecer el nuevo servicio de Wimax en la ciudad de Popayán y lograr mayores utilidades.

### 6.1.3. Objetivos específicos

- Lograr el cubrimiento de la zona centro y norte de la ciudad de Popayán.
- Posicionar el servicio de Wimax como una de las marcas en el servicio de las telecomunicaciones en CaucaTel, con alta calidad y precios competitivos.
- Incrementar el número de usuarios y retener los clientes actuales.

### RUTERO OPERATIVO

ESTRATEGIA ACCIONES	CRONOGRAMA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	OBSERV
1. Introducción del servicio Wimax en la ciudad de Popayán.				
1.1 Investigación de Mercados cuantitativa.	1 agosto-10 agosto	\$5.000.000	Vicepresidencia Comercial	
1.2 Investigación de mercados cualitativa.			Vicepresidencia Comercial	
1.2.1 Viabilidad de la aceptación del servicio.			Presidencia y Vicepresidencias Transtel	
1.2.1.1 Aplicación de la encuesta.	11 agosto-3 de septiembre	\$10.000.000		
1.3 Diseño y Slogan.				
1.4 Plan de ventas	3 septiembre-30 septiembre	\$1.500.000	Presidencia y Vicepresidencia Comercial	
1.4.1 Lanzamiento	15 de octubre	\$10.000.000	Vicepresidencia Comercial,	

			Gerente y Jefe de Atención al cliente	
1.5 Seguimiento y control.	16 octubre – 31 diciembre		Gerente y Jefe de Atención al Cliente	
1.6 Ejecución del plan de comunicación para el servicio wimax.	3 de Septiembre – 15 de Febrero de 2008.		Vicepresidencia comercial y jefe de atención al cliente.	

Para el desarrollo de este rutero se realizara una adición del presupuesto del año 2007.

### MATRIZ DE ADECUACION DE ESTRATEGIAS

FACTORES INTERNOS CLAVES	FACTORES EXTERNOS CLAVES	ESTRATEGIAS RESULTANTES
Tecnología de punta.	Lanzamiento de tecnologías inalámbricas en el Mundo.	Estrategia de expansión del mercado
Pertenecer a una holding corporativa	Demanda potencial identificada para el acceso a banda ancha.	Estrategia de desarrollo del mercado
único operador de telefonía fija que ofrece empaquetamiento de servicios(voz-internet)	Índices de Precios al Consumidor.Revaluación	Estrategia de diversificación

## 6.2. Nomenclatura F (1.4.11) – O (3, 1,7)

### 6.2.1. Descripción

Se ha comprendido por parte de CaucaTel que cuanto más agresivas sean las acciones de la empresa en nuevos mercados más alta será la probabilidad de ganar una mayor participación en el mercado y por lo tanto obtener más altos ingresos para el futuro. Una estrategia agresiva de mercado incluye altos subsidios, básicamente entregándolos gratis. Se ha acordado que CaucaTel actuará agresivamente en todos los mercados nuevos.

### **6.2.2. Objetivo General**

Incrementar la participación en el mercado o ahuyentar a la competencia. En los mercados donde la empresa posee más o menos un monopolio, la estrategia es incrementar su red fija e igualar la oferta WiMAX de sus competidores.

### **6.2.3. Objetivos Específicos**

1. El grupo objetivo es de consumidores de ingresos bajos y medios que pueden generar grandes números.
2. El propósito de incrementar una mayor participación en el mercado es generar más ventas e indicar a los clientes dónde comprar.

### **6.2.4. Políticas**

1. Contar con su propia fuerza de ventas directas, incluyendo sus propios locales de venta. Este canal de distribución continuará siendo importante con la introducción de WiMAX. Siendo la principal razón la necesidad de los clientes de obtener asistencia profesional para poder instalar y operar los CPE necesarios.
2. La tecnología inalámbrica (tal como celular y WiMAX) abre la posibilidad de utilizar canales de venta indirectos, Ej., agentes y minoristas. La principal razón para utilizar canales de ventas indirectos es la posibilidad de incrementar el número de puntos de venta a un costo menor igual que la de asegurarse que estos puntos de venta estén localizados en los lugares donde los clientes normalmente hacen sus compras.

## RUTEROS COMERCIALES

### SERVICIOS

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TACTICAS	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	CRONOGRAMA
El grupo objetivo es de consumidores de ingresos medios y altos. El propósito de incrementar una mayor participación en el mercado es generar más ventas e indicar a los clientes dónde comprar.	Incrementar el número de usuarios potencializando la zona norte y centro de la ciudad de Popayán.	Realizar censo de venta, apoyado en telemercado o de clientes actuales y de la competencia. Realizar showroom en sitios estratégicos de la Ciudad. Brigadas de Instalación Inmediata	\$6.000.000	Jefe de atención al cliente.	Julio 15 a noviembre 30.

### PRECIOS

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TACTICAS	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	CRONOGRAMA
Estructurar una tarifa fija mensual Para Planes de banda ancha de acuerdo a la velocidad y al	Ofrecer precios asequibles para los estratos 3, 4,5 y 6, obteniendo utilidades. Le otorga a Caucatel la	Tener en cuenta a la hora de fijar los precios la tarifa que ofrecen los demás operadores		Vicepresidente Comercial y Jefe de Atención al Cliente	Julio 15 a Noviembre 30.

reuso. No canibalizar otras marcas de Caucatel. Ej. Servicio de internet conmutado y ADSL	oportunidad de introducir nuevos Planes tarifarios sin afectar los actuales.				
---	---	--	--	--	--

### COMUNICACION

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TACTICAS	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	CRONOGRAMA
Dar a conocer el servicio de Wimax a nuestros clientes actuales y posibles potenciales. A traves de la publicidad de la marca y para Campañas de ventas.	Utilizar nuestra propia fuerza de venta.	Estructurar Plan de Medios y Comunicación para el lanzamiento del Servicio wimax..	\$7.000.000	Vicepresidente Comercial y Jefe de Atención al Cliente	Julio 15 a Noviembre 30.

**PRESUPUESTO ANUAL DE VENTAS WIMAX**

<b>AÑO</b>	<b>HOGAR</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<b>TOTAL</b>
2007	334	81	415
2008	1121	263	1384
2009	342	80	422
2010	365	86	451
2011	90	21	111

## CONCLUSIONES

1. El diseñar un plan de mercadeo para Caucatel nos da una visión para buscar nuevas oportunidades en el mercado total a través del conocimiento real de los consumidores.
2. La empresa debe de buscar el posicionamiento de todas las marcas en la mente del consumidor.
3. El negocio de las telecomunicaciones cambio en le país; la convergencia tecnológica y la orientación de los operadores a los clientes y segmento son las principales estrategias de venta. Hasta hace poco los operadores de telefonía tenían marcas para cada uno de sus productos, hoy el mercado de las telecomunicaciones se ha transformado radicalmente, la estrategia para competir es la integralidad de los servicios para alcanzar economías de escala, mejores tarifas y mayor cercanía con los clientes.
4. En el sector de las Telecomunicaciones, la oferta de servicios tendrá características similares, los proveedores del servicio deben lograr que el servicio y el posicionamiento sean relevantes para el mercado del consumidor final y organizacional.
5. El estudio que se realizo sobre la introducción del servicio Wimax de la empresa Caucatel en la ciudad de Popayán muestra como resultado que las personas estarían dispuestas a cambiarse al servicio si se les ofrecen mejores condiciones como lo es la velocidad y las tarifas.



## RECOMENDACIONES

1. Para Caucatel es importante buscar nuevos servicios que ofrecer es por eso que el grupo recomienda que la empresa busque presencia en los estratos donde aun no ha llegado y la utilización del servicio Wimax será una de las mayores oportunidades para lograrlo.

Con esta estrategia caucatel lograría masificar sus productos, mejorar la cobertura y conquistar nuevos mercados en la ciudad, llevando la mejor tecnología, las más atractivas formas y alternativas de comunicación para atender las necesidades de los consumidores.

2. Se recomienda a Caucatel ofrecer en su portafolio de servicios el plan Wimax para los clientes a los cuales no se ha podido llegar con las tarifas económicas mensuales y aprovechar la fuerza de venta propia con que cuenta.

## BIBLIOGRAFIA

- Marketing Estratégico en Latinoamérica, Guillermo D'Andrea y John Quelch – 1ª ed. – Buenos Aires: Pearson Education, 2001.
- Fundamentos de Marketing, Stanton – Etzel – Walter – 11 ediciones – México D.F: Mc Graw Hill.
- Comportamiento del Consumidor, Loudon y Della Bitta – México D.F: Mc Graw Hill.
- Gerencia de marketing, Sexta edición Mc Graw Hill, Gultinan, Paúl Madden
- Conceptos de Administración estratégica, Fred R. David
- [www.cintel.org.co](http://www.cintel.org.co)
- [www.dinero.com.co](http://www.dinero.com.co),
- [www.portafolio.com.co](http://www.portafolio.com.co)

# ANEXOS

## ANALISIS INTERNO

### **FORTALEZAS**

1. Pertenecer al grupo corporativo transtel, donde existen áreas centralizadas en Cali como Técnica, Mercadeo, sistemas, gestión humana, etc. que soportan la operación de las seis empresas filiales.
2. Estructuración de objetivos y metas que le dan al grupo gerencial de Caucatel el norte para el direccionamiento de la organización.
3. Empoderamiento y delegación de autoridad en los mandos medios.
4. Contar con herramientas informáticas para las áreas de operación y apoyo de la compañía.
5. Estabilidad laboral y garantías legales en la contratación del 100% de los empleados.
6. Cuenta con un personal capacitado constantemente, el área operativa y de servicio al cliente se les realiza actualizaciones a través del Sena.
7. Cuenta con una fuerza de ventas propia y capacitada para asesorar a clientes potenciales y actuales en diferentes temas.
8. Empaquetamiento de servicios.
9. Posicionamiento de la marca Caucanet en la zona de cobertura de redes de Caucatel con su plan Intervox.
10. Contar con personal técnico y parque automotor propio e identificado.
11. Único operador de telefonía fija que ofrece servicios complementarios.

### **DEBILIDADES**

1. El plan Intervox no se puede vender a clientes residenciales estrato 5 y 6 por no contar con cobertura en redes de cobre hacia esa zona de la ciudad de Popayán.
2. Disminución e instalación de líneas telefónicas y la devolución de las líneas fijas por migración a la telefonía celular.
3. Por no contar con cobertura de redes en toda la ciudad, al vender Internet conmutado a suscriptores de Emtel y Telecom, el ingreso para la empresa es solamente el valor del cargo fijo.
4. El ADSL no se puede vender ni instalar en toda la ciudad por no contar con red de cobre.
5. La red de cobre del centro y norte de la ciudad esta copada.

**MATRIZ DE PONDERACION FACTORES INTERNOS**

MUY ALTO	4	8	F3,F5,F7,D 3,F9, F10 12	D1,D4,D5  16
ALTO	3	6	F11 9	F1,F2,F4,F 6,F8 D2 12
MEDIO	2	4	6	8
BAJO	1	2	3	4
	BAJO	MEDIO	POSITIVO SEVERO	EXCELENTE CATASTRO.

**CUADRO PESO PONDERACION MATRIZ MEFI**

## FACTORES INTERNOS CLAVES

	<b>FORTALEZAS</b>	
1	12/201=	0.06
2	12/201=	0.06
3	12/201=	0.06
4	12/201=	0.06
5	12/201=	0.06
6	12/201=	0.06
7	12/201=	0.06
8	12/201=	0.06
9	12/201=	0.06
10	12/201=	0.06
11	9/201=	0.04
12	16/201=	0.08
13	12/201=	0.06
14	12/201=	0.06
15	16/201=	0.08
16	16/201=	0.08

## MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR INTERNO

### FACTORES INTERNOS CLAVES

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	RESULTADO
1	0.06	4	0.24
2	0.06	4	0.24
3	0.06	3	0.24
4	0.06	3	0.24
5	0.06	4	0.24
6	0.06	4	0.24
7	0.06	4	0.24
8	0.06	4	0.24
9	0.06	4	0.24
10	0.06	4	0.24
11	0.04	4	0.16
<b>DEBILIDADES</b>			
12	0.08	1	0.08
13	0.06	1	0.06
14	0.06	1	0.06
15	0.08	1	0.08
16	0.08	1	0.08
			<b>2.8</b>

## ANALISIS

El resultado del análisis interno igual a 2.8 esta por encima del promedio (2.5) lo que indica que la empresa tiene una buena posición a nivel interno, sin embargo no se deben dejar de lado las debilidades encontradas pues con el mejoramiento y la corrección de ellas la empresa puede llegar a obtener mejores resultados.

## ANALISIS EXTERNO

<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demanda potencial identificada para el acceso a banda ancha.</li> <li>2. Manejo centralizado de proveedores por parte de Transtel.</li> </ol>

3. En estos momentos el uso de las tecnologías existentes es un servicio común y al alcance de muchos.
4. Falencias Comerciales de la competencia local, pues no cuentan con soporte técnico, no hay grupo de asesores comerciales permanente y no cuentan con horario de atención extendido en servicio al cliente.
5. Si le conceden la licencia regional para operar Wimax en el departamento del Cauca.
6. Reevaluación.
7. Índices de Precios al Consumidor.

**AMENAZAS**

1. Presencia de multinacionales en la operación del servicio de telecomunicaciones en el país.
2. la no concesión de la licencia para operar el Wimax en el departamento del Cauca.
3. Aprobación del tratado de libre comercio por parte de Estados Unidos.
4. La baja penetración de los PC en los estratos bajos.
5. Desempleo.

**MATRIZ DE PONDERACION FACTORES EXTERNO**

MUY ALTO			O1 12	O2,O4,O5, O7,A1
----------	--	--	----------	--------------------



	<b>4</b>	<b>8</b>		<b>A2</b> <b>16</b>
<b>ALTO</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>O3,A5</b> <b>9</b>	<b>12</b>
<b>MEDIO</b>	<b>2</b>	<b>O6</b> <b>4</b>	<b>A3,A4</b> <b>6</b>	<b>8</b>
<b>BAJO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	BAJO	MEDIO	POSITIVO SEVERO	EXCELENTE CATASTRO.

**CUADRO PESO PONDERACION MATRIZ MEFE**

**FACTORES EXTERNOS CLAVES**

<b>1</b>	<b>12/142</b>	<b>0.08</b>
<b>2</b>	<b>16/142</b>	<b>0.11</b>
<b>3</b>	<b>9/142</b>	<b>0.6</b>

4	16/142	0.11
5	16/142	0.11
6	4/142	0.03
7	16/142	0.11
8	16/142	0.11
9	16/142	0.11
10	6/142	0.04
11	6/142	0.04
12	9/142	0.04

## MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR EXTERNO

### FACTORES EXTERNOS CLAVES

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>RESULTADO</b>
1	0.08	1	0.08
2	0.11	1	0.11
3	0.06	1	0.06
4	0.11	1	0.11
5	0.11	1	0.11
6	0.03	1	0.03

7	0.11	1	0.11
<b>AMENAZAS</b>			
12	0.11	4	0.44
13	0.11	4	0.44
14	0.04	4	0.16
15	0.04	3	0.12
16	0.06	4	0.24
			<b>2.01</b>

## ANALISIS

El resultado del análisis externo nos arroja un 2.01 que nos muestra una posición media en cuanto al tema externo, la empresa debe de tratar de convertir las amenazas que se presentan en este momento en oportunidades para aumentar su crecimiento externo, se deben de aplicar estrategias intensivas de mercadeo.

## MATRIZ PEYEA

### MATRIZ DE LA POSICION ESTRATEGICA Y EVALUACION DE LA ACCION

**POSICIÓN ESTRATEGICA  
INTERNA.**

**FUERZA FINANCIERA**

Liquidez	3
Rendimiento sobre la inversión	4
Apalancamiento	4
Capital de trabajo	4
Flujo de efectivo	5
Facilidad para salir del mercado	3

**23/6=3.8**

**VENTAJA COMPETITIVA**

Calidad en el servicio	-2
Lealtad del cliente	-5
Conocimiento tecnológico	-1
Central proveedores	-2

**13/5= -2.6**

El valor de X es igual a 1.8

**POSICION ESTRATEGICA  
EXTERNA.**

**ESTABILIDAD DEL AMBIENTE**

Cambios tecnológicos	-2
Tasa de inflación	-3
Barrera de entrada	-3
Posición competitiva	-5
Elasticidad de la demanda	-3

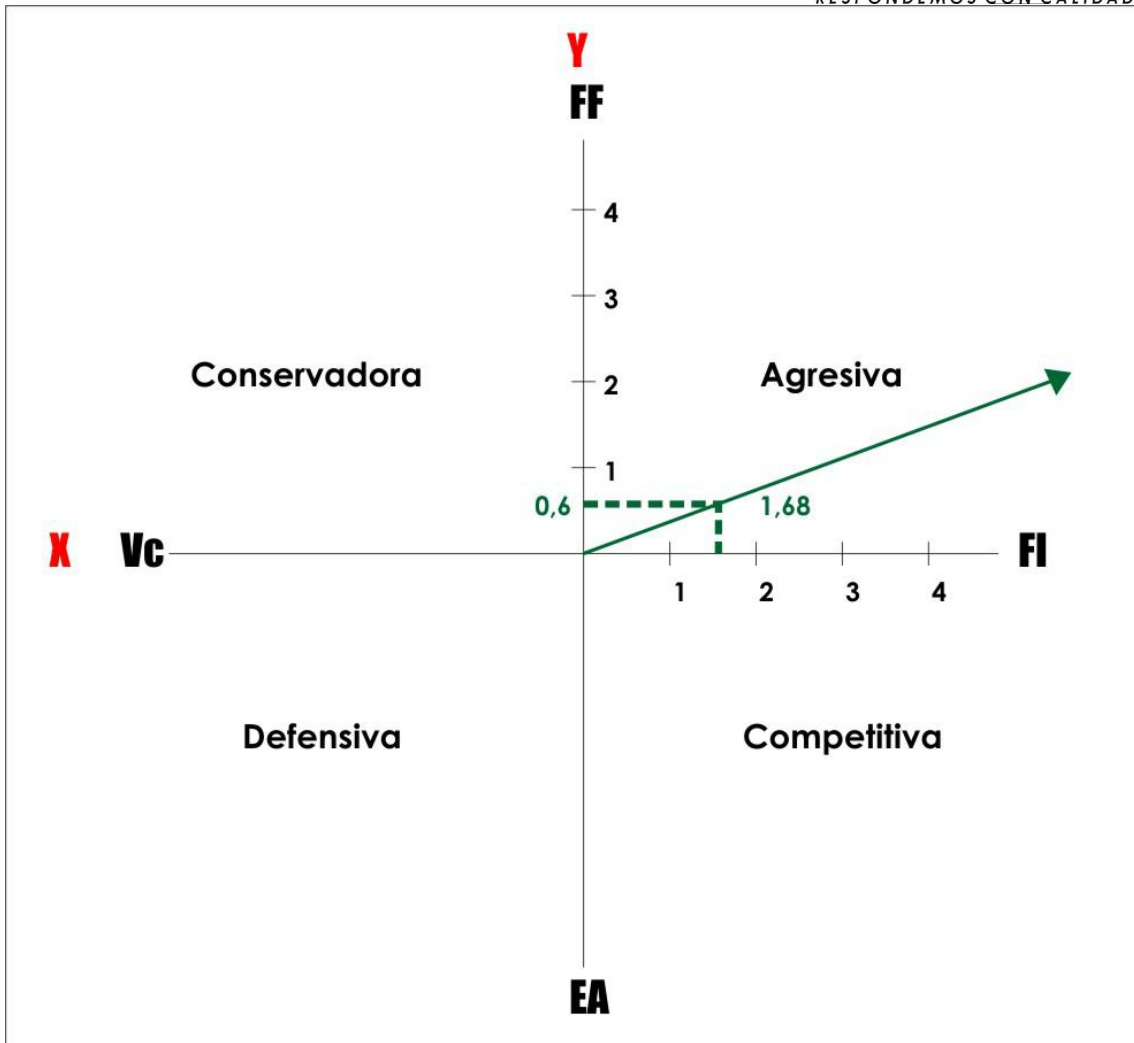
**-16/5= -3.2**

**FUERZA DE LA INDUSTRIA**

Potencial de crecimiento	3
Estabilidad financiera	4
Conocimiento tecnológico	6
Aprovechamiento de recursos	5
Fuerza para entrar al mercado	4

**22/5= 4.4**

El valor de Y es igual a 0.6



### ANALISIS

La empresa se muestra financieramente fuerte con ventajas competitivas en un sector de las telecomunicaciones dinámico y creciente.

**MATRIZ IE**

**MATRIZ MEFI**

M  
E  
F  
E

I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

**ANALISIS**

Estrategia Intensiva: Caucatel S.A.E.P en la ciudad de Popayán debe ganar participación en el mercado, ampliando la cobertura en servicios de telecomunicaciones para toda la ciudad, utilizando tecnologías sustitutas como lo es la inalámbrica.





**CAUCATEL S.A. E.S.P.**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

<b>Concepto</b>	<b>ENERO</b>	<b>FBRO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTB</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVBRE</b>	<b>DICBRE</b>
<b>INGRESOS NETOS OPERACIONALES</b>												
Servicios de Telecomunicaciones:												
Servicios	458.382.755	467.355.673	445.404.947	428.195.638	411.452.928	503.611.280	487.154.284	465.300.038	449.689.717	461.883.841	440.167.064	443.795.876
<b>Total Ingresos</b>	458.382.755	467.355.673	445.404.947	428.195.638	411.452.928	503.611.280	487.154.284	465.300.038	449.689.717	461.883.841	440.167.064	443.795.876
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>												
Depreciación	194.293.983	194.633.838	194.575.794	198.637.134	200.639.666	178.641.025	180.638.153	182.635.817	184.634.033	186.633.010	188.632.448	190.631.969
Gasto de Personal	23.778.589	31.426.729	43.579.770	33.040.545	34.975.506	39.371.178	36.353.912	40.412.696	32.390.052	30.270.047	28.873.984	34.117.339
Arrendamientos	49.039.902	50.272.990	51.646.223	50.371.853	50.572.441	50.069.794	48.580.009	49.208.401	48.085.401	50.052.119	48.136.401	49.044.449
Servicios Públicos	7.620.634	8.368.528	6.689.697	8.076.437	8.875.760	6.947.546	5.196.202	8.579.449	6.974.073	7.142.085	8.103.884	6.361.878
Seguros	6.052.692	6.787.571	4.478.674	246.930	17.354.894	6.350.740	762.869	38.857.161	8.136.924	7.674.500	7.674.500	7.674.500
Mantenimiento	9.704.098	16.033.680	4.186.401	4.504.244	10.205.255	9.745.282	6.733.427	10.807.891	5.548.873	7.784.630	5.692.875	3.946.082
Publicidad y Propaganda	2.891.550	2.768.113	1.000.000	2.218.400	652.580	1.151.518	2.056.621	18.200	3.970.000	250.000	700.000	1.486.483
Materiales y Suministros	1.127.573	3.947.990	2.813.791	1.983.011	2.079.478	5.238.200	1.634.277	2.401.143	2.078.364	2.270.764	1.874.750	2.766.317
Comunicación y Transporte	457.000	336.600	154.600	6.000	112.700	221.300	873.310	323.350	372.300	372.300	183.200	211.400
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	294.966.021	314.576.039	309.124.950	299.084.554	325.468.280	297.736.583	282.828.780	333.244.108	292.190.020	292.449.455	289.872.042	296.240.417
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	163.416.734	152.779.634	136.279.997	129.111.084	85.984.648	205.874.697	204.325.504	132.055.930	157.499.697	169.434.386	150.295.022	147.555.459
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>												
Gastos de Personal	28.451.370	31.249.773	26.485.557	29.828.793	30.702.270	33.215.249	29.931.596	30.405.104	42.981.731	26.579.966	27.364.795	29.772.768
Honorarios	22.380.686	4.186.728	5.141.841	6.249.291	14.764.800	8.296.408	8.759.483	14.882.537	17.861.359	9.929.758	13.145.194	10.860.901
Servicios	2.790.783	3.298.231	2.377.407	3.224.703	4.257.727	2.464.943	2.040.648	3.058.989	2.446.381	2.361.327	2.958.420	2.353.275

<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	53.622.839	38.734.732	34.004.805	39.302.787	49.724.797	43.976.600	40.731.727	48.346.630	63.289.471	38.871.051	43.468.409	42.986.944
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	109.793.895	114.044.902	102.275.192	89.808.297	36.259.851	161.898.097	163.593.777	83.709.300	94.210.226	130.563.335	106.826.613	104.568.515
<b>OTROS INGRESOS</b>												
Conciliación operadores LD y celulares	41.000.000	42.000.000	40.500.000	43.000.000	42.000.000	43.000.000	44.000.000	42.000.000	45.000.000	43.000.000	42.500.000	44.000.000
<b>TOTAL OTROS INGRESO</b>	41.000.000	42.000.000	40.500.000	43.000.000	42.000.000	43.000.000	44.000.000	42.000.000	45.000.000	43.000.000	42.500.000	44.000.000
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b>	150.793.895	156.044.902	142.775.192	132.808.297	78.259.851	204.898.097	207.593.777	125.709.300	139.210.226	173.563.335	149.326.613	148.568.515
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	52.777.863	54.615.716	49.971.317	46.482.904	27.390.948	71.714.334	72.657.822	43.998.255	48.723.579	60.747.167	52.264.315	51.998.980
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	98.016.032	101.429.186	92.803.875	86.325.393	50.868.903	133.183.763	134.935.955	81.711.045	90.486.647	112.816.168	97.062.298	96.569.535

LOGOS



