



**UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE TV POR CABLE EN
LOS SECTORES SUB-URABANOS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL (MAPASINGUE)**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL**

AUTORES:

**JESSICA CAJAPE REYES
VERONICA LUCAS GERRA**

TUTOR: MSC. JORGE GARCÍA REGALADO

GUAYAQUIL, OCTUBRE DEL 2011

DEDICATORIA

Les dedicamos este proyecto de graduación a nuestros Padres que siempre nos han apoyado y que forman una gran parte dentro de nuestra investigación, a nosotras porque obviamente somos las autoras de este trabajo donde plasmamos todo nuestro esfuerzo y a todos los que nos han apoyado.

AGRADECIMIENTO

Con este proyecto le agradezco a mis familiares por ayudarme y apoyarme, al Economista. Jorge García Regalado quien fue el tutor principal de esta investigación y a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
INDICE GENERAL.....	III
ÍNDICE DE GRÁFICO	IV
ÍNDICE DE TABLA	V
INTRODUCCIÓN.....	8
1.- Descripción del Problema	8
2.- Justificación del Problema	9
3.- Marco Teórico.....	10
4.- Metodología.....	11
4.1.- ANTEDENTE DEL MERCADO DE TV POR CABLE.....	12
4.1.1 televisión por cable.....	15
4.1.2televisión codificada terrestre.....	15
4.1.3 television codificada satelital.....	16
4.2.- ANALISIS DEL MERCADO	19
4.2.1 El servicio de claro tv.....	19
4.2.2 Consumidor Claro tv.....	20
4.2.2.1 Consumidor actual.....	21
4.2.3 Target	22
4.2.4 Ingresos del consumidor.....	23
4.2.5 Sector limitativo del servicio.....	24
4.2.6 Demanda del servicio.....	26
4.2.6.1 Situación actual de la demanda.....	27
4.2.6.2 Indicadores de la demanda.....	28
4.2.7 Tamaño del mercado potencial.....	27
4.2.7.1 Tamaño de la muestra.....	28
4.2.7.2 Formato de la encuesta.....	28
4.2.7.3 Tabulacion de la encuesta telefonica.....	29
4.2.8 Analisis FODA.....	32
4.2.9 Analisis de la competencia	33
4.2.9.1 Directv.....	34
4.2.9.2 Grupo tv cable.....	34

4.2.9.3 Univisa	34
4.3.- ESTRATEGIA PARA ALCANZAR EL MERCADO META.....	35
4.3.1 Tipo de tecnología a implementar.....	36
4.3.2 Ventaja competitiva.....	37
4.4.- SISTEMA ORGANIZACIONAL	38
4.4.1 Estructura de RRHH	39
4.4.2 Estructura jurídica:	40
4.4.3 Estructura técnica:.....	42
4.4.5 Estructura de sistemas.	43
4.5- MARCO JURIDICO	44
4.5.1 Superintendente de telecomunicaciones	44
4.5.2 Del uso satelital	45
4.5.3 De los impuestos, tasas y contribuciones.....	47
4.5.4 Concesion	51
4.5.5 Permiso.....	52
4.6- ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO.....	53
4.5.1 Costos.....	53
4.5.1.1 Costo de materiales.....	55
4.5.1.2 Costo de los equipos.....	55
4.5.1.3 Costo de la mano de obra.....	56
4.5.2 Gastos.....	56
4.5.2.1 Personal	57
4.5.2.2 Publicidad y marketing.....	57
4.5.3 Financiamiento.....	56
4.5.4 Proyección de las ventas.....	57
4.7- ESTUDIO ECONOMICO DEL PROYECTO	59
4.7.1 TIR.....	61
4.7.2 VAN.....	61
CONCLUSION	62
RECOMENDACIONES	64
FUENTES BIBLIOGRAFICAS.....	65
ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE ESTACIONES POR SUSCRIPCIÓN	9
GRÁFICO 2: TOTAL DE ESTACIONES DE TV POR CABLE FISICO	10
GRÁFICO 3: TOTAL DE ESTACIONES DE TV POR CODIFICADA TERRESTRE.....	11
GRÁFICO 4: SECTOR DE MAPASINGUE.....	16
GRAFICO 5: NÚMERO DE USUARIOS CLARO TV	17
GRAFICO 6: BRECHA EN EL INGRESO/HORA SEGÚN SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	19
GRAFICO 7: NÚMERO DE SUSCRIPTORES POR PROVINCIA.....	21
GRAFICO 8: CANTIDAD DE PAQUETES.....	22
GRAFICO 9: MEJOR OPERADORA TV PAGADA.....	25
GRAFICO 10: USUARIOS CON TV PAGADA.....	25
GRAFICO 11: SATISFACCION DEL SERVICIO.....	26
GRAFICO 12: CAMBIO DE OPERADORA.....	27
GRAFICO 13: ASPECTOS A CONSIDERAR.....	28
GRAFICO 14: TECNILOGIAS LMDS/MMDS.....	31
GRAFICO 15: ARQUITECTURA DE UNA RED LMDS.....	32

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1: NUMERO DE ESTACIONES.....	12
TABLA 2: NÚMERO DE ESTACIONES DE TELEVISIÓN CODIFICADA SATELITAL.....	13
TABLA 3: OFERTA COMERCIAL DE PLANES.....	15
TABLA 4: PERFIL DEL CONSUMIDOR CLARO TV.....	18
TABLA 5: SECTORES DONDE NO LLEGA LA COBERTURA ACTUALMENTE.....	20
TABLA 6: PRINCIPALES OPERADORES DE TV POR CABLE EN ECUADOR.....	29

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el sector de telecomunicaciones ha sido el de mayor crecimiento a nivel global. En el ámbito local, la expansión de la telefonía celular ha permitido al

líder de este sector, CLARO, pueda proponer servicios relacionados como es la tv por cable, en base a su experiencia en otros mercados de la región y a su capacidad instalada.

El servicio de CLARO TV a pesar de formar parte de una empresa que posee alta tecnología en telecomunicaciones, no cuenta con un plan de marketing eficaz que permita su expansión a sectores no cubiertos actualmente, especialmente en la ciudad de Guayaquil.

El presente estudio está dividido en cuatro secciones. En la primera sección se da a conocer la descripción del problema. En el segundo la justificación del problema. La parte tres el marco teórico, y por último la metodología en el cual se subdivide el apartado primero efectuando un estudio de mercado en el sector específico de Mapasingue, se determina el tamaño del mercado al cual se pretende acceder. Luego se procede a establecer la estrategia que Claro TV va efectuar para alcanzar dicho mercado, seguido de establecer la estructura organizacional y la estructura legal del estudio. Para luego realizar un estudio técnico del proyecto y posteriormente preparar el estudio económico para verificar la viabilidad del presente estudio.

Finalmente, el estudio termina proporcionando sus respectivas conclusiones y recomendaciones, así mismo de detallar los registros bibliográficos y anexos que se utilizaron para el desarrollo del presente estudio.

1.- Descripción del Problema

Claro tv fijo ofrece televisión pagada pero hay deficiente señal en algunos sectores de la ciudad de Guayaquil, en especial los sectores marginados en las que no hay señal directa.

Lo que se conoce hasta ahora es que para acceder al servicio debe estar dentro de las zonas de cobertura de la red HFC que es una red de telecomunicaciones por cable que combina la fibra óptica y el cable coaxial.

Para este estudio nos enfocaremos específicamente en el sector de Mapasingue. Se propone implementar antenas en zonas estratégicas y, mediante el presente estudio, deducir cual será el presupuesto para el proyecto.

El resultado que se espera es que en este sector (Mapasingue) cuente con el servicio de televisión pagada a través de la operadora Claro tv.

El resultado que se espera es que en la mayoría de los sectores de la ciudad de Guayaquil cuente con el servicio de televisión pagada.

Inicialmente vamos a implementar un sistema de tecnologías inalámbricas que siempre funcionan con antenas, para el servicio que quiere ofrecer Claro tv son recomendables la Tecnología LMDS y la Tecnología MMDS en el sector de Mapasingue.

2.- Justificación del Problema

El propósito de nuestro proyecto es difundir la información en la empresa ya establecida acerca de cómo alinear la cobertura en los sectores marginales de la

ciudad de Guayaquil, inicialmente en el sector de Mapasingue, realizando un plan de financiamiento e investigación que permitan lograr los objetivos antes mencionados.

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para que Claro tv pueda brindar el servicio de tv cable en el sector de Mapasingue.

Objetivos específicos

- ❖ Elaborar un estudio de mercado en el sector de Mapasingue para determinar el sector potencial de Claro tv, y de esta manera determinar el tamaño del mercado.
- ❖ Establecer la estrategia para alcanzar el mercado meta.
- ❖ Determinar la estructura organizacional.
- ❖ Estipular la estructura legal del estudio.
- ❖ Realizar el estudio técnico de todos los egresos que se requiere para la factibilidad del servicio.
- ❖ Preparar el estudio económico para dar a conocer la viabilidad del estudio.

3.- Marco Teórico

Claro TV ofrece conectividad y servicios innovadores de telecomunicaciones, de calidad a los diferentes segmentos de la sociedad ecuatoriana. Tiene desplegada infraestructura de red de última generación en más de 400 mil hogares de las ciudades de Quito y Guayaquil.

En 2008, la empresa mexicana TELMEX compra a ECUADOR TELECOM S.A., (ECUTEL), empresa de telefonía con aproximadamente 5,000 clientes a nivel nacional. En la actualidad TELMEX TV pasó a ser CLARO TV, entrando a competir al mercado contra empresas como el Grupo TV Cable, UNIVISA y la multinacional DIRECTV. Cabe recalcar que pese a comercializar bajo la misma marca comercial, el servicio de televisión pagada es ajeno a CONECEL S.A., que comercializa los servicios de telefonía celular.

La empresa ofrece el servicio de televisión pagada en la ciudad de Guayaquil y el servicio de canales HD a través de cableado estructurado no satelital. Mantiene zonas de cobertura en el norte, sur y centro de la ciudad. Sin embargo existen zonas en las que el servicio aún no está disponible.

4.- Metodología

Para ofrecer el servicio de TV cable según las investigaciones realizadas podemos deducir que existen diferentes formas de tecnologías CATV (cable coaxial), LMDS/MMSD (inalámbricas), SDH (fibra óptica) entre otras. A continuación se va a detallar las diferentes redes accesos que se podrían implementar:

La Tecnología CATV

Esta Metodología es por medio de cableado y para televisión se utiliza por cable coaxial, que está compuesto de un hilo conductor central de cobre rodeado por una

malla de hilos de cobre. El espacio entre el hilo y la malla lo ocupa un conducto de plástico que separa los dos conductores y mantiene las propiedades eléctricas.

Todo el cable está cubierto por un aislamiento de protección para reducir las emisiones eléctricas. El ejemplo más común de este tipo de cables es el coaxial de televisión.

Originalmente fue el cable más utilizado en las redes locales debido a su alta capacidad y resistencia a las interferencias, pero en la actualidad su uso está en declive. Su mayor defecto es su grosor, el cual limita su utilización en pequeños conductos eléctricos y en ángulos muy agudos, para dar cobertura se lo realizaría por medio de postera (por los postes), para su implementación es necesario realizar un convenio para alquiler de los postes, directamente con la Corporación Nacional de Electricidad (CNEL) que es la que mayormente tiene a cargo esta infraestructura.

La Tecnología LMDS

Se llama Sistema de Distribución Local por Multipunto, básicamente es la irradiación de una señal a diferentes puntos de recepción (usuarios) pero a nivel local, es decir que es la más recomendable para implementar el servicio por antena y la distribución del servicio en Mapasingue.

El concepto de este servicio es que desde una antena instalada en una central o en una celda (algo parecido a las antenas de telefonía celular) se emana la señal a los usuarios pero en un radio literalmente corto. Por ejemplo colocas la antena en un punto estratégico que puede ir entre 2 hasta 7 kilómetros quizás algo más a la redonda, se puede utilizarla para un determinado sector solamente es decir te permite ser elitista

si así lo requiere el servicios comercialmente (Es a donde nos enfocamos directamente).

Hay que tener en cuenta que para este servicio se necesita tener una concesión de frecuencia, cuyo permiso de utilización la da la Superintendencia de telecomunicaciones SUPERTEL.

4.1.- ANTECEDENTES DEL MERCADO DE TV POR CABLE

La televisión pagada aparece como una iniciativa del sector privado, como una solución al escaso nivel de ventas de aparatos de televisión que, al principio ofrecía un servicio de índole comunitario.

En Ecuador, este servicio aparece con la apertura de la empresa SATELCOM S.A. comercializada con el nombre TV CABLE en el año 1986. Al inicio, el servicio llegó solo a las zonas residenciales, pero a mediados de la década de los 90, el servicio creció en penetración a más de 5000 suscriptores.

Cada empresa ofrece servicio de tv pagada de acuerdo a la tecnología instalada y de eso depende el costo por el servicio. En la actualidad existen tres formas de ofrecer el servicio de tv pagada:

- ✚ Televisión por cable físico.
- ✚ Televisión codificada terrestre
- ✚ Televisión por satélite

Gráfico 1: Distribución de estaciones por Suscripción



Fuente: www.Supertel.gob.ec

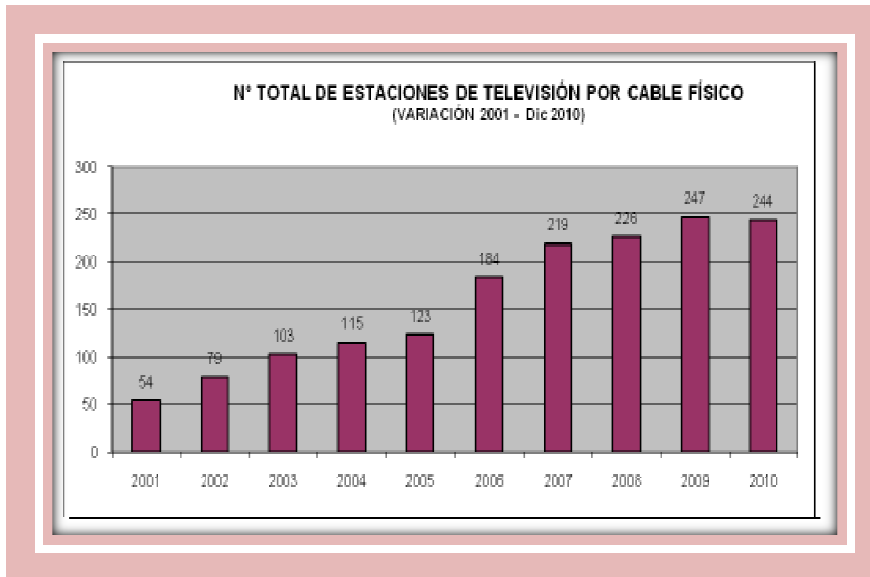
✚ TELEVISIÓN POR CABLE

El servicio de televisión por cable transmite por línea física señales de audio, video y datos, destinadas exclusivamente a un grupo segmentado de suscriptores o abonados del sistema, que disponen de receptores (decodificadores) de estas señales. El sistema está formado por la estación transmisora, la red de distribución por línea física y los decodificadores para los abonados.

La frecuencia transmisora o *"headend"* es el origen del sistema de televisión por cable, desde donde se administra todo el sistema.

La red de distribución por línea física es el medio de transmisión compuesto por una estructura de cables (coaxial de cobre, fibra óptica, etc.) desde la estación transmisora hasta los receptores. La red puede incluir conexiones radioeléctricas, de acuerdo al entorno de cobertura en cada área de servicio.

GRÁFICO 2: TOTAL DE ESTACIONES DE TV POR CABLE FÍSICO

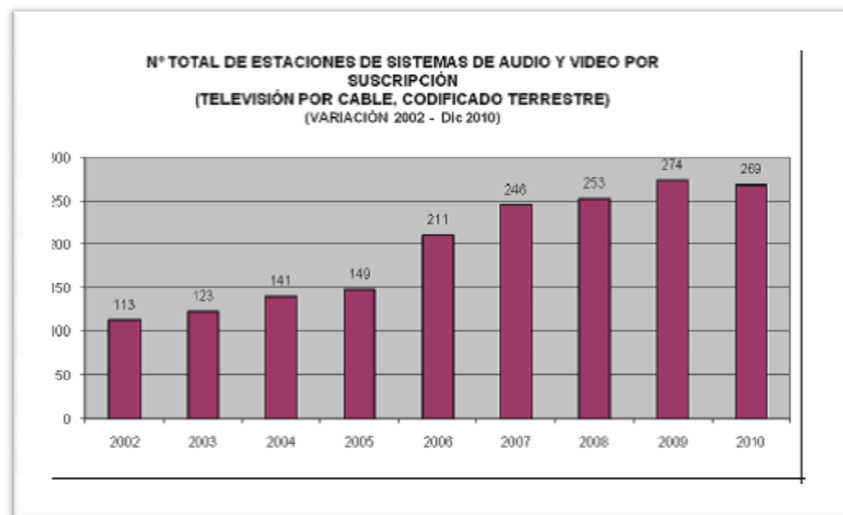


Fuente: www.Supertel.gob.ec

✚ TELEVISIÓN CODIFICADA TERRESTRE

Alrededor de 20 concesionarios proporcionan este tipo de servicio llegando a un determinado sector del territorio nacional.

GRÁFICO 3: TOTAL DE ESTACIONES DE TV POR CODIFICADA TERRESTRE



Fuente: www.Supertel.gob.ec

TABLA 1: NUMERO DE ESTACIONES

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES			
RESUMEN ESTADÍSTICO DEL N° DE ESTACIONES DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN			
AUTORIZADAS EN EL ÁMBITO NACIONAL, POR PROVINCIAS			
SITUACIÓN AL 31 AGOSTO 2011			
Provincias	Televisión por Cable Físico	Televisión Codificada Terrestre	Total Estaciones TV- Suscripción
Azuay	17	1	18
Bolívar	7	0	7
Cañar	5	0	5
Carchi	8	1	9
Chimborazo	8	2	10
Cotopaxi	5	0	5
El Oro	21	0	21
Esmeraldas	14	0	14
Galápagos	1	1	2
Guayas	19	6	25
Imbabura	9	0	9
Loja	18	1	19
Los Ríos	16	0	16
Manabí	19	2	21
Morona Santiago	10	0	10
Napo	6	0	6
Francisco de Orellana	4	0	4
Pastaza	3	0	3
Pichincha	20	7	27
Santa Elena	2	0	2
Santo Domingo	4	1	5
Sucumbios	10	0	10
Tungurahua	5	1	6
Zamora Chinchipe	8	0	8
TOTAL:	239	23	262
PORCENTAJE	91%	9%	100%

Fuente: www.Suptel.gob.ec

TELEVISIÓN CODIFICADA SATELITAL

La televisión codificada satelital es la que utiliza como medio de transferencia el espacio radioeléctrico, para señales codificadas de audio, video y datos, destinadas a la recepción de un grupo de suscriptores o abonados que disponen de estaciones receptoras de estas señales. Está formado por la estación transmisora, equipos codificadores, equipos para la difusión y la distribución de señal de televisión desde un satélite; y las estaciones receptoras como antenas parabólicas, equipos decodificadores, etc.

Es en este sector en el que se encuentra segmentado DIRECTV, principal competidor de CLAROTV, cuyo caso se analiza en este estudio. Existe una concesión la cual permite a la compañía DIRECTV brindar este tipo de servicio llegando a aproximadamente 30,000 usuarios. De hecho, actualmente solo se han autorizado a dos sistemas de audio y video por suscripción en esta modalidad.

Estas autorizaciones han sido emitidas a EMPRESA DIRECTV CIA LTDA, estación denominada DIRECTV; y a la Empresa CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES E.P., estación denominada CNT-TV, ambas con cobertura nacional. Esta última debido a que la CNT ofrecerá servicios de televisión por suscripción a partir del año 2012.¹

Tabla 2: Número de estaciones de Televisión Codificada Satelital

CONCESIONARIO	NOMBRE ESTACION	COBERTURA
DIRECTV ECUADOR C.LTDA. DTVE	DIRECTV	NACIONAL
EMPRESA PUBLICA CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	CNT-TV	NACIONAL

Fuente: Dirección General de Radiodifusión Televisión.

¹<http://www.mintel.gob.ec>

4.2.- ANALISIS DEL MERCADO

EL SERVICIO DE CLARO TV

El servicio de televisión pagada, que en inicio se creía exclusivo de los sectores residenciales, ha empezado a extenderse en sectores populares. Los pedidos de instalación han aumentado en estos últimos dos años.

Claro tv ofrece planes masivos a sus usuarios en la cual ellos puede escoger la que másle sea conveniente y se ajuste a poder de adquisición. En detalle se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 3: OFERTA COMERCIAL DE PLANES

El periodo aproximado de instalación es de 4 días hábiles

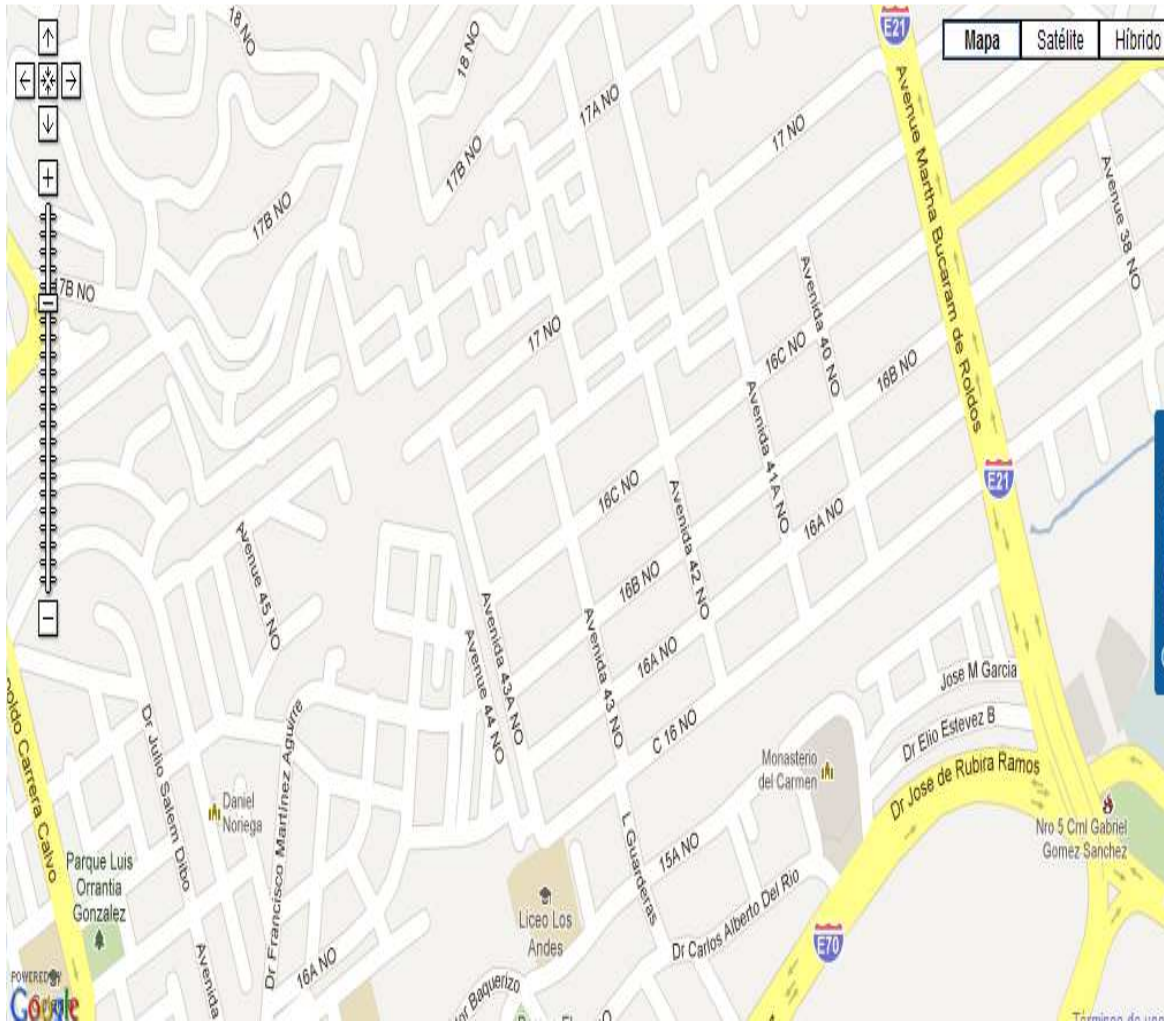
MASIVO				
PLANES	ACCESO	VALOR DE SUSCRIPCIÓN PUNTO PRINCIPAL	PRECIO MENSUAL PUNTO PRINCIPAL	# DE CANALES
Plata	HFC	\$ 13,00	\$ 16,50	115
Oro	HFC	\$ 13,00	\$ 22,90	128
Oro Plus	HFC	\$ 13,00	\$ 32,50	138
Platino	HFC	\$ 13,00	\$ 49,90	158

Fuente: www.claro.com.ec

Población

El mercado a estudiar es el sector ya antes mencionado, Mapasingue Oeste, la cual está ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil.

GRÁFICO 4: SECTOR DE MAPASINGUE OESTE



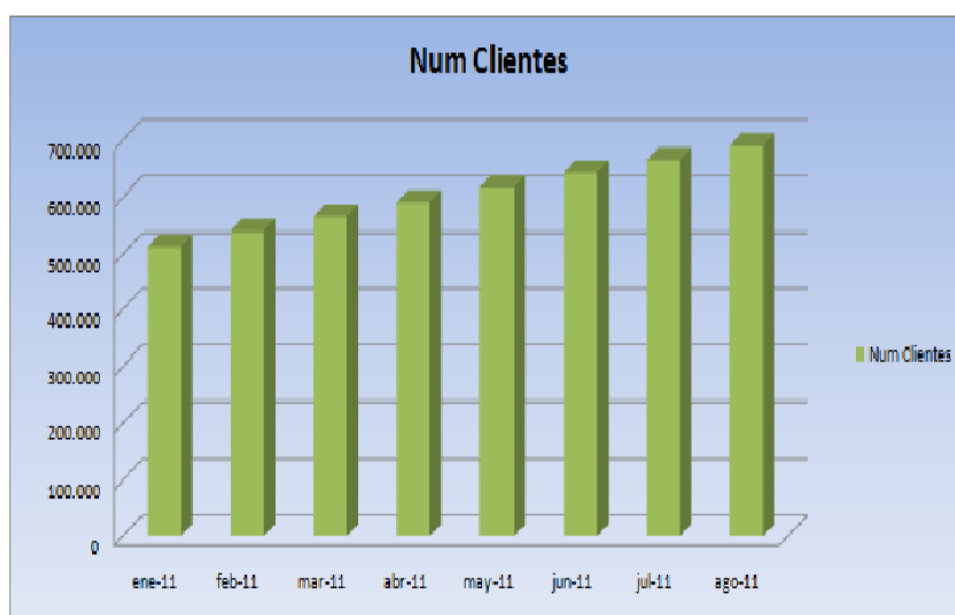
Fuente: www.visitaguayaquil.com

CONSUMIDOR ACTUAL

En la actualidad Claro Tv tiene 700 suscriptores aproximadamente en el sector en análisis. Hasta agosto del presente año la empresa contaba con 690.106 consumidores manteniendo un considerable crecimiento mensual.

Grafico 5: número de usuarios Claro tv

Claro tv	ene-11	feb-11	mar-11	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11
Num Clientes	513.535	541.022	566.223	591.507	616.964	642.923	666.198	690.106



Fuente: Claro tv

TARGET

En esta parte se determina a que segmento de mercado Claro tv se va a dirigir. En este caso la empresa se será para el sector de Mapasingue Oeste, siendo indiferente el sexo, la religión, raza siempre y cuando el usuario mantenga interés en el servicio de tv pagada.

TABLA 4: PERFIL DEL CONSUMIDOR CLARO TV

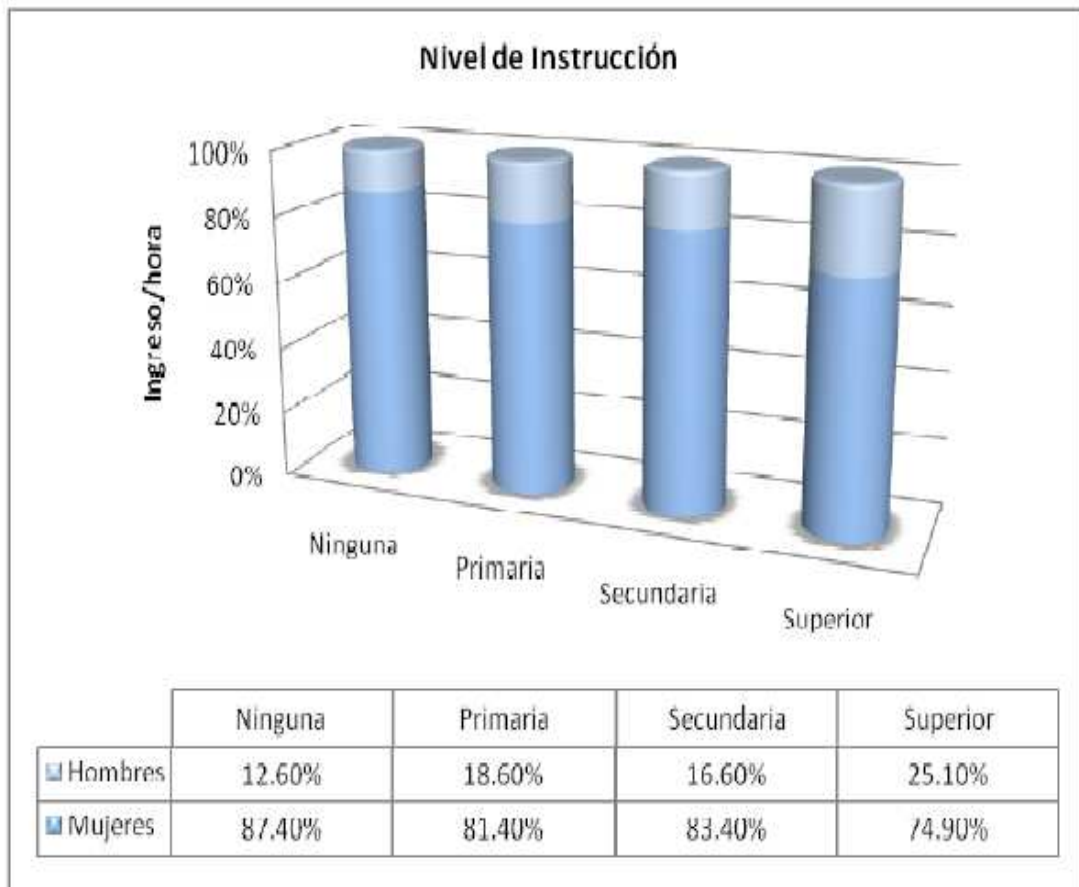
PERFIL DEMOGRÁFICO
Edad: De 6 años hasta más 65 años
Sexo: Masculino y Femenino
Lugar en donde viven: sector norte de Guayaquil específicamente en Mapasingue Oeste
Nacionalidad: ecuatoriana y residentes en dicho sector.
Raza: Indiferente.
Religión: Indiferente
Gustos y preferencias: Personas que tengas preferencias por ver televisión por cable.
PERFIL SOCIOECONOMICO
Ingresos: Desde \$ 17 hasta 50 mensuales
Ocupación: Ocupaciones en general
Educación: Indiferente.
Estrato socioeconómico: media y baja
Ciclo de vida: Adolescentes, jóvenes y adultos solteros, casados separados, casados o viudos, embarazadas, ancianos.

Fuente: las autoras

INGRESOS DEL CONSUMIDOR

Los ingresos del cliente caracterizan la capacidad potencial de compra de los clientes de Claro tv. El grafico 6 muestra que las mujeres en su etapa de crecimiento poseen más ingresos que los varones, este oscila entre 13% al 25%.

GRAFICO 6: BRECHA EN EL INGRESO/HORA SEGÚN SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN
(% que representa el ingreso de las mujeres respecto del de los hombres)



Fuente: INEC

SECTOR LIMITATIVO DEL SERVICIO

Ahora, la mayoría de pedidos de instalación diaria proviene de sectores populosos y marginales. En estos sectores el servicio les llega por antena. Esto ha beneficiado al principal competidor de Claro TV, quien es Directv aumentar la cobertura en esta parte significativa de la ciudad. Claro TV tiene varias restricciones en áreas de cobertura que otros operadores no la tienen, afectándole en su participación de mercado

TABLA 5: SECTORES DONDE NO LLEGA LA COBERTURA ACTUALMENTE

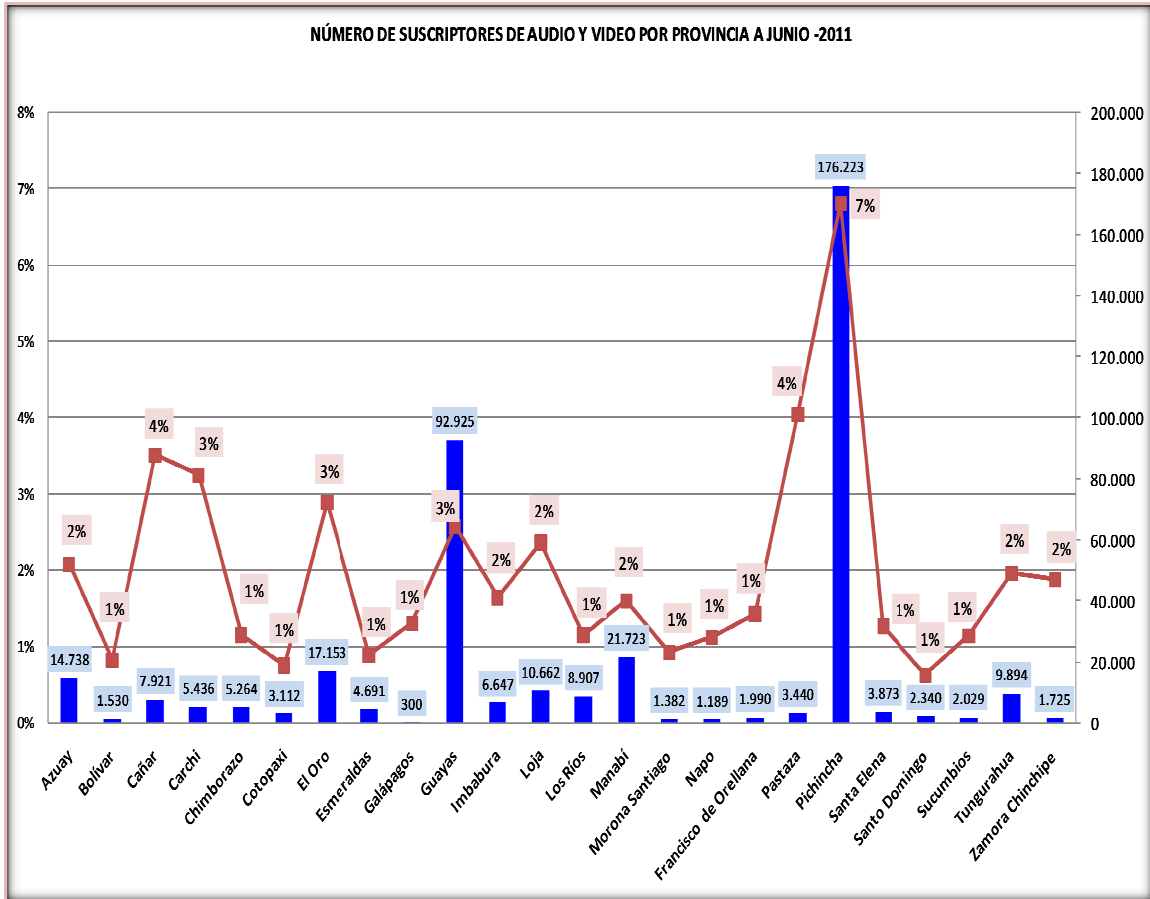
Nota:
A continuación se detalla los nodos donde se suspende las ventas:

NODO	REGIÓN	SECTOR DE REFERENCIA
G02016	Region 2	Mapasingue Oeste
G02019	Region 2	Mapasingue
G02025	Region 2	Mapasingue Oeste
G02027	Region 2	Mapasingue

Fuente: claro tv

Se determina la cantidad de suscriptores de Claro tv que están dispuestos a adquirir el servicio.

GRAFICO 7: NÚMERO DE SUSCRIPTORES POR PROVINCIA



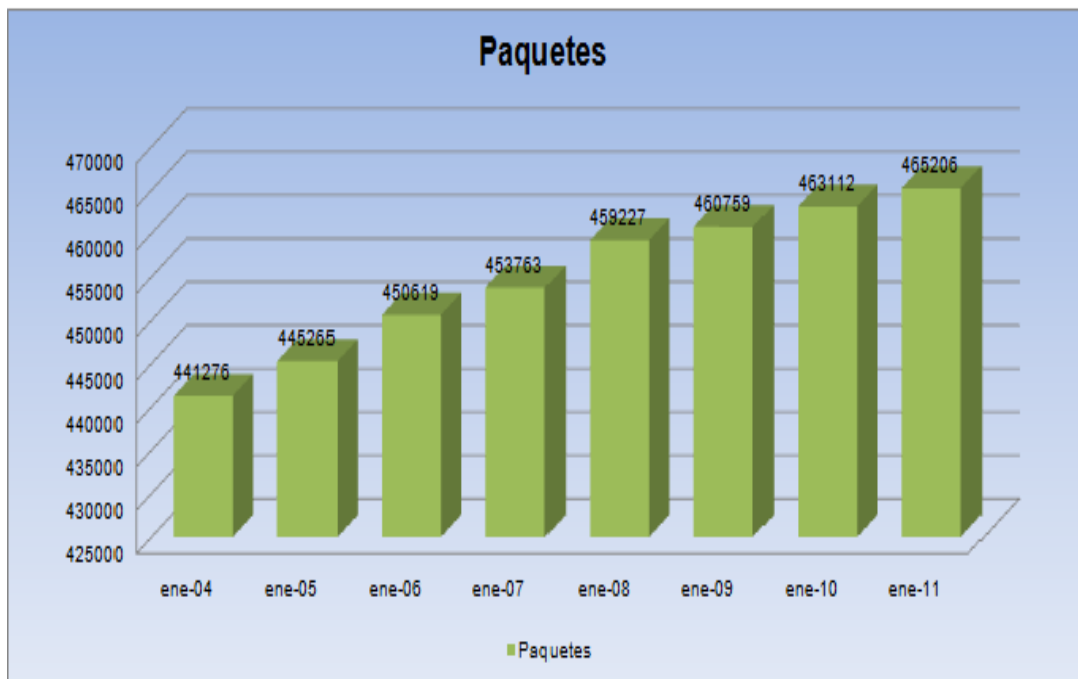
Fuente: SUPATEL

INDICADORES DE LA DEMANDA

Según estadísticas de otro sector de la provincia del Guayas, Claro tv tiene una demanda anual de y con el pasar de los años se ha ido incrementando.

GRAFICO 8:CANTIDAD DE PAQUETES

Claro Tv	ene-04	ene-05	ene-06	ene-07	ene-08	ene-09	ene-10	ene-11
Paquetes	441276	445265	450619	453763	459227	460759	463112	465206



TAMAÑO DEL MERCADO POTENCIAL

Como el servicio de Claro tv está dirigida al público en general y para estimar el mercado al cual se pretende acceder se procede a realizar encuestas telefónicas, puesto que estas son más rápidas de realizar, fácil de administrar y oportuna.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Las encuestas fueron realizadas en la ciudad de Guayaquil en el sector de Mapasingue , sabiendo que existen alrededor de 9,000 habitantes en dicho sector y que según datos de la INEC en promedio 4 personas conforman un hogar, entonces en dicho sector hay 2250 habitantes potenciales. El tipo de muestra para su realización es el aleatorio estratificado.

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + K^2 * p * q}$$

N= número de habitantes

K= 1.96

e= margen de error 5%

p= probabilidad de no adquirir el servicio 0.5

q= probabilidad de adquirir el servicio 0.5

El resultado de n es igual a328, es decir el número total al que se le realizara la llamada para realizar la encuesta.

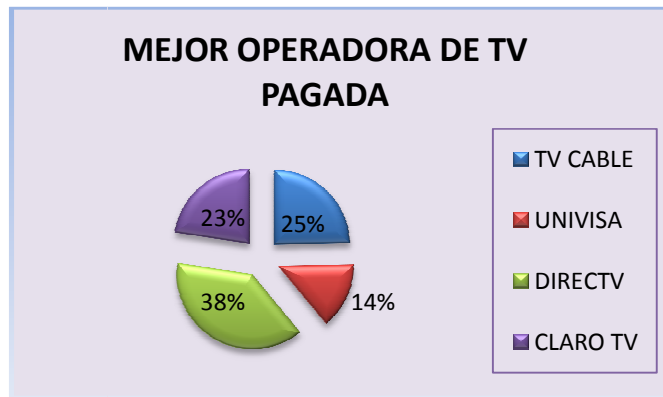
FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA	
Nombre: _____	
Sexo: _____	
1. ¿Cuál de las siguientes operadoras de tv pagada considera que es la mejor?	
Tv cable <input type="checkbox"/>	Directv <input type="checkbox"/>
Univisa <input type="checkbox"/>	Claro tv <input type="checkbox"/>
2. ¿Cuenta usted con algún servicio de tv pagada actualmente?	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
¿Cuál? _____	
Si la pregunta anterior es si siga a la pregunta 3. Si es no pase a la pregunta 4.	
3. ¿Está usted satisfecho con el servicio que le brinda su operadora actualmente?	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
4. Sabiendo que Claro tv proporcionará cobertura en su sector. ¿Se cambiaría a Claro tv?	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
5. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree usted que es más importante dentro de la tv pagada?	
Precios <input type="checkbox"/>	calidad en señal <input type="checkbox"/>
Cantidad de canales <input type="checkbox"/>	
GRACIAS!!!	

TABULACION DE LA ENCUESTA TELEFONICA

1. ¿Cuál de las siguientes operadoras de tv pagada considera que es la mejor?

GRAFICO 9:



Fuente: las autoras

De las 328 llamadas, el 38% de los usuarios, es decir 126 personas, dicen que la mejor operadora de tv pagada en la ciudad es Directv, mientras que Tv cable cuenta con el 25% (81 personas) seguido muy de cerca a Claro tv con el 25% y con menor proporción está Univisa con 47 personas que representa el 14%.

2. ¿Cuenta usted con algún servicio de tv pagada actualmente?

GRAFICO: 10



Fuente: las autoras

La encuesta reveló que 212 personas que residen el sector si cuentan con el servicio de televisión por suscripción, no obstante 116 encuestados dicen no tener ningún servicio de tv pagada. Además se le pregunto cuál era su operadora actual y es que solamente Directv puede ofrecer cobertura en estos sectores gracias a su sistema satelital.

3. ¿Está usted satisfecho con el servicio que le brinda su operadora actual?

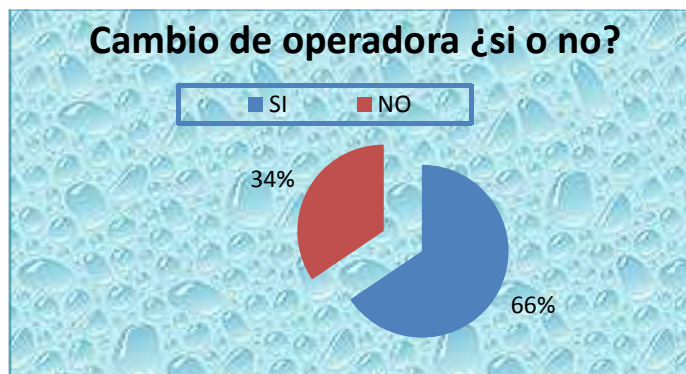
GRAFICO: 11



Fuente: las autoras

En lo que corresponde a la satisfacción del servicio de su operadora cualquiera que este sea, se obtiene que 198 personas no están satisfecho con el servicio de tv pagada y que 130 si lo están. Este problema de satisfacción es considerada para Claro tv.

4. ¿sabiendo que claro tv proporcionara cobertura en su sector, ¿se cambiaría a claro tv?GRAFICO 12:



Fuente: las autoras

Al preguntar si se cambiaría a Claro tv, la respuesta fue la siguiente: el 66% con 215 personas afirman que si se cambiaría Claro tv mientras que el 34% dice no cambiarse ya que están conforme el servicio brindado de su operadora actual.

5. ¿Cuál se los siguientes aspectos cree usted que es más importante dentro de la tv pagada?GRAFICO: 13



Fuente: las autoras

La última pregunta, al indagar sobre la característica más importante que considera el suscriptor al elegir una operadora, de los 328 encuestados, se obtuvo que 128 prefieren consultar el precio del paquete, y muy de cerca con 124 usuarios prefieren

tener una buena señal para ver su programación preferida y a muy pocas personas le importa la cantidad de canales que le ofrezcan.

ANALISIS FODA

FORTALEZA

- La competencia, en este caso Tv cable y Univisa, no tienen cobertura en el sector de Mapasingue.
- Claro ofrece más variedad de canales para los suscriptores.
- No existe regularidad en los horarios programado.
- Las normas legales están en vigencia.

DEBILIDADES

- La demora en implementar los equipos genera costos más altos.
- La mano de obra es altamente calificada.
- Poca promoción publicitaria

OPORTUNIDAD

- Directv ofrece paquetes a precios más altos y Claro tv a menos precios.
- Actualmente solo Directv es el competidor directo en el sector.

AMENAZA

- CNT ingresará al mercado el próximo con instalación satelital
- El mercado puede saturarse y por ente busque a otra operadora de tv pagada.

Análisis de la competencia

En cuanto a los operadores, los principales se muestran en la tabla a continuación.

Tabla 6: Principales operadores de TV por cable en Ecuador

<i>Empresa</i>	<i>Características</i>
Cable Unión	Cable, análogo sin codificar
DirecTV	Satélite, digital codificado
Telmex TV	Cable, digital codificado
Grupo TV Cable	Cable y antena UHF, digital codificado y análogo codificado
Univisa	Microonda, digital con acceso codificado y análogo codificado
Geovisión	Cable y antena UHF

Fuente: www.Supertel.gob.ec

Directv



DIRECTV Ecuador forma parte de DIRECTV Latin America, una empresa multinacional de propiedad de THE DIRECTV Group Inc. De acuerdo a los resultados financieros del tercer trimestre del año 2010 de DIRECTV Inc., Ecuador se destacó entre los tres países de la región con mayores índices de crecimiento.

El aumento de suscripciones subió en un 36% principalmente por una fuerte demanda de sus servicios diferenciales, pioneros en desde hace más de un año atrás, los cuales han marcado la pauta para el fuerte posicionamiento de DIRECTV en el Ecuador; entre ellos: HD (Alta Definición), Plus (graba, pausa, retrocede) y Prepago DIRECTV; todos ellos, disponibles en todos los rincones del país.

En el caso específico de Ecuador, al finalizar el tercer trimestre 2010, DIRECTV cerró con 86.229 clientes, representando un crecimiento del 132% en relación al número de clientes registrado al cierre del mismo período el año pasado. De estos, 64.871 fueron postpago y 21.358 prepago. En Ecuador, DirecTV está entre las 400 empresas más importantes en cuanto a ingresos en el período 2010. Se afirma que se vende cerca de 2,000 paquetes anuales de TV pagada y tienen un crecimiento del 30% anual. ²



Grupo tv cable

Es la primera empresa al entrar al mercado ofreciendo servicios televisión pagada en el año 1986. En ese año instaló su sistema de televisión por cable, llegando a varios sectores como Quito, Loja, Ambato, Guayaquil, Cuenca entre otros. Después de un año, comienza sus actividades con tecnología de punta.

Durante su expansión en el país ha llegado ha ofrecer servicios como la tv pagada, internet y transmisión de datos (Satnet), telefonía (Setel) y servicios inalámbricos (Suratel); además de incorporar el servicio de tv en HD.

Univisa



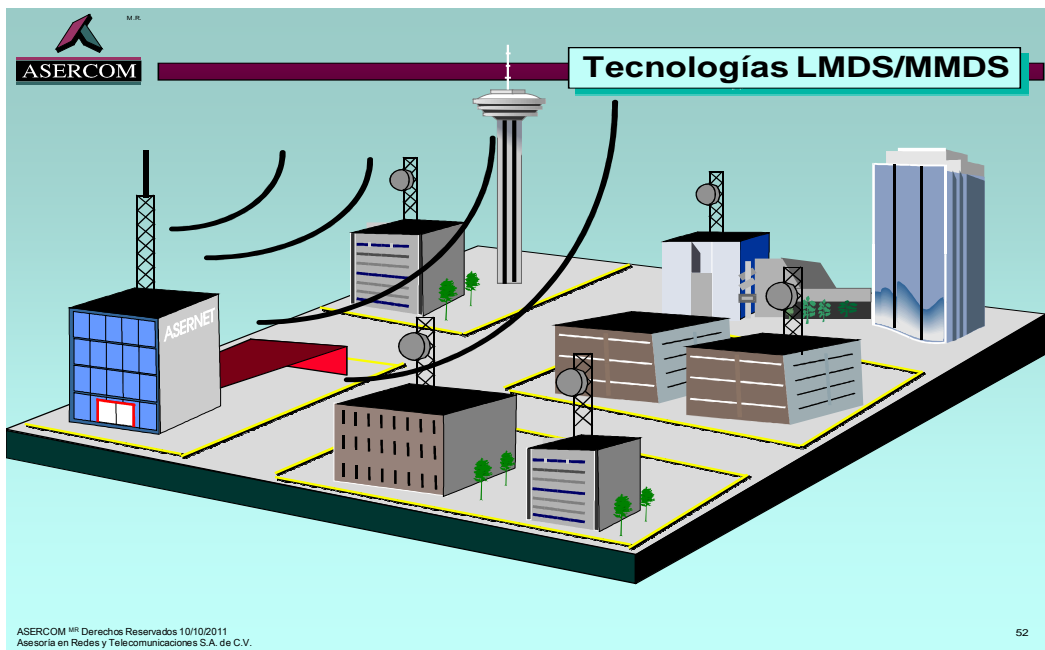
Es otra de las empresas de tv pagada en el país. Inició sus operaciones en el año de 1994. Diario el Universo, Vistazo, Ecuavisa son los accionistas de Univisa S.A. Tiene un sistema de transmisión inalámbrica (MMDA), por la que cuenta con variedad de canales y variedades de precios para la preferencia de sus suscriptores. Su matriz está situada en la provincia del Guayas, mantiene cobertura en Quito, Milagro, Portoviejo.

4.3.- ESTRATEGIA PARA ALCANZAR EL MERCADO META

TIPO DE TECNOLOGIA A IMPLEMENTAR

Ahora vamos a ver las tecnologías inalámbricas que siempre funcionan con antenas, para el servicio que quiere ofrecer Claro tv son recomendables la Tecnología LMDS y la Tecnología MMDS.

GRAFICO: 14

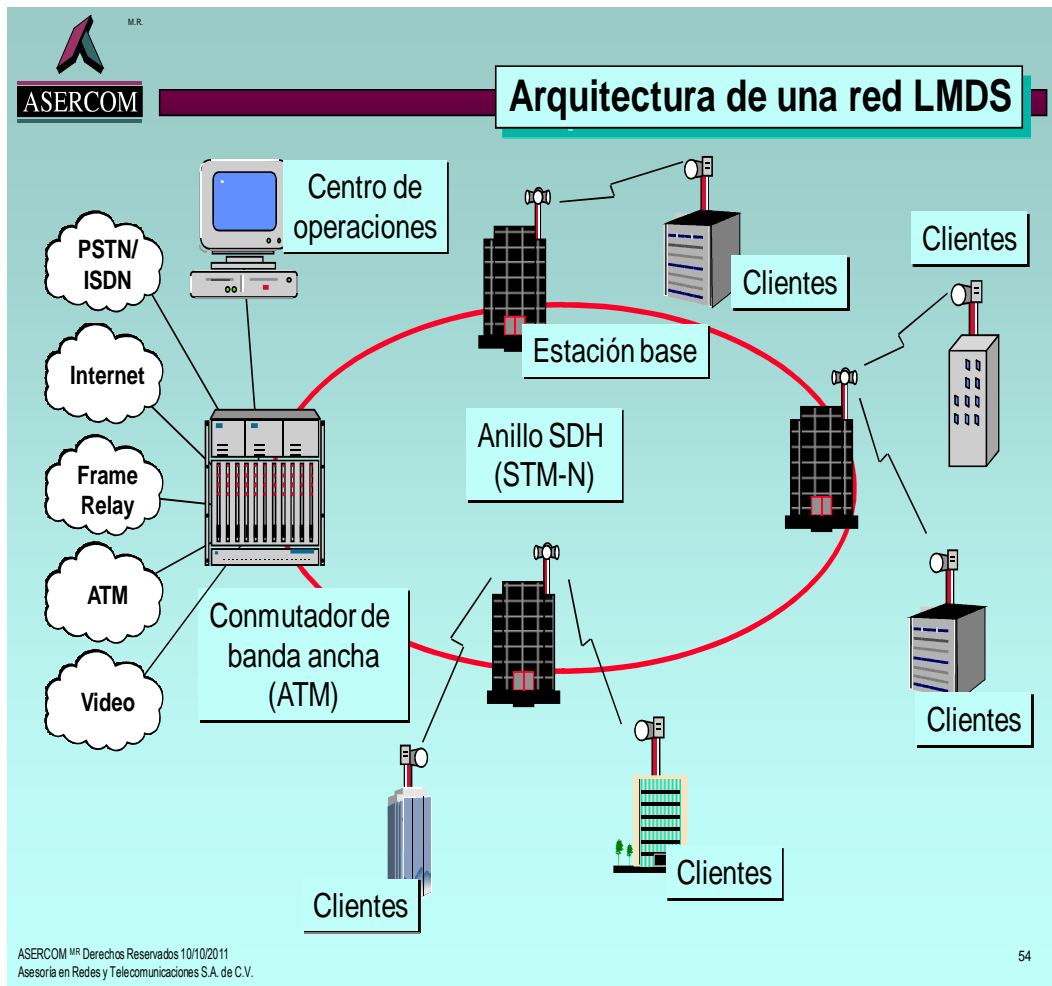


FUENTE: ASERCOM

La que la empresa Claro le conviene es la tecnología LMDS, Se llama así porque Sistema de Distribución Local por Multipunto, básicamente es la irradiación de un señal que tiene diferentes puntos de recepción (usuarios) pero a nivel local, en este caso sería para el sector de Mapasingue.

El concepto de este servicio es que desde una antena instalada en una central o en una celda (algo parecido a las antenas de telefonía celular) se emana la señal a los usuarios pero en un radio literalmente corto, y así utilizarlo para un determinado sector solamente es decir te permite ser elitista.

GRAFICO: 15



Fuente: ASERCOM

En el grafico se visualiza como funciona el proceso del envío de la señal de televisión a los abonados, empieza desde la recepción de la señal desde otras redes, pasa a las estación base o central de servicio la cual desde una antena matriz envía a las antenas del usuario la señal y esta es decodificada por equipos instalados en la casa del cliente.

VENTAJA COMPETITIVA

- ✚ **Estrategia basada en costo beneficio:** Claro tv busca implementar el servicio sabiendo que el mercado de tv pagada cada vez va creciendo, es por eso que obtener tecnología inalámbrica le sería conveniente, ya que el costo de financiamiento se hará una sola vez y después de haber implementado el sistema solo habrá costo de mantenimiento.
- ✚ **Estrategia basada en la innovación- mercado:** Además de que Claro tv entraría en el nicho de mercado que solamente Directv tiene acceso por su red satelital, el resto de las operadoras aun no compiten en este sector. El competidor potencial de aquí a un año sería también la CNT que contará con red satelital al igual que Directv. Por tal motivo la empresa debe estar en constante monitoreo de la competencia y de sus suscriptores.
- ✚ **Estrategia basada en el talento humano:** lo más importante para su estrategia de diferenciación es el factor humano ya que después al poner en marcha el sistema, el personal encargado es el que propagará el aumento del servicio en el sector, mediante su creatividad, motivación y capacitación para captar clientes.
- ✚ **Estrategia basada en el servicio:** entregar al suscriptor un servicio de calidad incluso después de haber adquirido el servicio, es decir brindar un servicio de consultoría por si el cliente tiene alguna duda, de reparación en caso de ser necesario.

4.4.- SISTEMA ORGANIZACIONAL

Nuestro Sistema Organizacional se encuentra estructurado en varias divisiones:

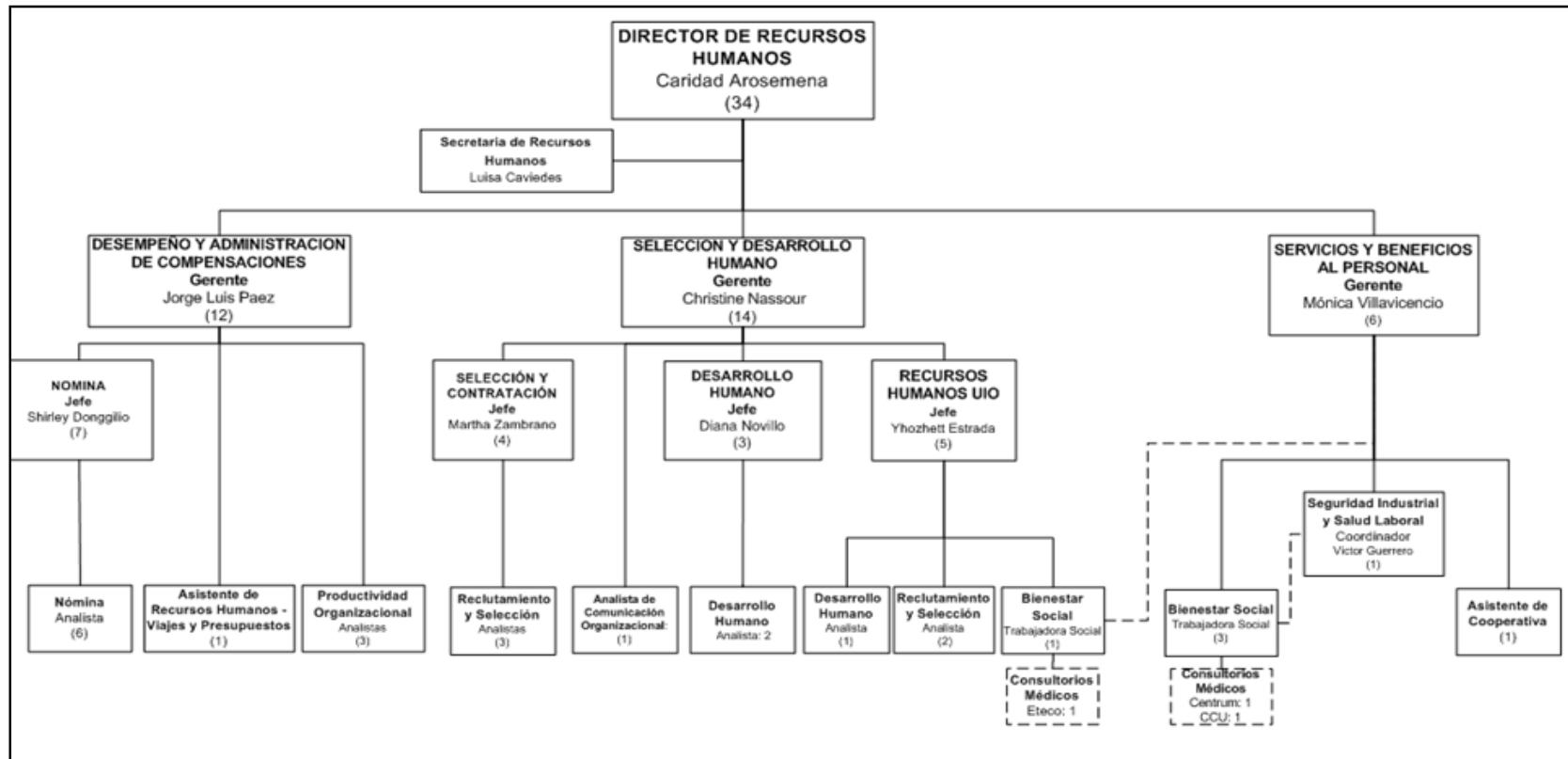
1.-Estructura RRHH

2.-Estructura Jurídica

2.- Estructura Técnica

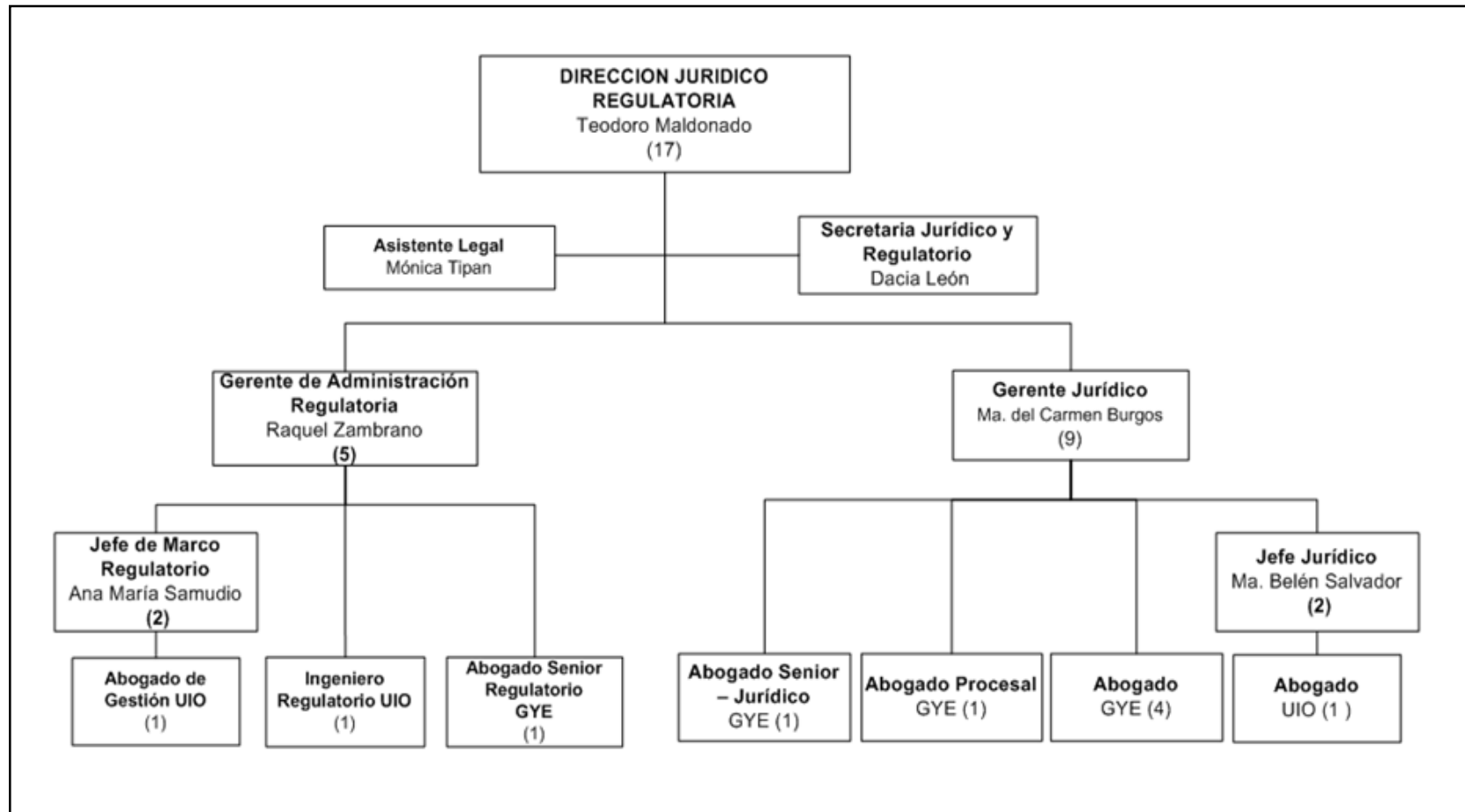
3.-Estructura Sistemas

1.- Estructura de RRHH



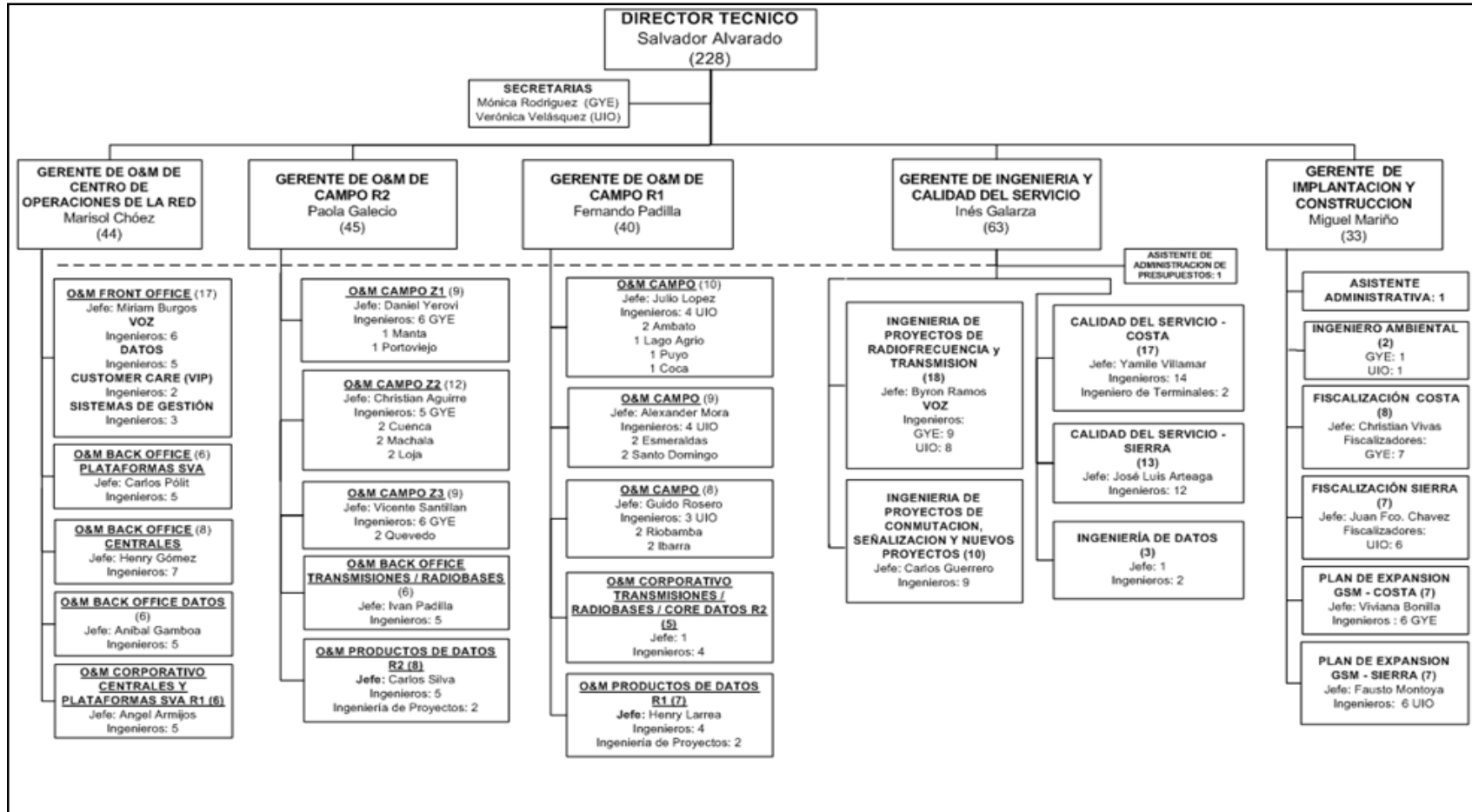
La Directora de RRHH es la encargada en tomar una serie de medidas entre las que cabe destacar, el compromiso de los trabajadores con los objetivos empresariales, y el pago de salarios en función de la productividad realizada de cada empleado, adicional ofrecer un trato justo y brindar una formación profesional continuada y vincular la política de contratación a otros aspectos relativos de la organización, como la producción, marketing y ventas etc.

ESTRUCTURA JURIDICA:



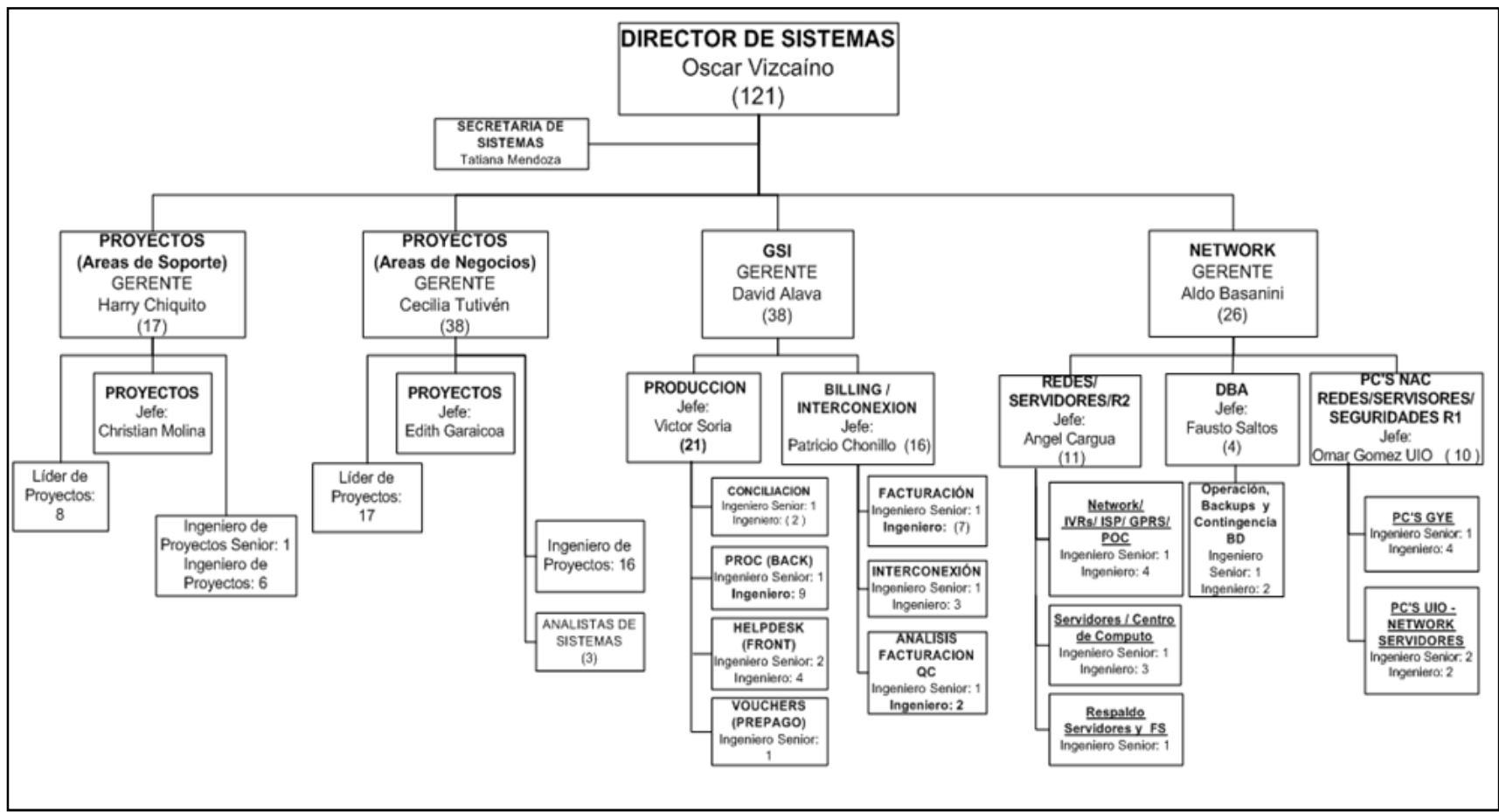
Comprende en particular los siguientes instrumentos jurídicos, que está a cargo por la Dirección Jurídica Regulatoria, que están basados en reglamentos y normas que se establecen a nivel interno de la empresa.

ESTRUCTURA TECNICA:



Esta estructura está diseñada en base a un grupo de personas altamente capacitadas que puedan cubrir las necesidades que surjan a nivel de plataforma o mantenimiento de la red.

ESTRUCTURA DE SISTEMAS:



Está estructurado mediante un grupo de ingenieros en telecomunicaciones que analizan las redes de interconexión y transmisión de datos.

FUENTE: CLARO TV

4.5- MARCO JURIDICO

RESOLUCIÓN No. ST-2010-

Ing. Fabián Jaramillo Palacios

SUPERINTENDENTE DE TELECOMUNICACIONES

Artículo 35 de la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada, dispone entre otras, que las funciones de la Superintendencia de Telecomunicaciones son: el control y monitoreo del espectro radioeléctrico, el control de los operadores que exploten servicios de telecomunicaciones, supervisar el cumplimiento de los contratos de concesión para la explotación de los servicios de telecomunicaciones, controlar la correcta aplicación de los pliegos tarifarios aprobados por el CONATEL; juzgar a las personas naturales y jurídicas que incurran en las infracciones señaladas en dicho cuerpo legal, y las demás que le asigne la Ley y el Reglamento; Que, la Ley de Radiodifusión y Televisión, publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975 y, la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión promulgada en el Registro Oficial No. 691 de 9 de mayo de 1995, otorga a la Superintendencia de Telecomunicaciones, entre otras funciones, las de administrar y controlar las bandas del espectro radioeléctrico, destinadas por el Estado para radiodifusión y televisión.

Mediante la Ley No. 67 publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 577 de 17 de abril de 2002 se expidió la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos y su Reglamento General publicado en el Registro Oficial No. 735 de 31 de julio de 2002 y su reforma mediante Decreto No. 1356 de 29 de septiembre de 2008 que otorga a la Superintendencia de Telecomunicaciones, las funciones de control, supervisión, inspección y sanción a las entidades de Certificación de

DEL USO SATELITAL

ARTICULO 119.- Corresponde a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones la administración, regulación, ordenación y control del espectro radioeléctrico asociado a redes de satélites, así como el acceso y la utilización del recurso órbita-espectro para redes espaciales asignadas por la República y registradas a nombre de ésta, todo ello de conformidad con los tratados internacionales suscritos y ratificados válidamente por la República.

Estos recursos podrán explotarse sólo mediante concesión otorgada de conformidad con las disposiciones de esta Ley y demás normas que resulten aplicables, atendiendo a la naturaleza de los mismos.

ARTICULO 120.-La Corporación Nacional de Telecomunicaciones realizará las gestiones necesarias, en coordinación con las dependencias nacionales e internacionales involucradas, para procurar la disponibilidad de recurso órbita-espectro suficiente para el establecimiento de redes de seguridad nacional y para la prestación de servicios de telecomunicaciones de carácter social.

ARTICULO 121.-Los concesionarios del recurso órbita-espectro y frecuencias asociadas, asignados por la República, tendrán la obligación de poner operativa una red satelital en un plazo máximo de cinco años después de haber obtenido la concesión respectiva. Por razones técnicas la Comisión Nacional de Telecomunicaciones podrá otorgar una prórroga del referido lapso hasta por dos años.

ARTICULO 122.-Para la prestación de los servicios satelitales en el país, se le dará prioridad al uso de satélites, si éstos proveen condiciones técnicas y económicas equivalentes a las de los satélites extranjeros.

A los efectos de esta Ley, se entiende por satélite aquel que utiliza recursos orbitales y espectro radioeléctrico asociado que haya sido asignado por la República y registrados a nombre de ésta por los Organismos Internacionales pertinentes y cuyas

estaciones de control y monitoreo, así como la sede de negocios de la entidad correspondiente, estén instaladas en el territorio nacional.

Sin perjuicio de los tratados internacionales y acuerdos válidamente suscritos y ratificados por la República, la explotación y prestación de servicios satelitales, por parte de satélites extranjeros, requiere la presencia técnica y comercial en el país, de la empresa extranjera que lo representa.

ARTÍCULO 123.-La concesión para la explotación del recurso de órbita-espectro y las frecuencias asociadas asignados por la República se otorgará por un lapso máximo de quince años, el cual puede ser prorrogado por tiempo igual o inferior, a juicio de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones y de conformidad con el Plan Nacional de Telecomunicaciones, de acuerdo a las pautas siguientes:

1. Inmediatamente después de realizada la solicitud de explotación de servicios satelitales, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones evaluará la información y decidirá de conformidad con el reglamento de esta Ley, someter si ello es pertinente, la información correspondiente a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Esto no implica el otorgamiento de la explotación al solicitante.
2. El beneficiario de la concesión del recurso órbita espectro y de las frecuencias asociadas será escogido de conformidad con el procedimiento establecido para la asignación del espectro radioeléctrico, en cuanto resulte aplicable.
3. El beneficiario de la concesión del recurso órbita-espectro y de las frecuencias asociadas, cuando se trate de satélites, será escogido mediante adjudicación directa sin detrimento del cumplimiento de los requisitos que a tal efecto determine la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. En caso de existir simultaneidad de aspirantes y escasez de recursos órbita-espectro y frecuencias asociadas, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones utilizará los procedimientos de oferta pública establecidos en esta Ley.

ARTÍCULO 124.-La prestación de cualquier servicio de telecomunicaciones directas por satélite está sometida al régimen general de prestación de servicios según se

establece en la presente Ley. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones otorgará la habilitación administrativa correspondiente a quienes hayan cumplido con los requisitos y condiciones que a tales fines establezca dicho órgano de conformidad con esta Ley, sus reglamentos y con los tratados y acuerdos internacionales suscritos y ratificados por la República.

ARTÍCULO 125.-El uso del espectro radioeléctrico para la prestación de servicios de telecomunicaciones directas por satélite, requerirá de la obtención de la correspondiente concesión otorgada por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

Los operadores de servicios de telecomunicaciones debidamente habilitados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones en los términos establecidos en la presente Ley, podrán operar con satélites propiedad de entidades internacionales establecidas al amparo de tratados o convenios internacionales suscritos y ratificados por la República. Se exime a tales entidades del establecimiento de personería jurídica en el país y de la solicitud de título habilitante.

DE LOS IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES

CAPITULO I

DE LOS IMPUESTOS

ARTICULO 147.- Quienes con fines de lucro presten servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, pagarán al Fisco Nacional un impuesto del uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios.

Quienes presten cualquier otro servicio de telecomunicaciones con fines de lucro, deberán pagar al Fisco Nacional un impuesto del dos coma tres por ciento (2,3%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios.

Este impuesto se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

CAPITULO II

DE LAS TASAS Y CONTRIBUCIONES ESPECIALES

ARTICULO 148.- Quienes presten servicios de telecomunicaciones con fines de lucro, deberán pagar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones una contribución especial del medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos, derivados de la explotación de esa actividad, los cuales formarán parte de los ingresos propios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones para su funcionamiento.

Esta contribución especial se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

ARTICULO 216.- La contribución especial prevista en el **artículo 148** de esta Ley se aplicará progresivamente a las operadoras de radiodifusión y televisión abierta, en la forma siguiente:

Año 2001: 0,1 %

Año 2002:0,2%

Año 2003:0,3%

Año 2004: 0,4%

A partir del año 2005:0,5%

ARTICULO 149.- Quienes exploten o hagan uso del espectro radioeléctrico, deberán pagar anualmente a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones una tasa por concepto de administración y control del mismo, que no excederá del medio por ciento (0,5%) de sus ingresos brutos. En el caso de servicios de radiodifusión sonora y

de televisión abierta, este porcentaje no excederá de un cero coma dos por ciento (0,2%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios.

Esta tasa se liquidará y pagará anualmente, dentro de los primeros cuarenta y cinco días continuos del año calendario

El Reglamento de esta Ley definirá el modelo para el cálculo de dicha tasa, en función de los siguientes criterios: frecuencias y ancho de banda asignados, extensión del área geográfica cubierta y población existente en la misma, tiempo por el cual se haya otorgado la concesión y modalidad de uso.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones enterará al Fisco Nacional el cincuenta por ciento (50%) del monto resultante por este concepto y el resto formará parte de los ingresos propios de la Corporación.

ARTICULO 150.- Los órganos y entes de la administración central y descentralizada funcionalmente de la República, de los estados y de los municipios quedarán exentos del pago del tributo establecido en el artículo precedente, en los siguientes casos:

1. Cuando hagan uso de frecuencias reservadas a usos oficiales, según el Cuadro Nacional de Atribución de Bandas de Frecuencias (CUNABAF)
2. Cuando tales actividades se hagan para la satisfacción de sus necesidades comunicacionales, sin que presten servicios a terceros.

ARTICULO 151.- Quienes presten servicios de telecomunicaciones con fines de lucro deberán aportar al Fondo de Servicio Universal el uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos.

Los prestadores de servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, quedan exceptuados de esta obligación, sólo por lo que respecta a los ingresos brutos que obtengan por dichas actividades.

Este aporte se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

ARTICULO 152.- Quienes presten servicios de telecomunicaciones aportarán al Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones el medio por ciento (0,50%) de sus ingresos brutos.

Los prestadores de servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, quedan exceptuados de esta obligación, sólo por lo que respecta a los ingresos brutos que obtengan por dichas actividades.

Este aporte se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

El reglamento de esta Ley discriminará el monto de las tasas aplicables por cada uno de los aspectos enunciados, dentro de los límites establecidos en este artículo.

Artículo 4.- Comité Técnico:

La Superintendencia de Telecomunicaciones –SUPERTEL-, cuenta con un Comité Técnico cuyo objetivo es dar seguimiento y orientar las actividades de vigilancia, auditoría, intervención y control del Organismo.

El Comité Técnico, está integrado por:

- El Superintendente de Telecomunicaciones o su delegado quien lo presidirá,
- El Intendente Nacional de Control Técnico,
- El Director Nacional de Control de Prestación de Servicios de Telecomunicaciones
- El Director Nacional de Control del Espectro y Homologación,
- El Director Nacional de Gestión y Control de Radiodifusión y Televisión,
- El Director Nacional de Investigación Especial en Telecomunicaciones,
- El Director Nacional de Planificación.

Actuará como Secretario Técnico un servidor designado por el Comité, de entre los servidores de las Direcciones Nacionales de los procesos de Valor Agregado.

El Comité Técnico, tendrá las siguientes responsabilidades:

- a) Conocer el Plan Nacional de Control Técnico, su cumplimiento y emitir recomendaciones.
- b) Conocer y dar seguimiento a los proyectos de inversión o de gestión para el control y emitir sus observaciones y recomendaciones;
- c) Sugerir políticas, estrategias y metas de vigilancia, auditoría, intervención y control a la Máxima Autoridad.
- d) Analizar propuestas de proyectos de investigación y desarrollo técnico que coadyuven al control y sugerir su aprobación.

El Comité Técnico, ordinariamente se reunirá cada mes y extraordinariamente cuando el Superintendente de Telecomunicaciones o el Intendente Nacional de Control Técnico lo creyeren conveniente.

CONCESION

- Es la delegación del estado para la instalación, prestación y explotación de los servicios a los cuales se refiere la ley; así como para el uso de frecuencias del espectro radioeléctrico, mediante la suscripción de un contrato autorizado por el CONATEL y ejecutado por el Secretario Nacional De Telecomunicaciones, con una persona natural o jurídica domiciliada en el Ecuador.

- Servicios:
 - Servicios Finales
 - Servicios Portadores
 - Frecuencias

PERMISO

- El permiso es un título habilitante mediante el cual la secretaría, previa decisión del CONATEL, autoriza a una persona natural o jurídica para operar una red privada o prestar

Servicios de valor agregado.

- Servicios:

- Prestación de Servicios de Valor Agregado.
- Instalación y operación de redes privadas

- Reglamento del servicio de Telefonía Fija Local Registro Oficial No. 556-16-Abril-2002

Resolución No. 151-06-CONATEL-2002. Es un servicio final conmutado que se utiliza para la comunicación de voz en tiempo real.

En 1995, el IETEL se transforma en EMETEL. Para fines de 1997 EMETEL se transforma en EMETEL S.A., empresa que fue escindida dando como resultado ANDINATEL S.A. y PACIFICTEL S.A.

Existen 6 operadoras autorizadas para brindar el servicio de telefonía fija.

- **Operadores incumbentes**

- ANDINATEL S.A.

- PACIFICTEL S.A.

- ETAPA

- **Nuevos operadores**

- SETEL S.A.

- ECUADORTELECOM S.A.

SETEL S.A. Y ECUADORTELECOM S.A. tienen autorizado una concesión para dar servicio final local, telefonía pública a través de su propia infraestructura y servicio de larga distancia nacional y para operar sistemas de acceso fijo inalámbrico (WLL), con cobertura nacional.

Solamente ANDINATEL S.A., PACIFICTEL S.A. y ETAPA tienen autorización para prestar el servicio de telefonía internacional. El servicio de telefonía fija, fue en sus inicios un servicio de tipo analógico. Paulatinamente se han ido digitalizando las centrales telefónicas hasta alcanzar un 97,47% en la actualidad. El desafío presente está en digitalizar el bucle de abonado, lo que permitirá implementar nuevos servicios y optimizar la infraestructura existente ☐ Actualmente existen 2 operadoras para la prestación del servicio de telefonía móvil celular (STMC):

- CONECEL S.A. (PORTA) . Concesión 26 de agosto de 1993
- OTECEL S.A. (BELLSOUTH). Concesión 29 de noviembre de 1993
- En el año 1995, se celebran los contratos modificatorios para ampliación de coberturas.
- OTECEL S.A. y CONECEL S.A.en 1996 y 1997, respectivamente, suscriben el contrato Ratificatorio, Modificatorio y Codificador de Concesión para la prestación del SMTC y autorización para uso de frecuencias esenciales respectivamente.

Reglamento para la Prestación del Servicio Móvil

- Resolución No. 498-25-CONATEL-2002
- Registro Oficial No. 687 -2002
- Un servicio móvil avanzado es un servicio final de telecomunicaciones del servicio móvil terrestre que permite toda transmisión, emisión y recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos, voz, datos o información de cualquier naturaleza.

- **Reglamento de Servicios Portadores**

- Resolución No. 388-14-CONATEL-2001

- Registro Oficial No. 426-2001-10-04

- Son los servicios de Telecomunicaciones que proporcionan la capacidad necesaria para la transmisión de señales entre puntos de terminación definidos en la red.

- **Se pueden prestar bajo 2 modalidades**

- Redes conmutadas

- Redes No Conmutadas

Reglamento para la prestación de servicios de Valor Agregado

- Resolución No. 071-03-CONATEL-2002

- Registro Oficial No. 545-1-Abril-2002

Son aquellos que utilizan servicios finales proporcionados por un concesionario, para prestar a sus abonados servicios que transforman el contenido de la información transmitida.

Reglamento para el otorgamiento de títulos habilitantes para la operación de Redes Privadas.

- Resolución 017-02-CONATEL-2002 y Registro Oficial 528, 6-Marzo-2002

- Son aquellas utilizadas por personas naturales o jurídicas y exclusivamente con el propósito de conectar distintas instalaciones de su propiedad que se encuentren bajo su control.

- Su operación requiere de un permiso de la **SENATEL**.

- Puede estar compuesta de uno o varios circuitos arrendados, líneas privadas virtuales, infraestructura propia o una mezcla de estos.

4.6.- ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

Para el presupuesto del presente estudio se detallará en detalle de todos los gastos y costos necesarios para la realización del proyecto.

Para la inversión inicial, se necesitó materiales, equipos y la mano de obra.

COSTOS

COSTO DE MATERIALES

MATERIALES			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Antena Microondas	14	\$ 5.700,00	\$ 79.800,00
Antenas PANEL R2T24W-15-RSMA	110	\$ 79,00	\$ 8.690,00
Cableado especial (METROS)	600	\$ 345,00	\$ 207.000,00
Caja de Inspección	5	\$ 2.906,00	\$ 14.530,00
Cerramiento (mallas metalicas)	20	\$ 1.187,00	\$ 23.740,00
Cimientos perifericos	32	\$ 753,15	\$ 24.100,80
Pararayos	11	\$ 5.351,00	\$ 58.861,00
Switch y breaker	5	\$ 5.960,00	\$ 29.800,00
Tablero	10	\$ 1.250,00	\$ 12.500,00
Torre Metalica 54 m.	1	\$ 35.750,00	\$ 35.750,00
actualizacion del software	1	\$ 19.000,00	\$ 19.000,00
Tranformador 15 KA	2	\$ 6.100,00	\$ 12.200,00
POSTES	25	\$ 600,00	\$ 15.000,00
CABLE DE TIERRA	70	\$ 96,00	\$ 6.720,00
VARILLA DE TIERRA	100	\$ 191,00	\$ 19.100,00
			\$ 566.791,80

COSTO DE LOS EQUIPOS

EQUIPOS	
maquina compactadora	\$ 43.950,00
Equipos especiales de transmisión	\$ 38.500,00
Sistema de luz baliza	\$ 32.000,00
Sistema de puesta a tierra	\$ 69.000,00
Cuarto de equipos	\$ 49.250,00
	\$ 232.700,00

TRANSPORTE	
Camionetas	\$ 12.000,00
volquetas	\$ 8.000,00
TOTAL	\$ 20.000,00

COSTO DE LA MANO DE OBRA

MANO DE OBRA	
Ingeniero Civil	\$ 6.200,00
Ingeniero en Telecomunicaciones	\$ 5.800,00
Ingeniero Electrico	\$ 5.300,00
ingeniero en sistemas	\$ 4.350,00
Maestro albañil	\$ 850,00
Jornalero para limpieza de maleza	\$ 500,00
Obrero 1	\$ 700,00
Obrero 2	\$ 700,00
Obrero 3	\$ 700,00
Obrero 4	\$ 700,00
Obrero 5	\$ 700,00
Obrero 6	\$ 700,00
Asistente albañil 1	\$ 550,00
Asistente albañil 2	\$ 550,00
Asistente albañil 3	\$ 550,00
Asistente de Obra	\$ 550,00
	\$ 29.400,00

Así el valor de la inversión inicial nos da un costo de \$ 848.891,80.

INVERSION DEL PROYECTO	
MATERIA PRIMA	\$ 566.791,80
EQUIPOS	\$ 252.700,00
MANO DE OBRA	\$ 29.400,00
	\$ 848.891,80

GASTOS

Para los siguientes años al iniciar las operaciones, se necesitaran de personal especializado y vendedores

PERSONAL

GASTOS AMINISTRATIVOS	
GERENTE GENERAL	\$ 3.200,00
ASISTENTES	\$ 600,00
SECRETARIAS	\$ 450,00
GERENTE MARKETING	\$ 2.800,00
CONSERJE	\$ 350,00
CHOFERES	\$ 350,00
JEFE ADMINISTRATIVO	\$ 2.000,00
JEFE MANTENIMIENTO	\$ 800,00
AUXILIARES	\$ 500,00
JEFE DE CALIDAD	\$ 750,00
OPERARIOS DE MAQUINA	\$ 350,00
	\$ 12.150,00

GASTO FUERZA DE VENTAS								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
20	Vendedor 1	7.000,00	583,33	20,00	291,67	850,50	8.745,50	104.946,00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							8.745,50	104.946,00

COMISIÓN EN VENTAS			
No.	Vendedores	Comisión mensual	Comisión Anual
20	Vendedor 1	350,00	4.200,00
TOTAL			4.200,00

PUBLICIDAD Y MARKETING

PUBLICIDAD Y MARKETING	
MENSUAL	ANUAL
\$ 4.550,00	\$ 54.600,00
TOTAL	\$ 54.600,00

FINANCIAMIENTO

El financiamiento del proyecto será 100% capital propio ya que Claro tv tiene la suficiente liquidez por lo que no necesita de ningún préstamo bancario.

PROYECCIÓN DE LAS VENTAS

Para la proyección de las ventas de los próximos 5 años se determinó según los estudios realizados que las ventas del 2011 serían 42.771,00 y que cada año se estimaría un crecimiento en el mercado de un 10%. La inflación para este estudio fue investigada en la página del Banco Central del Ecuador en la que muestra una inflación acumulada hasta el mes de septiembre de 4.31%. El precio escogido fue del 16.50 estimando que la población es de recursos medio – bajo y en los siguientes años se regula mediante el incremento de la inflación.

DETALLE DE PROYECCIONES DE INGRESOS					
(VENTAS PROYECTADAS)					
AÑOS	OFERTA	CRECIMIENTO %	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2011	42.771,00	0%		\$ 16,50	\$ 705.721,50
AÑO 2012	47.048,10	10%	4,31%	\$ 17,21	\$ 809.751,91
AÑO 2013	51.752,91	10%	4,31%	\$ 17,95	\$ 929.117,43
AÑO 2014	56.928,20	10%	4,31%	\$ 18,73	\$ 1.066.078,64
AÑO 2015	62.621,02	10%	4,31%	\$ 19,53	\$ 1.223.229,29
Fuente:	Promedio Inflación septiembre 2011 http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion				

4.7- ESTUDIO ECONOMICO DEL PROYECTO



ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECCIÓN A 5 AÑOS						
	Precio	\$ 16,50	\$ 17,21	\$ 17,95	\$ 18,73	\$ 19,53
	Inflacion	0%	4,31%	4,31%	4,31%	4,31%
	Tasa de crecimienmto	0%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
		AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
INGRESOS						
VENTAS		705.721,50	809.751,91	929.117,43	1.066.078,64	1.223.229,29
COSTOS		10.000,00	10.431,00	10.880,58	11.349,53	11.838,69
MANTENIMIENTO		10.000,00	10.431,00	10.880,58	11.349,53	11.838,69
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		695.721,50	799.320,91	918.236,86	1.054.729,11	1.211.390,59
INVERSION INICIAL						
GASTOS		199.166,00	215.120,60	232.670,66	251.975,73	273.211,30
ADMINISTRATIVOS		35.420,00	35.420,00	35.420,00	35.420,00	35.420,00
SUELDOS PERSONAL		12.150,00	12.150,00	12.150,00	12.150,00	12.150,00
DEPRECIACIÓN		23.270,00	23.270,00	23.270,00	23.270,00	23.270,00
VENTAS		163.746,00	179.700,60	197.250,66	216.555,73	237.791,30
FUERZA DE VENTAS		104.946,00	115.440,60	126.984,66	139.683,13	153.651,44
COMISIÓN EN VENTAS		4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
PUBLICIDAD Y MARKETING		54.600,00	60.060,00	66.066,00	72.672,60	79.939,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TR.		496.555,50	584.200,31	685.566,20	802.753,38	938.179,30
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		74.483,33	87.630,05	102.834,93	120.413,01	140.726,89
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		422.072,18	496.570,26	582.731,27	682.340,37	797.452,40
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		105.518,04	124.142,57	145.682,82	170.585,09	199.363,10
UTILIDAD NETA		316.554,13	372.427,70	437.048,45	511.755,28	598.089,30

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
PROYECCIÓN A 5 AÑOS						
Precio		\$ 16,50	\$ 17,21	\$ 17,95	\$ 18,73	\$ 19,53
Inflacion		0%	4,31%	4,31%	4,31%	4,31%
Tasa de crecimienmto		0%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
	Periodo 0	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
INGRESOS		\$ 705.721,50	\$ 809.751,91	\$ 929.117,43	\$ 1.066.078,64	\$ 1.223.229,29
COSTOS		\$ 10.000,00	\$ 10.431,00	\$ 10.880,58	\$ 11.349,53	\$ 11.838,69
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		\$ 695.721,50	\$ 799.320,91	\$ 918.236,86	\$ 1.054.729,11	\$ 1.211.390,59
INVERSION INICIAL	(\$ 848.891,80)					
GASTOS		\$ 199.166,00	\$ 215.120,60	\$ 232.670,66	\$ 251.975,73	\$ 273.211,30
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 74.483,33	\$ 87.630,05	\$ 102.834,93	\$ 120.413,01	\$ 140.726,89
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 105.518,04	\$ 124.142,57	\$ 145.682,82	\$ 170.585,09	\$ 199.363,10
UTILIDAD NETA	\$ (848.891,80)	\$ 316.554,13	\$ 372.427,70	\$ 437.048,45	\$ 511.755,28	\$ 598.089,30
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ (848.891,80)					
(+) VALOR DE RESCATE						\$ 254.667,54
Flujo de caja	\$ (848.891,80)	\$ 316.554,13	\$ 372.427,70	\$ 437.048,45	\$ 511.755,28	\$ 598.089,30
payback	\$ (848.891,80)	\$ (532.337,67)	\$ (159.909,97)	\$ 277.138,48	\$ 788.893,76	\$ 1.386.983,06
			TMAR	15%		
TIR	38,18%					
VAN	\$ 508.958,07					

TIR

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto sea cero. Como se puede observar en la tabla anterior, la TIR para el presente proyecto alcanza un 38.18%, siendo mayor a la TMAR que es de 15.00%; con lo cual se demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

VAN

El Valor Actual Neto corresponde al valor presente de todos los flujos futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa del 15.00% que corresponde a la TMAR. El VAN para el presente proyecto es de \$508.958,07 siendo este mayor a la inversión inicial que es de \$ 848.891,80; por lo que se concluye que el negocio es rentable.

CONCLUSION

Se realizó un estudio de mercado en la que se determinó los gustos y preferencia del consumidor, sabiendo que el cliente potencial es de extracto social medio a baja. Se realizó un sondeo mediante encuestas telefónicas a 328 posibles suscriptores y se determinó que 215 personas adquirirían el servicio de Claro tv. Además se realizó un análisis FODA en la cual la amenaza que podría tener Claro tv es CNT, quien brindará sus servicios el año que viene y que Directv es nuestra mayor competencia al tener cobertura a nivel nacional debido a su cobertura satelital.

Se establecieron estrategias como contar con la tecnología LMDS debido a su sistema de distribución múltiplo que ofrece señal a nivel local. También se estableció estrategias para obtener ventaja competitiva en el mercado basadas en el servicio como es el servicio postpago, innovación al entrar a un nicho de mercado que no ha sido tomado en cuenta aun, el talento humano que son factores importantes para entrar e incrementar su participación en el mercado.

El Sistema Organizacional se determinó que las relaciones jerárquicas progresan de arriba abajo en cualquiera de sus divisiones: RRHH, Jurídica, Técnica, Sistemas. Todos obedecen a un director seguido de los gerentes, luego por los asistentes y demás colaboradores.

En la parte legal podemos definir que ninguna persona natural o jurídica podrá, obtener en concesión o llegar a controlar más de una estación de radiodifusión o televisión abierta, en la misma banda de frecuencia por localidad. Según las disposiciones legales se determina que en materia de seguridad y defensa, el Presidente de la República podrá, directamente o a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, ordenar a los operadores que presten servicios de televisión

por suscripción, a través del canal de información a sus clientes y a las empresas de radiodifusión sonora y televisión abierta.

Se realizó un estudio técnico en el que se detallaron los costos, de los materiales y equipos necesarios, además de los gastos de la mano de obra y de los gastos del personal. Para la inversión inicial se necesitó \$ 848.891,80 dólares. El financiamiento será 100% propio y que los ingresos para el periodo 2011 sería de \$ 705721,50 con incremento del 10% anual.

Finalmente se realizó el estudio económico del proyecto mediante el estado de resultado y el flujo de caja proyectado, concluyendo en este último que el VAN ES \$ 508,958.07 y el TIR de 38.18% determinando rentable el estudio.

RECOMENDACIONES

- Realizar evaluaciones periódicas a los clientes para poder determinar el grado de satisfacción respecto al servicio recibido
- Capacitar al personal de la empresa constantemente para lograr mayor eficiencia en los procesos.
- Invertir constantemente en la innovación de la red para mantener los estándares de calidad de la señal ofrecida.
- Invertir continuamente en publicidad como una forma de mantener el posicionamiento de la marca en la mente del cliente.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Impactos de la Fusión VTR – Metrópolis Intercom en el mercado nacional de las telecomunicaciones: Análisis ex-post de un fallo controvertido. Informe económico, Bitrán & Asociados, 2008.
- Crecen ingresos de operadoras celulares Claro y Movistar, Diario El Universo, Miércoles 3/8/ 2011
- Administración de Servicios; Lovelock, Reynoso, Huete.
- Investigación de Mercados; Malhotra.
- Análisis de los niveles de penetración de los servicios de telecomunicaciones más destacados que se ofrecen en el Ecuador, Diana León Santín; Francisco Carrillo Díaz, 2009.
- INEC; “Estudio de Condiciones de Vida”; 2006; p. 13.
- Estadísticas de evolución de los servicios de radiodifusión y televisión 1996-2010, Dirección General de Radiodifusión Televisión.
- DirecTV, 2010 Annual Report.

SITIOS WEB

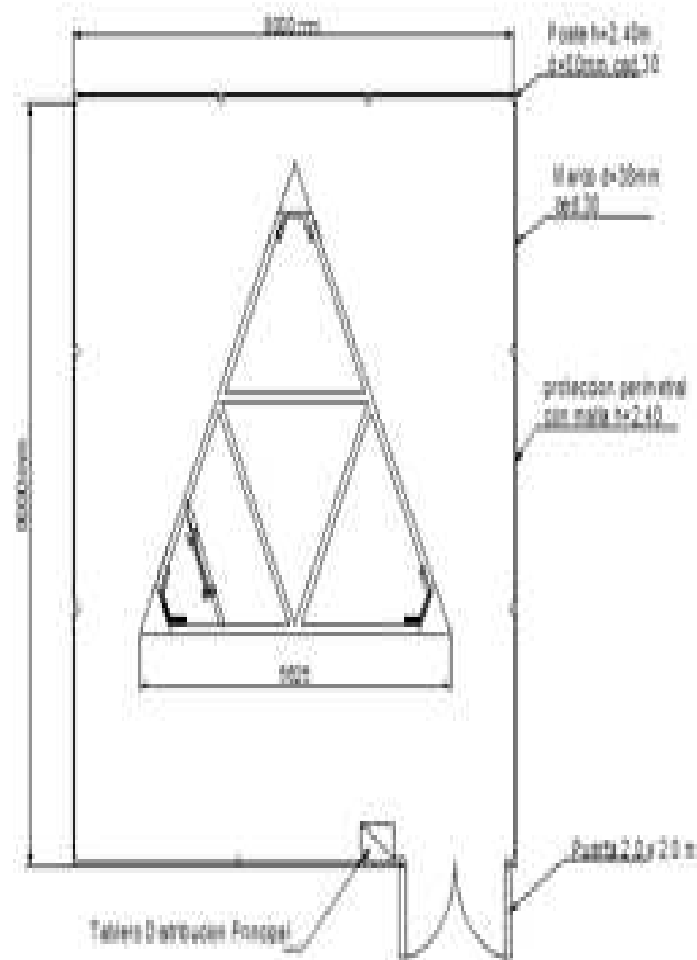
- www.conatel.gob.ec
- www.supertel.gob
- www.surveydata.ws
- www.csc.com/es
- www.inec.gov.ec

ANEXO 1

DESCRIPCION DE ITEMS DE CONSTRUCCION

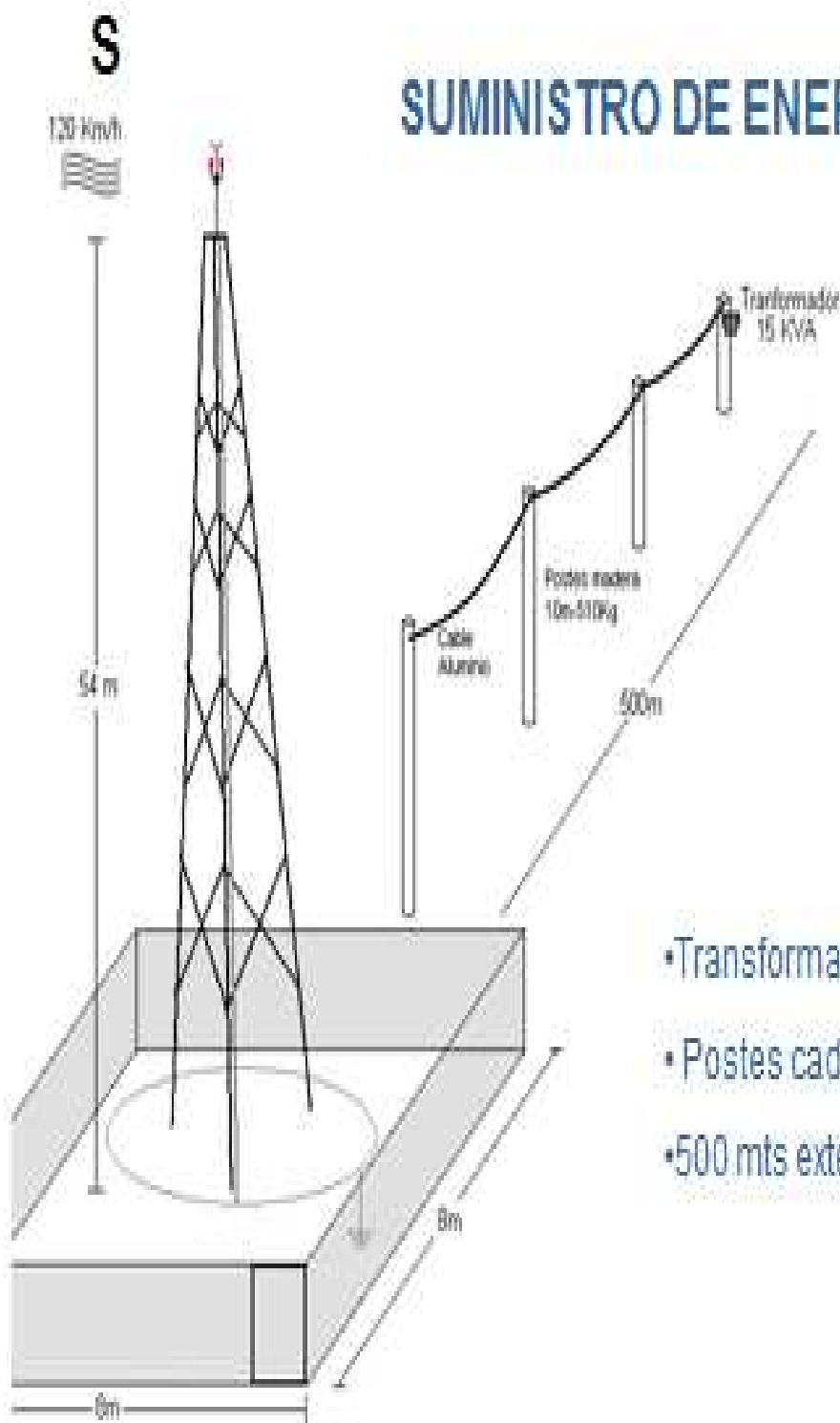
DOCUMENTO ASOCIADO

PLANO CONCEPTUAL PACK 2



Implantacion Torre 54 m

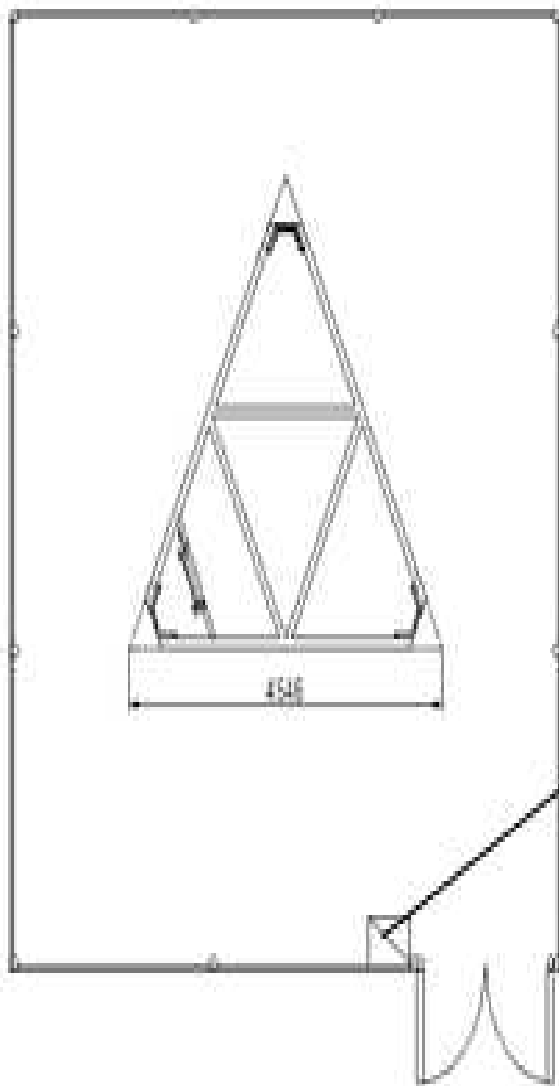
SUMINISTRO DE ENERGIA



ACOMETIDA

- Transformador 15 KVA
- Postes cada 70 mts
- 500 mts extensión

SUMINISTRO ENERGIA

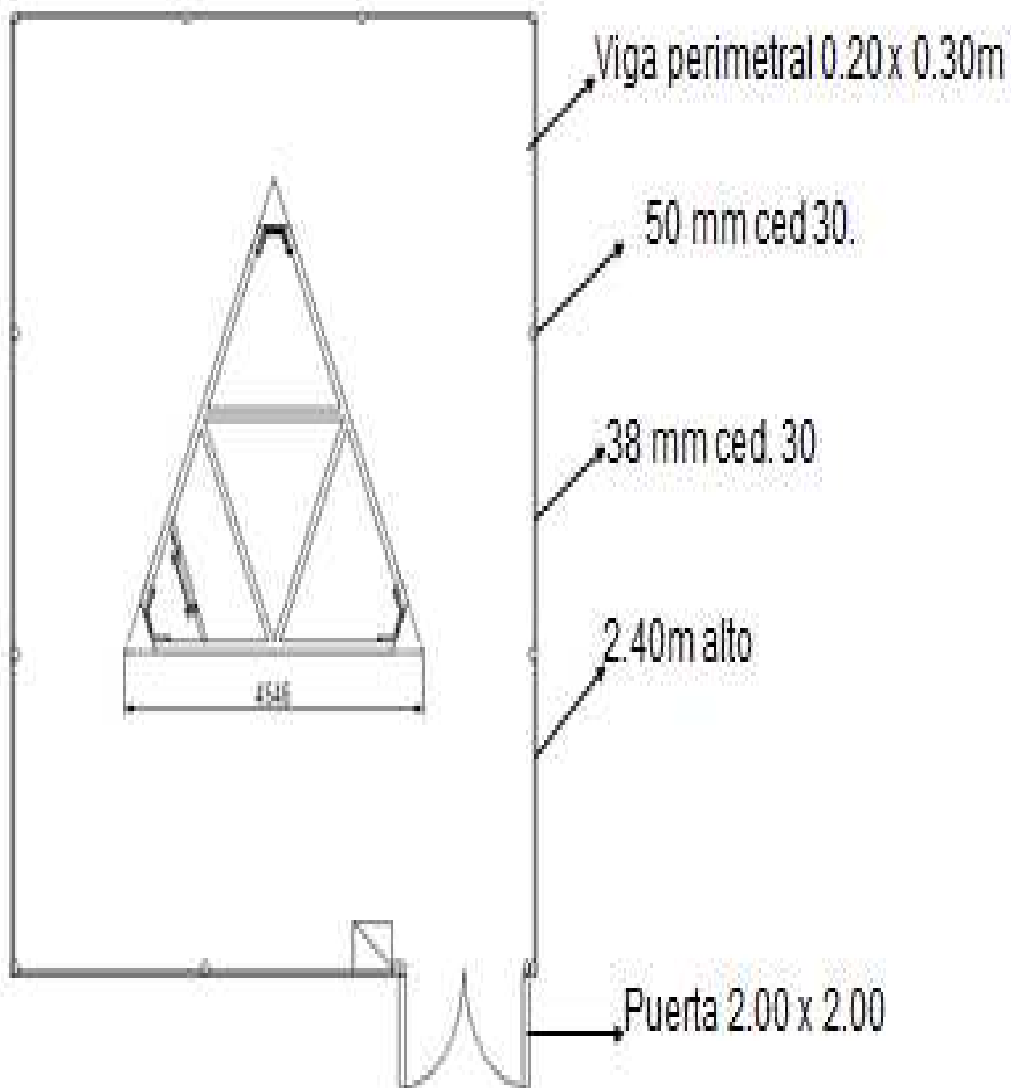


Tablero AC 10 circuitos
Switch Principal 200 A
Breaker 70 A 3 fases

Acometida en cable 5 x 16mm²
en tubería conduit 50 mm. Diam.

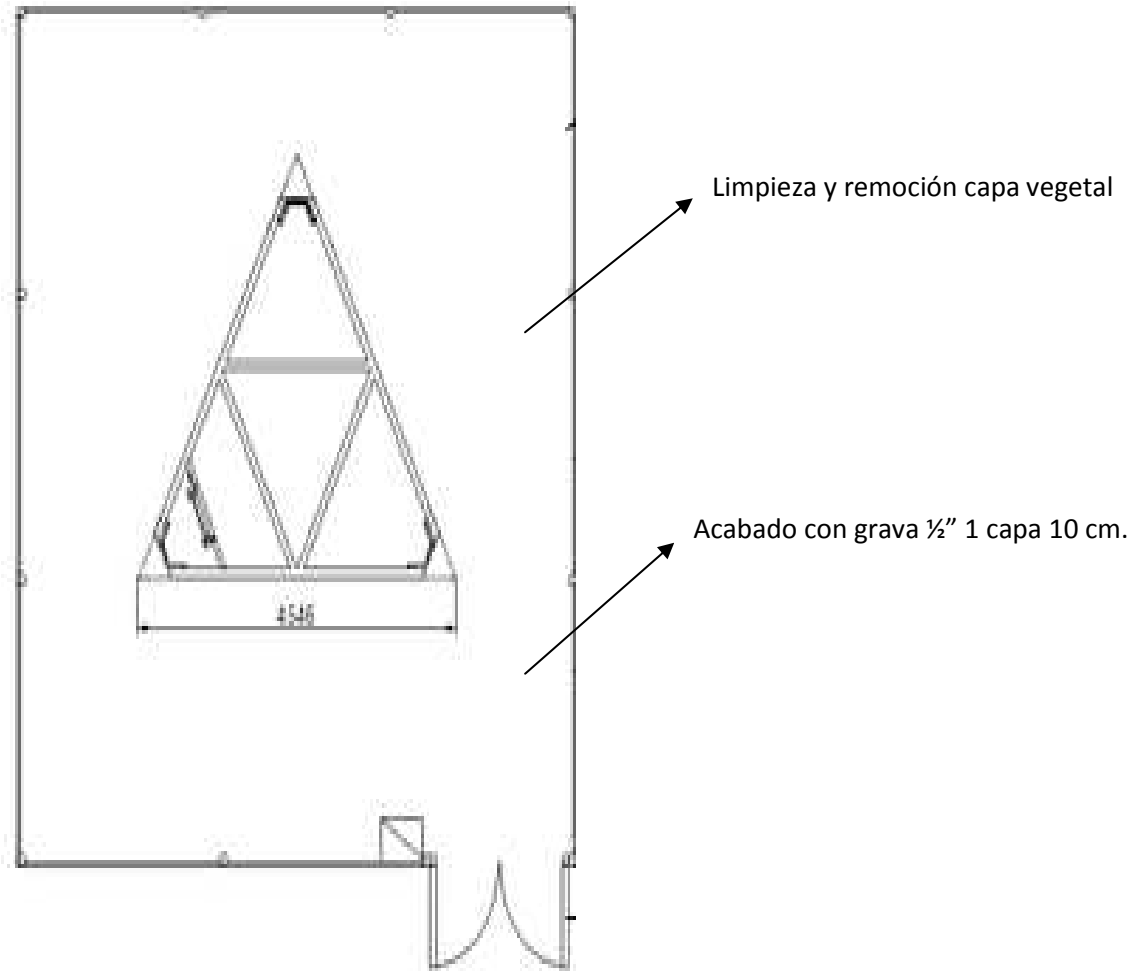
Implantacion Torre 42 m

CERRAMIENTO



Implantacion Torre 42 m

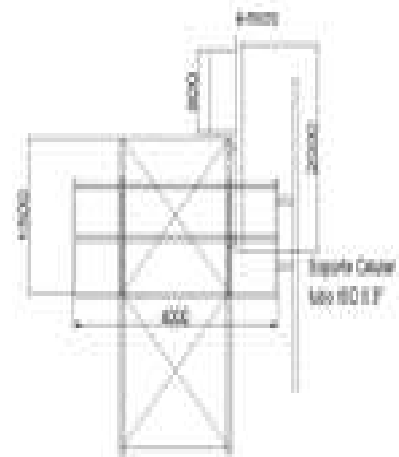
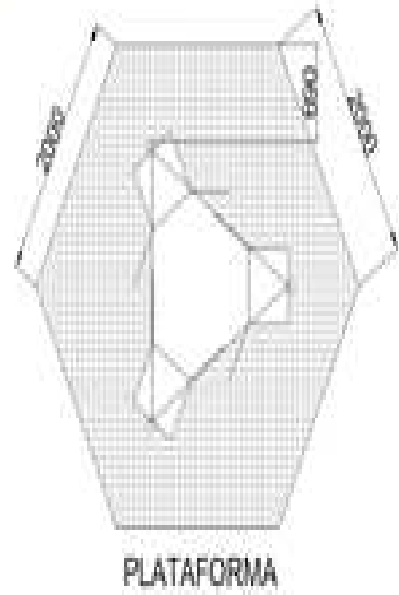
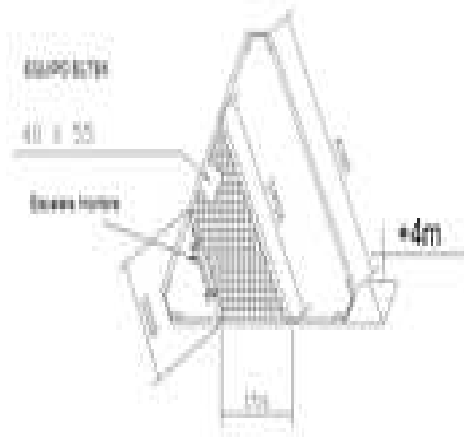
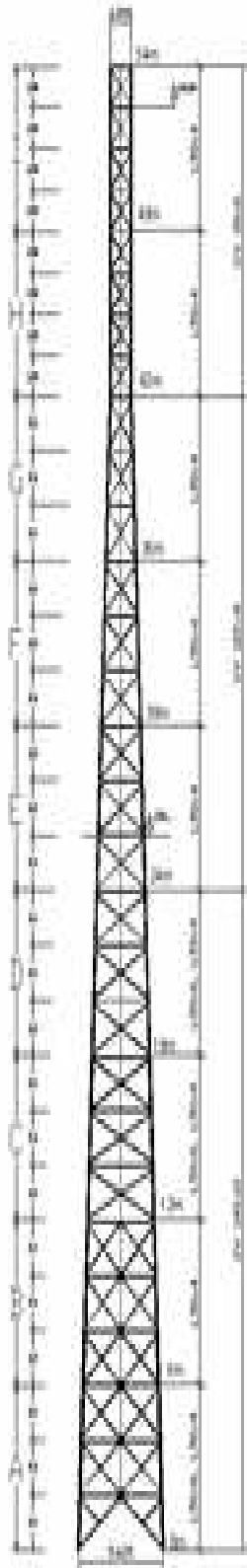
PREPARACIÓN Y ACABADOS



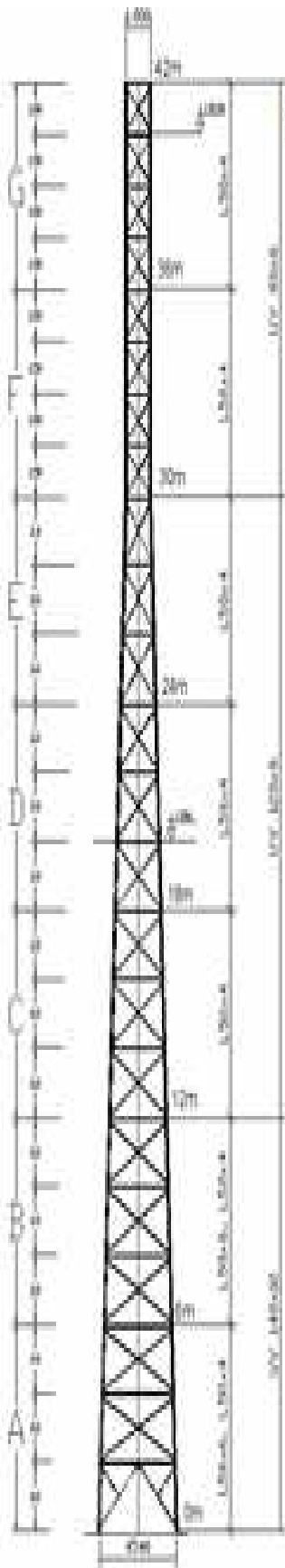
Implantacion Torre 42 m

PLANO CONCEPTUAL

PACK 2



PLANO CONCEPTUAL PACK 6

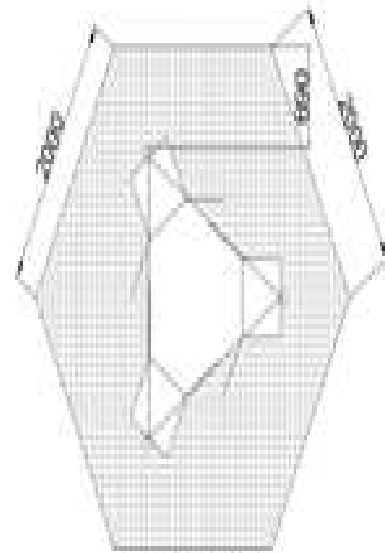


ESCALA 1/200

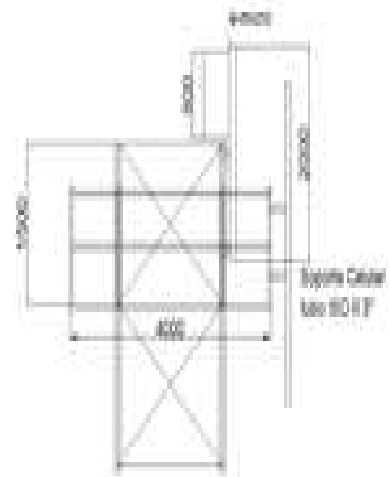
40 x 50

ESCALA 1/200

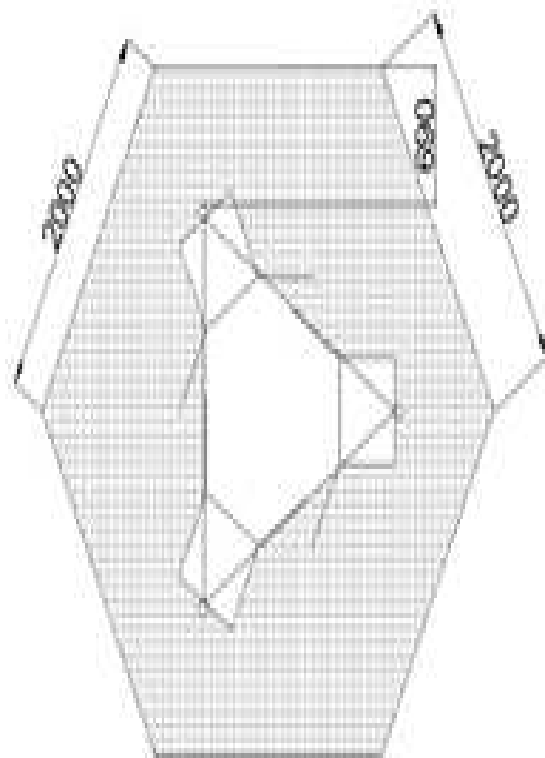
+4m



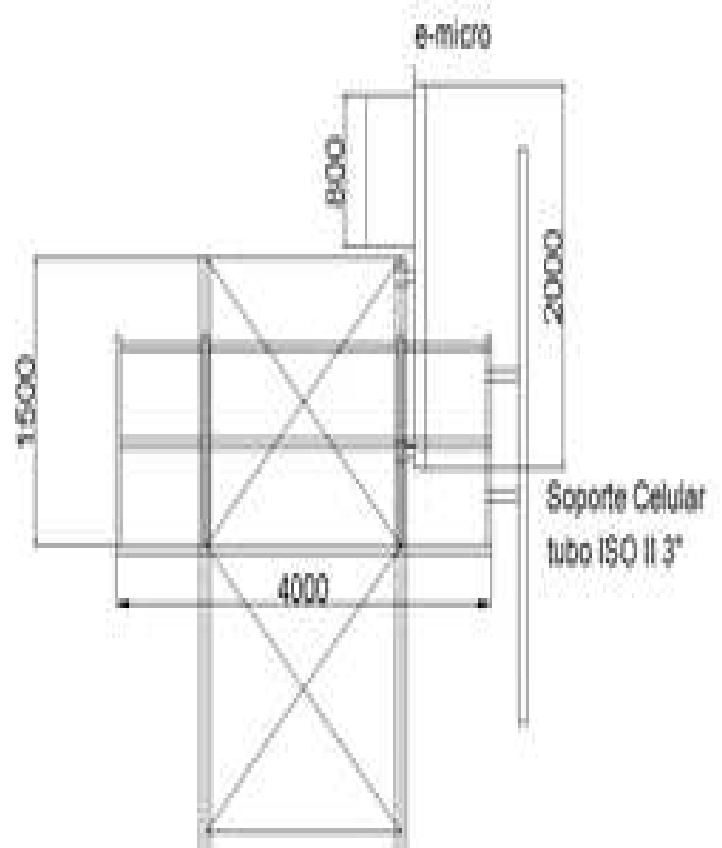
PLATAFORMA



PLATAFORMA DE TRABAJO

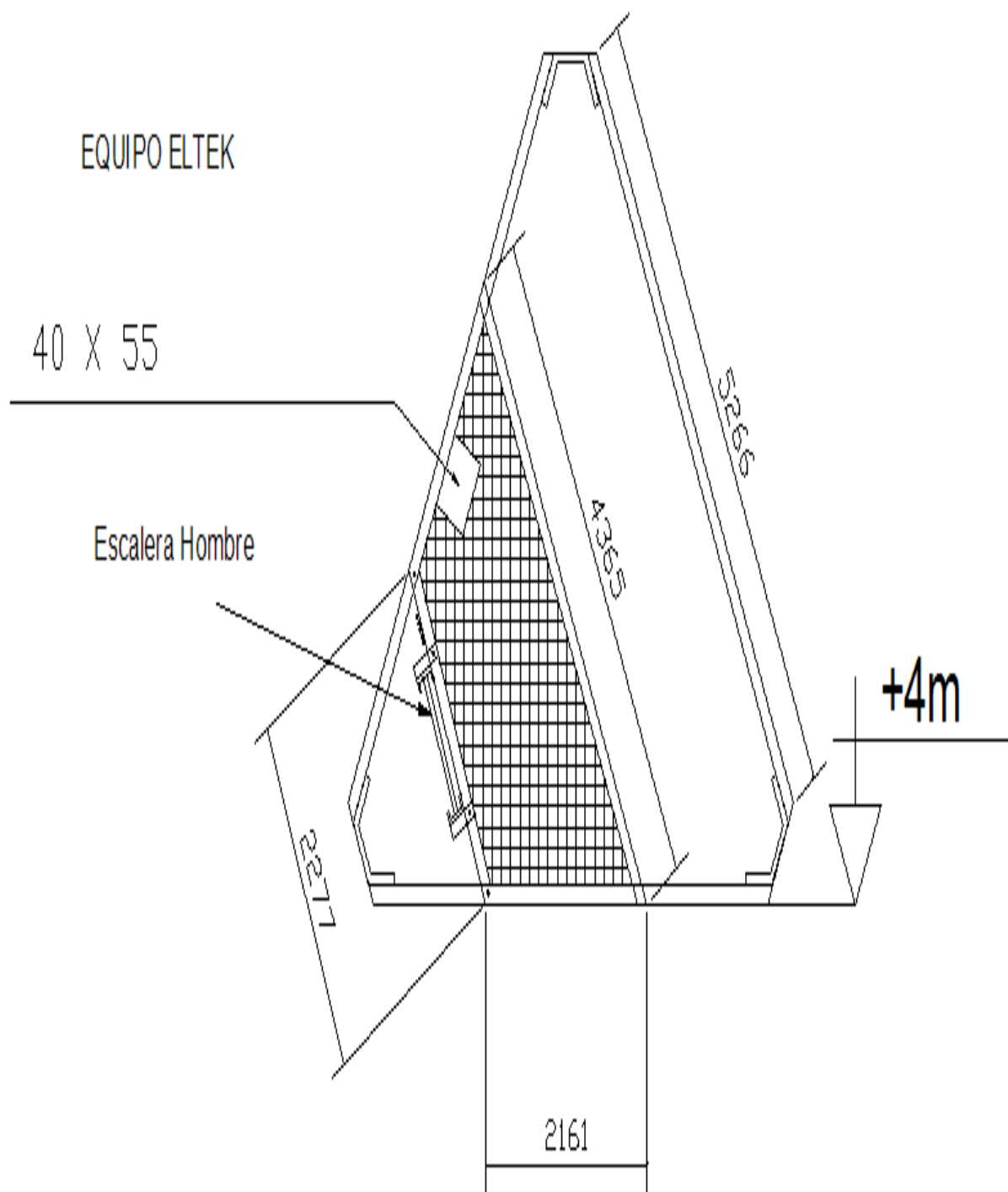


PLATAFORMA



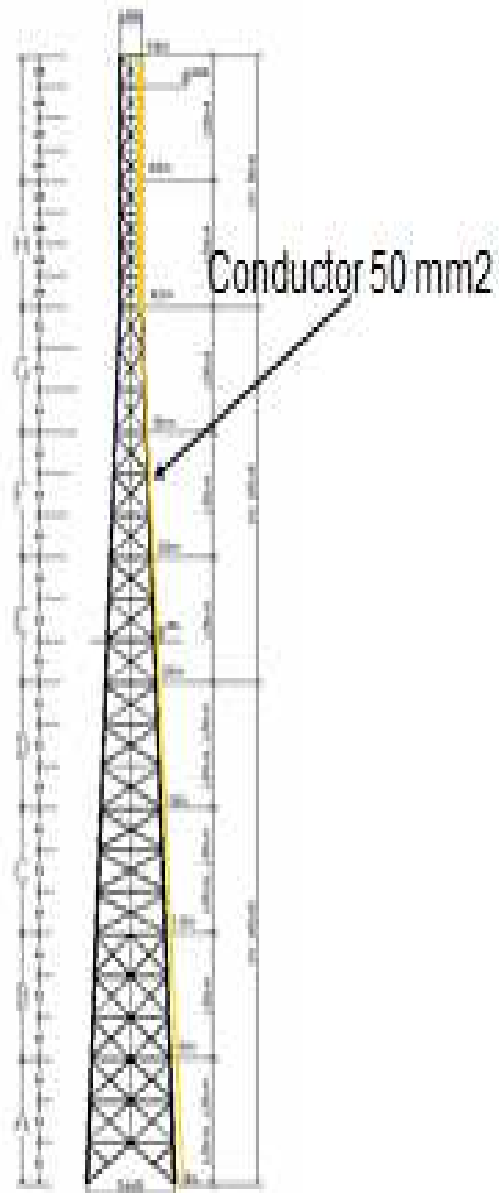
DOCUMENTO ASOCIADO



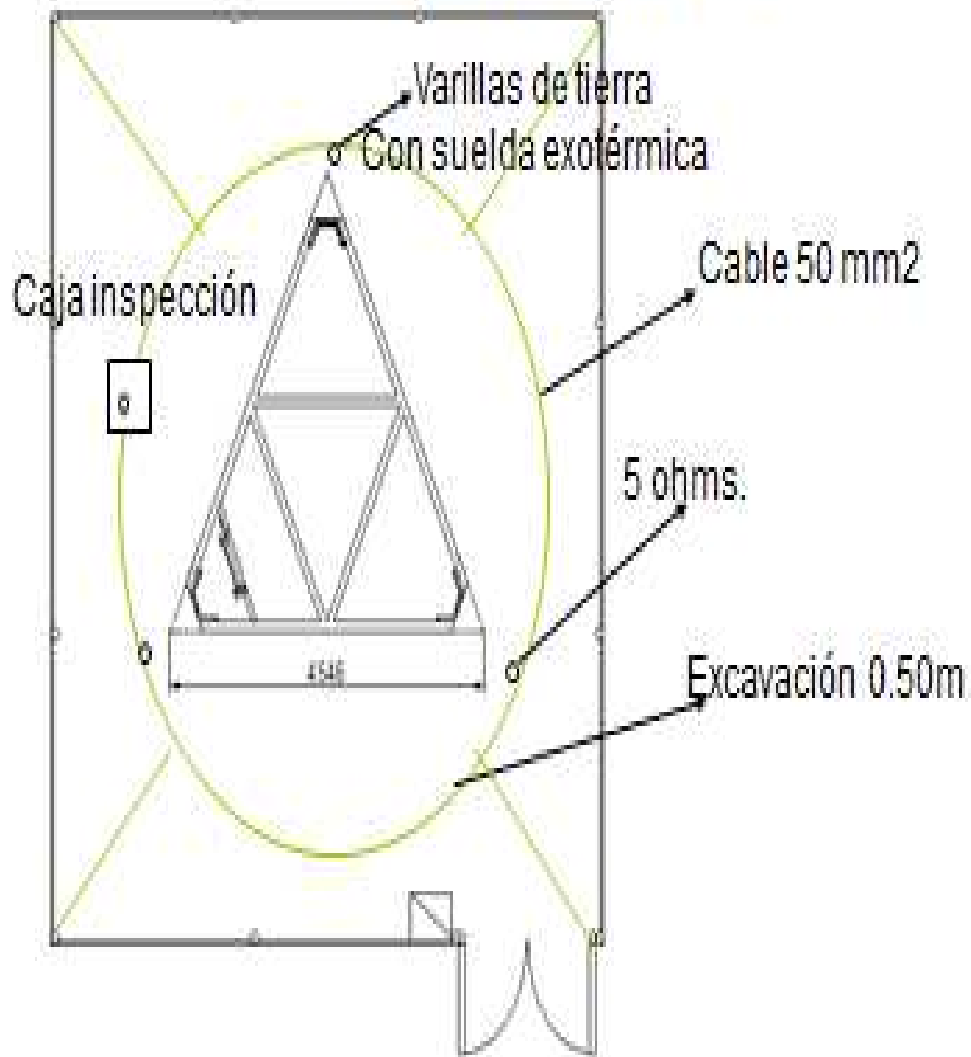


PLATAFORMA PARA EQUIPO ELTEK TORRE 54 m.

CABLE DE TIERRA



PUESTA A TIERRA



Implantación Torre 42 m

DOCUMENTO ASOCIADO

BALIZAS

