

# **PLAN DEL TRABAJO DE CONCLUSION DE CARRERA (TCC**

**Nombre:**

**Pamela Roca Bahamonde**

## **COMO ELEVAR EL CONSUMO DEL SERVICIO DE VALOR AGREGADO DE LA COMPAÑÍA CLARO**

Plan del Trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios especialización mayor, Marketing, especialización menor, Turismo.

**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO**

Guayaquil; Enero /2012

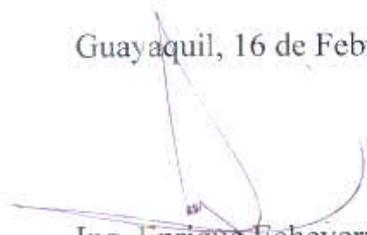
## **DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD**

La Universidad Del Pacífico, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en el presente Trabajo de Conclusión de Carrera “ESTRATEGIAS PARA ELEVAR Y FORTALECER EL CONSUMO DE SERVICIO DE VALOR AGREGADO DE LA COMPAÑÍA CLARO”, de autoría de Pamela Roca Bahamonde, en razón que ésta ha sido elaborada con información confidencial.

Cinco copias digitales, de este Trabajo de Conclusión de Carrera quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso, suscribe

Guayaquil, 16 de Febrero del 2012

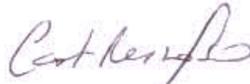


Ing. Enrique Echeverría  
DECANO FACULTAD DE NEGOCIOS

## CERTIFICACION

Yo, Ing. Carlos Reinoso, profesor de la Facultad de Negocios de la Universidad Del Pacífico, como Director del presente Trabajo de Conclusión de Carrera, certifico que la señora Pamela Roca Bahamonde, egresada de esta Institución, es autora exclusiva del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito.

Guayaquil, 16 de Febrero del 2012



.....  
Ing. Carlos Reinoso

## DECLARACION DE AUTORIA

Yo, Pamela Roca Bahamonde declaro ser la autora exclusiva del presente Trabajo de Conclusión de Carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de mi responsabilidad.

Por medio del presente documento cedemos los derechos de autor a la Universidad del Pacífico –Escuela de Negocios – para que pueda hacer uso del texto completo de este Trabajo de Conclusión de Carrera “ESTRATEGIAS PARA ELEVAR Y FORTALECER EL CONSUMO DE SERVICIO DE VALOR AGREGADO DE LA COMPAÑÍA CLARO” con fines académicos y/o de investigación.

Guayaquil, 16 de Febrero del 2012



.....  
Pamela Roca Bahamonde

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy Gracias primero a Dios y a las personas que hicieron posible el desarrollo de la tesis, Mi familia, profesores, tutores, decanos, compañeros de trabajo de área comercial- marketing, sistema y financiero de la empresa CLARO que aportaron con el granito de arena para, el desarrollo y la creatividad de la misma.

## **DEDICATORIA:**

Dedico este proyecto a Dios quien me dio la sabiduría, fuerzas y oportunidad para realizar este proyecto de culminación de carrera, las fuerzas y apoyo de mi familia, padres, esposo, hijos que es una de las razones de mi crecimiento intelectual y espiritual.

<b>INDICE</b>	
• <b>INTRODUCCION</b>	7
• <b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	8
• <b>1. CAPITULO I ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	
• 1.1 Planteamiento del Problema	9
• 1.2 Objetivo del estudio	10
• 1.2.1 Objetivos generales	10
• 1.2.2 Objetivos específico	10
• 1.3 Justificación del objetivo	10
• 1.4 Metodología Utilizada	11
• 1.5 Tamaño de la Muestra	11
• <b>2. CAPITULO II ANALISIS ESTRATEGICO</b>	
• 2.1 Análisis de las variables del entorno externo	12
• 2.1.1 Entorno Social y Cultural ,Económico	12
• Ambiental, Legal Tecnológico	
• <b>3. CAPITULO III ESTUDIO DEL MERCADO</b>	
• 3.1 Análisis de la demanda	14
• 3.1.1 Necesidades de los clientes.	14
• 3.1.2 Comportamiento histórico de la demanda de telecomunicaciones y SVA.	15
• 3.1.3 Desarrollo Histórico de la Tecnología en la Telecomunicaciones	16
• Tecnología en la Telecomunicaciones	16
• 3.1.3 Proyección de la demanda.	17
• 3.1.5 Tabulación de la demanda de fuentes primaria	18
• 3.1.4 Conclusión de la tabulación Estadística	22
• 3.2 Análisis de la oferta	22
• 3.2.1 Características de los SVA actuales en Claro	23
• 3.2.2 Oferta actual de planes con voz y datos / voz y SMS	25
• 3.3 Proyección de la nueva oferta con SVA actuales.	26
• 3.3.1 Innovación de servicios de voz y otros SVA actuales.	26
• 3.3.1.2 Tarifas planes de voz & video llamada:	26
• 3.3.1.3 Tarifas planes de voz & localizador	28
• 3.4 Marketing mix	29
• 3.4.1 Definición y Descripción de los nuevos SVA (productos)	29
• 3.4.2 Innovación de servicios de Mensajería de texto	30
• 3.4.2.1 Mensajes de texto por Cobrar	30
• 3.4.2.2 Mensajería de texto personalizada	30
• 3.4.2.3 Nueva aplicación de VOICENOTE SMS texto	31
• 3.4.3 Roaming prepago	37
• 3.5 Análisis de precios de los nuevos sva.	38
• 3.5.1 Tarifas/ Costos Mensajes de Texto	38

- 3.5.1.1 Tarifas Mensajes de Texto por cobrar .....38
- 3.5.1.2 Tarifas SMS personalizada .....38
- 3.5.1.3 Tarifas SMS VOICENOTE .....39
- 3.5.2 Tarifas/ Costos Roaming Prepago .....39
- 3.6 Promoción, estrategia para el consumo del SVA .....40
- 3.7 Análisis de la Plaza .....41
- 3.7.1 Canales de comercialización .....41
- 3.7.2 Ventajas y desventajas de los canales previstos .....41
- **4. CAPITULO IV PLAN ESTRATEGICO** .....41
- 4.1 Las cinco fuerzas PORTER .....41
- 4.1.1 Matriz FODA .....43
- 4.1.2 Misión, Visión y Valores Organizacionales .....46
- 4.2 Benchmarking de SVA Claro vs Movistar .....47
- 4.2.1 Comparativo de SVA SOLO DATOS .....47
- 4.2.2. Comparativo SVA con costo .....48
- 4.2.3 Comparativo de SVA sin costo. ....49
- 4.2.4 Comparativo de SVA de la nueva oferta de servicio .....49
- 4.4. Control estratégico .....51
- **5. CAPITULO V ANALISIS**
- 5.1 RENTABILIDAD VS INVERSIÓN.....52
- 5.2 Análisis propuesta de rentabilidad nuevo SVA con costo.....53
- 5.3 Tabla propuesta de rentabilidad nuevo SVA con costo.....56
- 5.4 Histórico de Abonados y Penetración de Mercado.....57
- **6. CAPITULO VI CONCLUSIONES**
- 6.1 Conclusiones.....58
- **7.CAPITULO VII ANEXOS**.....59
- 7.1 Cuestionario .....59
- 7.2 Histórico de Numero de Cac's y Plazas .....61
- 7.3 Histórico de Flujos de Clientes en Cac's .....61
- 7.4 Histórico de Satisfacción General de servicio. ....62
- 7.5 Histórico de Resultados Comerciales de Ventas Totales. ....62
- 7.6 Diversificación de Canales de Atención. ( Activación de SVA).....63
- 7.7 Ejemplo de Asignación de Meta de SVA por Mes .....63
- 7.8 Metas de SVA y Cumplimiento Sobre la Meta .....63
- 7.9 Tabla de PVP de SVA por evento y en paquete.....66
- 7.9.1 Tabla PVP, costo y utilidad por evento.....67
- 7.9.1 Tabla PVP, costo y utilidad por evento.....68
- **8. CAPITULO VIII GLOSARIO** .....69
- **9.CAPITULO VIII BIBLIOGRAFIA** .....75

## INTRODUCCION

Porta fue el nombre comercial de la empresa de telefonía móvil Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones (Conecel S.A.) de Ecuador que forma parte de la multinacional mexicana América Móvil. Es la compañía con más clientes a nivel nacional (más de 11'191.07 abonados) tanto de prepago con 1569.905 como postpago 9621.166 (contrato), Contando con una participación de mercado de 69.75% y su penetración de 111.11%.

El 16 de febrero de 2011 en la ciudad de Guayaquil fue anunciado que Porta a partir del segundo trimestre del año 2011 pasó a llamarse Claro.

Actualmente la empresa tiene por nombre Claro y provee no sólo telefonía móvil e internet, sino también telefonía fija y televisión digital, gracias a la alianza de PORTA y Telmex, ambas empresas propiedad del mexicano Carlos Slim

Las telecomunicaciones se han convertido actualmente en un punto crucial del desarrollo económico y social de todos los países. Se ha demostrado que la libre competencia, una regulación sólida, así como las nuevas tecnologías benefician a los consumidores finales y a las sociedades en su conjunto fortaleciendo una tendencia

Desde el año 2001, momento de la apertura del mercado de las telecomunicaciones en el Ecuador, el número de empresas y servicios se multiplicaron en el país. Una nueva empresa de telefonía móvil avanzado, tres empresas proveedoras de servicios en la banda de 3.5 GHz, un número interesante de proveedores de Servicios de Valor Agregado, principalmente el de acceso a Internet .

Las operadoras móviles actualmente buscan nuevas vías de crecimiento en sus ingresos. La estrategia es clara buscan atraer a sus usuarios y aumentar el consumo, por este motivo escogí el tema: "Como elevar el consumo de servicio de valor agregado de la Claro en Ecuador"

## RESUMEN EJECUTIVO

El mercado mundial de las telecomunicaciones crece rápidamente. No se trata ya de un "tirón de la demanda" o de una "presión de la oferta".(1) Ambos fenómenos están presentes, y su interacción ha hecho de las telecomunicaciones uno de los sectores de mayor crecimiento en la economía mundial y uno de los componentes más importantes de la actividad social, cultural y política.

Los SVA en las que las telecomunicaciones juegan el papel conductor son, en todo caso, herramientas y, como tales, medios y aplicaciones para uso del usuario. Las tecnologías surgidas son herramientas puestas para cubrir necesidades y generar nuevas perspectivas, potenciando el desarrollo de las empresas, sus entornos, generando nuevos mercados y evolucionando a nuevos negocios.

De aquí nace la importancia de una innovación, y mejoras de servicios de valor agregado, tales como mensajería, internet, voz entre otros que detallaremos , este proyecto se basa en los servicios de valor agregado que actualmente ofrece la compañía de Telecomunicaciones Claro, existen un sin numero de servicios que tiene la compañía pero no han hecho énfasis en su consumo o no han tenido éxito, se ha realizado unas mejoras y se ha aumentado un servicio nuevo para poder hacer mas interesante estos servicios.

El mercado mundial de las telecomunicaciones crece rápidamente. No se trata ya de un tirón de la demanda o de una presión de la oferta". (1) ([http://www.itu.int/aboutitu/strategic\\_plans/99-03/trends-es.html](http://www.itu.int/aboutitu/strategic_plans/99-03/trends-es.html))

# 1. CAPITULO I ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

## 1.1 Planteamiento del Problema

Las empresas normalmente enfrentan retos , lo mas fácil de lograr es cuando sus productos están listos para expulsarlos en el mercados pero lo difícil es lograr mantenerlos en ellos, sin salir del publico objetivo la idea es lograr una comercialización masiva, contar con fuentes de financiamiento potenciales y obtener una adecuada y eficiente difusión de sus productos o servicios.

En este caso tenemos productos que se lanzan pero quedan en su ciclo de lanzamiento únicamente, pero no se desarrollan o no tienen la captación necesaria del publico para que llegue a su ciclo de crecimiento y luego de madurez, así mismo productos que están en su ciclo de madurez pero no implementan innovaciones en ciertos servicios como por ejemplo la mensajería de texto.

Se debe realizar un seguimiento continuo del valor aportado a cada cliente significativo y al mercado en general y estudian acciones de mejoramiento de las promesas de valor para mercados específicos, nichos de mercado o clientes particulares, según sea su nivel de estandarización o diferenciación. Si queremos elevar sensiblemente la competitividad de una compañía debemos pensar en términos de crear y gerenciar el valor agregado y valor diferencial, haciéndolo explícito, identificándolo ante cada cliente y midiendo su progreso periódicamente".(2)

El mercado de voz de la compañía claro ya esta copado, lo que necesita ahora es mantener a los clientes actuales y tratar de captar nuevos mediante todos los servicios que podamos brindarles como un adicional así pague por el un poco mas, sea un beneficio para el cliente y cree mas fidelidad con la compañía. Adicional podemos notar que la competencia ofrece ciertos servicios que no lo estamos ofreciendo momentáneamente, la cual seria bueno implementarlo con mejoras de tarifas o promociones. Queremos cambiar el enfoque del cliente al contratar los servicios de la operadora, que no sea solamente por la cobertura que llevamos ventaja, respecto a las otras operadoras, si no que también sea por el buen trato a nuestros clientes y los productos y servicios que ofrezcamos, por eso es importante la innovación, estar al tanto de la necesidad del consumidor y ofrecer una gama de servicios amplia para que el cliente se mantenga con nosotros.

Si queremos elevar sensiblemente la competitividad de una compañía debemos pensar en términos de crear y gerenciar el valor agregado y valor diferencial, haciéndolo explícito, identificándolo ante cada cliente y midiendo su progreso

## **1.2 Objetivo del estudio**

### **1.2.1 Objetivos generales**

Lograr una comercialización masiva de acuerdo a la segmentación específica de mercado, eficiente difusión, de ciertos servicios adicionales abarcando el segmento exclusivo dirigido. Garantizando el lanzamiento/implementación de los productos o servicios, cumpliendo con los objetivos buscados y las especificaciones requeridas en cuanto a preferencias, tiempos y costos.

Realizar el re-diseño e implementación de servicios relacionados a Marketing con promociones y servicios innovadores, creando comunicación aplicaciones y programas que sean de interés para nuestros clientes y mayor rapidez de comunicación, que sean mejor que la competencia.

Evaluar, planificar y ejecutar acciones comerciales orientadas a incrementar la penetración y altas de nuestros servicios de valor agregado en clientes actuales y nuevos clientes.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Unificar servicios postpagos con servicios de valor agregado realizando un mix en los productos. Ofreciendo las promociones POSTPAGOS con servicios actuales con costo que tenga menos rotación o consumo por los usuarios. Ejemplo: Localizador ,Web Cam, Video llamada,
- Innovación de servicios de Mensajería de texto.
- Lanzamiento del producto Roaming en Prepago.

## **1.3 Justificación del objetivo**

El propósito de la investigación es simple, es lograr implementar e innovar masivamente productos y servicios de valor agregado que permitan mejorar la calidad de vida cotidiana de los ecuatorianos, a través de SVA innovadores, de rápida implementación y de fácil acceso para todos los usuarios. Estas ideas y proyectos

deben centrarse en un beneficio real y tangible para nuestros clientes, porque creemos en la tecnología y las comunicaciones son para todos. La conveniencia del estudio es para poder darnos cuenta la importancia actual de la telecomunicación y hacia donde nos lleva. La tendencia de las operadoras móviles esta enfocada a los servicios que podamos ofrecer y tiene que existir siempre la innovación.

#### **1.4 Metodología Utilizada**

El Método escogido es la observación .

Nos basamos de bastante información secundaria, revistas , reportajes, internet .

La Metodología también es cuantitativa porque se realiza un trabajo de campo con encuestas de forma aleatoria con una muestra de 100 personas como una prueba piloto para poder saber si al consumidor le interesa que la empresa ofrezca nuevos servicios. Esta encuesta principalmente nos va ayudar a identificar el FODA de nuestra empresa, sobre todo las fortalezas y debilidades que son estudios para mejorar internamente la compañía.

Las técnicas utilizadas son las siguientes:

Relación de atributos: Esta técnica requiere enumerar los principales atributos de un producto existente y después de modificar cada uno de ellos en la búsqueda de un producto mejorado.

#### **1.5 Tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por hombres y mujeres jóvenes y adultas jóvenes de 18 a 55 años de edad, escogidas al azar con preferencia ejecutivos, emprendedores o futuros profesionales , para realizar la encuesta la cual está conformada por una población de 80 110 personas, según fuentes estadísticas externas.

Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

## 2. CAPITULO II ANALISIS ESTRATEGICO

### 2.1 ANALISIS DE LAS VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO

#### 2.1.1 Entorno Social y Cultural, Económico, Ambiental, Legal Tecnológico.

Aspecto Social y Cultural: "A medida que surgieron las civilizaciones de una u otra forma también se vieron en la necesidad de comunicarse entre ellas para realizar sus actividades, llámese comercio, política e incluso para las guerras. Los medios que utilizaban en ese entonces eran muy tardados ya que empleaban a los mismos hombres como mensajeros y tenían que ir personalmente de una ciudad a otra lo que implicaba pérdida de tiempo y dinero en este caso para los comerciantes que en espera de una respuesta muchas veces sus productos se echaban a perder (ganadería, agricultura, pesca), en el caso de las guerras todos estaban a la defensiva esperando las órdenes para comenzar los ataques" (3)

Esa capacidad de comunicación, que ya se ha integrado a la actividad cotidiana, mejora nuestra calidad de vida y nos hace sentir más seguros, al protegernos en las emergencias. A su vez, crece el número de personas que tienen en la telefonía móvil una eficaz herramienta de trabajo, actualmente imposible de reemplazar.

Operarios que ofrecen servicios de distinta índole, profesionales de todas las especialidades, comerciantes, distribuidores, y una larga lista de empresarios unipersonales o pequeñas organizaciones. Vemos así como algunos aspectos del desarrollo social dependen de la existencia de los servicios de telecomunicaciones, que a su vez son imprescindibles" (4)

Factor Económico: Para el despliegue económico, En Ecuador, Claro es líder Abarca el 70% del mercado, Movistar un 30% y alegro el 2%; En lo que respecta en usuarios quiere decir Claro con 9.695.414 usuarios, ofreciendo cobertura nacional y alcance en más de 1.309 poblaciones. La marca Movistar registra una base de 3.895.757 abonados. El desarrollo de Alegro es bastante limitado, contando apenas con 319.128 usuarios.

Adicional, la radicación de industrias y la generación significativa de empleo, En este sentido, las localidades que ofrezcan mejor infraestructura de telecomunicaciones, necesariamente, serán privilegiadas por las empresas al tomar decisiones de radicación." (5)

Factor Ambiental: "El desarrollo de los sistemas de telecomunicaciones implica la instalación de antenas y celdas, que permiten transportar la información a través del espectro radioeléctrico. Naturalmente, su presencia genera inquietud sobre los efectos que esas transmisiones pueden tener sobre la salud" (6)

Desde hace más de 30 años que existe la telefonía móvil en el mundo, se han venido

realizando investigaciones sobre los posibles efectos a la salud y medio ambiente tanto por ubicación de estaciones radio base como utilización de los teléfonos móviles.

La tecnología, diseños e infraestructura de la empresa buscan siempre optimizar el uso de recursos. A esto se suman las campañas a favor del medio ambiente que CLARO realiza entre sus empleados y hacia sus clientes para promover el ahorro de energía y reciclaje.

Claro participa en varias iniciativas:

- Minga de limpieza
- Jornadas de Reforestación
- Charlas de concienciación ambiental

Promueve programas ambientales propios

Factor Tecnológico: La evolución de los servicios de telecomunicaciones en general, nos ha hecho beneficiarios y protagonistas de la telefonía móvil en particular.

La comunicación hoy en día cada vez es más rápida y más fácil. La evolución de la tecnología 1G, lanzamiento del servicio móvil con equipos análogos que ofrece servicio de comunicación por voz móvil, 2G, equipos ya no son análogos sino digitales, se crea un servicio adicional aparte de tener solo VOZ ya se incorporan los SMS de texto y los equipos ya vienen con radio incorporada 3G se adaptan los servicios de datos, creación de servicios nuevos como MMS y ahora 4G la nueva prometedora tecnología LTE, que lo que va a realizar es una mejora en la velocidad y transmisión de los servicios. Todo esto ha permitido que la comunicación sea más rápida, directa y la creación de nuevos aplicativos que hace más fácil la comunicación y servicios más interesantes como el internet en el teléfono, música, MMS, TV, GPS, etc....

Respecto al entorno político: La prestación de servicios de valor agregado en el Ecuador está regulada por la Ley Especial de Telecomunicaciones reformada, el Reglamento General a la Ley y el Reglamento para la prestación de SVA. Recientemente el CONATEL aprobó la norma de calidad para el SVA de Internet.

"A medida que surgieron las civilizaciones de una u otra forma también se vieron en la necesidad de comunicarse entre ellas para realizar sus actividades, llámese comercio, política e incluso para las guerras. Los medios que utilizaban en ese entonces eran muy tardados ya que empleaban a los mismos hombres como mensajeros y tenían que ir personalmente de una ciudad a otra lo que implicaba pérdida de tiempo y dinero en este caso para los comerciantes que en espera de una respuesta muchas veces sus productos se echaban a perder (ganadería, agricultura, pesca), en el caso de las guerras todos estaban a la defensiva esperando las órdenes para comenzar los ataques"(3) [www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com). Tecnología

"Esa capacidad de comunicación, que ya se ha integrado a la actividad cotidiana, mejora nuestra calidad de vida y nos hace sentir más seguros, al protegernos en las emergencias. A su vez, crece el número de personas que tienen en la telefonía móvil una eficaz herramienta de trabajo, actualmente imposible de reemplazar. Operarios que ofrecen servicios de distinta índole, profesionales de todas las especialidades, comerciantes, distribuidores, y una larga lista de empresarios unipersonales o pequeñas organizaciones. "Vemos así como algunos aspectos del desarrollo social dependen de la existencia de los servicios de telecomunicaciones, que a su vez son imprescindibles"(4) [es.scribd.com/doc](http://es.scribd.com/doc)

"Adicional, la radicación de industrias y la generación significativa de empleo, En este sentido, las localidades que ofrezcan mejor infraestructura de telecomunicaciones, necesariamente, serán privilegiadas por las empresas al tomar decisiones de radicación."(5)es.scribd.com/doc/67829527/Print-Seminario-Tel2

"El desarrollo de los sistemas de telecomunicaciones implica la instalación de antenas y celdas, que permiten transportar la información a través del espectro radioeléctrico. Naturalmente, su presencia genera inquietud sobre los efectos que esas transmisiones pueden tener sobre la salud"(6) www.cicomra.org.ar/cicomra2/

### **3. CAPITULO III ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **3.1 Análisis de la demanda**

##### **3.1.1 Necesidades de los clientes**

La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de " global". Hoy en día el ámbito de las telecomunicaciones es demasiado relevante para la sociedad tanto económica como social ya que su alcance ha tenido grandes logros a lo largo del tiempo".(6)

El desarrollo de aplicaciones y contenido representa el mayor potencial, dentro de la cadena de valor, en las telecomunicaciones e Internet a nivel de usuario final se habla de contenido como música, juegos en línea, redes sociales, entre otras. La tendencia de crecimiento apunta a aplicaciones y contenidos móviles, servicios agregados que podamos ofrecer ,mejoras de Roaming, Banda Ancha, servicios de GPS , video llamada, en fin un sin numero de servicios que sea mas rápida y eficaz la comunicación, que es la herramienta de los negocios actualmente. La necesidad del consumidor es estar siempre comunicado, hacer llegar la información a tiempo y en el momento correcto.

" La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos ha empujado al mundo hacia el concepto de " global". Hoy en día el ámbito de las telecomunicaciones es demasiado relevante para la sociedad tanto económica como social ya que su alcance ha tenido grandes logros a lo largo del tiempo".(6) www.monografias.com/trabajos10/era/era.

### 3.1.2 Comportamiento histórico de la demanda de telecomunicaciones y SVA

“El hombre desde sus inicios ha tenido la necesidad de comunicarse, durante su proceso evolutivo fue desarrollando técnicas de comunicación que le permitieron transmitir tanto sus sentimientos como sus ideas siendo este el punto de partida a lo que hoy son las telecomunicaciones. A través de la historia de la humanidad, el hombre ha utilizado diferentes formas de comunicarse, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados”.(7)

Los avances logrados en el área de telecomunicaciones han permitido que el hombre se desempeñe de una manera más eficiente, y es esta eficiencia lo que en gran medida, ha motivado a empresas nuevas que día a día exigen mayores retos a quienes lo desarrollan.

De esta forma, se ha llegado a alternativas de gran impacto a través del tiempo como son: Internet (correo electrónico), tren rápido, avión, cables de comunicación (ejemplo: fibra óptica), telefonía celular, televisión por cable, etc.

El desarrollo que comporta el sector de las telecomunicaciones en los últimos tiempos, se debe en gran medida a la política global de apertura a la participación del capital privado en esta rama de la economía, así como a las continuas innovaciones tecnológicas que en la materia se producen; tal circunstancia, ha propiciado la aparición de una gran cantidad de nuevos servicios, distintos a los que tradicionalmente han conformado el sector de las telecomunicaciones.

“El hombre desde sus inicios ha tenido la necesidad de comunicarse, durante su proceso evolutivo fue desarrollando técnicas de comunicación que le permitieron transmitir tanto sus sentimientos como sus ideas siendo este el punto de partida a lo que hoy son las telecomunicaciones. A través de la historia de la humanidad, el hombre ha utilizado diferentes formas de comunicarse, desde la comunicación con señas, hasta la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados”.(7) [www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com) › Tecnología

### 3.1.3 Desarrollo Histórico de Tecnología en la Telecomunicaciones

Primera generación: En 1979 La 1G de la telefonía móvil hizo su característica principal fue por ser analógica solo voz. La calidad de los enlaces era muy baja, tenían baja velocidad (2400 bauds). La tecnología era Basadas en FDMA, Frequency Division Multiple Access) y AMPS (Advanced Mobile Phone System).(2) ,siendo la tecnología predominante AMPS.

Segunda generación: En 1990, la 2G a diferencia de la primera se caracterizó por ser digital.EL sistema 2G utiliza protocolos de codificación más sofisticados y se emplea en los sistemas de telefonía celular actuales. Las tecnologías predominantes son: GSM (Global System por Mobile Communications)

Se pueden ofrecer servicios auxiliares, como datos, fax y SMS (Short Message Service, Mensajes de Texto).

En esta generación los equipos ya eran digitales, contaban con servicios de radio y cámara que fue la primera novedad.

Generación 2.5 G :La generación 2.5G ofrece características extendidas, ya que cuenta con más capacidades adicionales que los sistemas 2G, como: GPRS (General Packet Radio System), HSCSD (High Speed Circuit Switched), EDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution), Se empieza a ofrecer servicios de datos, no de tan buen alcance.

Tercera generación 3G: La 3G se caracteriza por contener a la convergencia de voz y datos con acceso inalámbrico a Internet; en otras palabras, es apta para aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos.

3G soportan altas velocidades de información y están enfocados para aplicaciones más allá de la voz como audio (mp3), video en movimiento, videoconferencia y acceso rápido a Internet, sólo por nombrar algunos.

Cuarta Generación (4G): El futuro: La generación 4, o 4G será la evolución tecnológica que ofrecerá al usuario de telefonía móvil un mayor ancho de banda que permitirá, entre muchas otras cosas, la recepción de televisión en Alta Definición.

Hoy en día no hay ningún sistema de este nivel que esté claramente definido, pero a modo de ejemplo podemos echar un vistazo a los sistemas LTE (Long Term Evolution).

### **3.1.3 Proyección de la demanda.**

La proyección de la demanda futura son las que a continuación nombrare, mi proyecto esta enfocado a la proyección del desarrollo de aplicaciones y servicios de valor agregado que es el tema dos pero mencionare la proyección en general de lo que se espera de la compañía Claro.

#### **1- Consolidación de las operaciones fijas y móviles de los operadores.**

La consolidación está ligada al tema de convergencia donde el operador fijo quiere también ofrecer servicios móviles y el operador móvil quiere extender servicios de banda ancha a todos sus usuarios. Claro ya participa de esta fusión.

#### **2. Desarrollo de aplicaciones; Servicios de Valores agregados,**

El desarrollo de aplicaciones y contenido representa el mayor potencial, dentro de la cadena de valor, en las telecomunicaciones e Internet. Comunicación mas rápida de acuerdo a las necesidades del cliente: quiere decir abanico amplio opciones para comunicarse, texto, correo, multimedia, notas de voz, internet etc.

#### **3. Tecnología LTE (Long Term Evolution - Evolución a Largo Plazo).**

LTE es la clave para que servicios como el Internet móvil a alta velocidad y el streaming de videos de alta definición sean una realidad, es así como muchos operadores quieren evolucionar a estos servicios inalámbricos de cuarta generación, pues permitirán una convergencia entre las diferentes industrias de telecomunicaciones, entretenimiento y comercio electrónico.

Personalizar los servicios por tipos de cliente (Premium, estándar, básico entre otros) generando un diferenciador importante en el mercado.

#### **4. Televisión y video interactivos**

La televisión y el video interactivo es un servicio innovador que se presentará en ECUADOR en el mediano plazo, lo anterior crea una oportunidad importante para el operador ya que le permite una oferta de servicios e información en video y TV. La televisión interactiva hará que el operador pueda diferenciarse y posicionarse en un mejor nivel en el mercado.

### 3.1.4 Tabulación de datos de fuente primarias.

Se ha realizado una encuesta a los clientes para saber si le gustaría, o conoce ciertos servicios adicionales, y cuanto pagaría por ello la cual los resultados fueron los siguientes:

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) =100
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (80511)) / ((80511) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (80511)) / ((80511) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 77322.76 / 201.27 + 0.96$$

$$n = 77322.76 / 202.24$$

$$n = 100$$

Resultados de la encuesta

Una vez realizada la encuesta, los resultados fueron los siguientes:  
El modelo de la encuesta es el siguiente:

1. ¿Tiene servicio Claro Móvil?

respuestas	Pesronas	%
si	100	100
no		

2. ¿Por qué usted esta con la operadora Claro?

Respuestas	Personas	%
Cobertura	45	45%
Calidad de servicio		
Productos y servicio que ofrece	2	2%
Promociones	3	3%
El precio	5	5%
Fidelidad	10	10%
Mayor abonados	35	35%

3. ¿Cree usted que conoce todos los servicios que le ofrece la operadora?

Respuestas		
Si		
No	60	60%
Algunos	40	40%
Ninguno		

4. ¿Le gustaría que la empresa haga innovaciones en el servicio de SMS texto como mensajería por cobrar?

respuestas	Personas	%
si	98	98%
no	2	2%

5. ¿Le gustaría poder implementar su firma en el envío de mensaje, respaldar mensajes y filtrar los SMS que no desee?

Respuesta	Personas	%
Si definitivamente	90	90%
Posiblemente	10	10%
No estoy seguro		
No estoy interesado		

6. ¿Le gustaría poder enviar a través de los mensajes de texto mensajería nota por voz?

Respuesta	Personas	%
Si definitivamente	80	80%
Posiblemente	20	20%
No estoy seguro		
No estoy interesado		

7. ¿Que tan útil cree que puede ser la innovación de mensajería de texto, para una mejor y efectiva comunicación?

Respuesta	Personas	%
Muy Útil	95	95%
Útil	5	5%
No tan útil		

8. ¿Le gustaría poder contra con un servicio de Roaming en PPA?

Respuesta	Personas	%
Si, por supuesto	70	70%
Si, si fuese ppa	30	30%
No es de mi interés		

9. Le interesaría poder tener opción a escoger planes incluidos la video llamada/ web Cam?

Respuesta	Personas	%
Si definitivamente	20	20%
Posiblemente	80	80%
No estoy seguro		
No estoy interesado		

10. El servicio de video llamada o web Cam le seria útil como herramienta de:

Respuesta	Personas	%
Trabajo	30	30%
Control hijos pequeños (familia)	25	25%
Novelería	5	5%
Seguridad	40	40%

11. . Le interesaría poder tener opción a escoger planes incluidos la localizador, GPS?

Respuesta	Personas	%
Si definitivamente	25	25%
Posiblemente	70	70%
No estoy seguro	5	5%
No estoy interesado		

12. El servicio de localizador le seria útil como herramienta de:

Respuesta	Personas	%
Trabajo	35	
Control hijos pequeños (familia)	15	
Seguridad/ carro	65	
Novelería		
Otros		

13. ¿Estaría dispuesta a probar los nuevos SVA?

Respuesta	Personas	%
Si definitivamente	65	65%
Posiblemente dependiendo del precio	10	10%
Dependiendo la necesidad	25	25%
No estoy interesado		

12. ¿A cuál de estos sitios suele acudir para activar un servicio adicional?

Respuesta	Personas	%
Centros de atención al cliente	80	80%
Paginas Web		
Servicios automatizados desde el móvil		
Contac center 611	20	20%
Otros		

14. ayúdenos favor marcando en un circulo su sexo y colocando su edad.

Respuesta	Personas	%
edad 18-20 masculino	5	5%
edad 18-20 femenino	12	12%
edad 20- 30 masculino	23	23%
edad 20- 30 femenino	25	25%
edad 30-40 masculino	13	13%
edad 30-40 femenino	14	14%
edad 40-50 masculino	3	3%
edad 40-50 femenino	5	5%

### 3.1.4 Conclusión de la tabulación Estadística

Como conclusiones generales de la encuesta, ésta nos permitió conocer las preferencias y gustos de los consumidores que conforman el público objetivo y, de ese modo, ayudarnos a poder diseñar un producto de acuerdo a dichas preferencias y gustos, es decir, un producto que satisfaga su necesidad.

Asimismo, podemos acotar que la mayoría de los clientes de Claro están con esta operadora por motivos de cobertura, o porque tiene mayor abonados, mas no por sus productos o calidad de servicio, esto nos indica que debemos esforzarnos mas en los servicios que esta ofreciendo la compañía y tener en cuenta no solo el productos y servicios que ofrecemos si no la calidad, adicional nos permitió determinar la factibilidad de diseñar nuevas innovaciones con la mensajería de texto el 98% de las personas encuestadas están de acuerdo con la innovación y un 95% nos indica que seria muy útil para que la comunicación se maneje de una manera mas efectiva y rápida.

En los servicios nuevos que se podría implementar las personas encuestadas respondieron que la mayoría probaría el servicio de Roaming PPA, Móvil Cam con

video llamada y el localizador, podemos ver que estos servicios lo utilizarían como herramienta de trabajo, control en la familia y seguridad.

También podemos concluir que un 80% activan los servicios en un centro de atención al cliente, la cual existe una mayor posibilidad de poder ofrecerle mas productos y servicios estando físicamente el cliente en el punto de venta.

## 3.2 Análisis de la oferta

### 3.2.1 Características de los SVA actuales en Claro

#### SVA CON COSTO:

- **Banca Móvil:** Es un servicio móvil que permite acceder a su cuenta bancaria sin necesidad de conexión de internet.
- **Mensajes multimedia MMS:** Es una evolución de los conocidos mensajes de texto SMS en los que podrás incluir fotos o imágenes, video y texto en un sólo mensaje multimedia.
- **Messenger Claro:** un servicio de mensajería instantánea que te permite chatear con tus amigos Claro desde tu celular o computadora.
- **Mensajes de Texto SMS:** Este servicio permite el envío y recepción de mensajes de texto entre los celulares Claro dentro de nuestra cobertura. La capacidad de envío es de 160 caracteres por mensaje.
- **Seguridad Claro:** es una solución exclusiva para clientes de Claro que brinda un efectivo sistema de seguridad de la marca McAfee para proteger tu computadora contra las amenazas de Internet.
- **Servicio de datos: banda** ancha, netbook, internet móvil; internet fijo.
- **Pasatiempo:** podrás compartir tu saldo para que tus amigos y/o familia puedan estar siempre comunicados contigo.
- Este servicio te permite compartir desde \$1 hasta \$9 por cada ocasión en que lo uses, hasta completar 10
- **Roaming Mundial LDI:** Pensando en la comodidad de los clientes que viajan al extranjero, CLARO ofrece el servicio de Roaming Mundial, con el que podrás hacer y recibir llamadas en tu misma línea cuando te encuentres fuera del país. Utilizando tecnologías como GSM y 3G, el servicio de Roaming Mundial es una importante herramienta de comunicación de voz en tus viajes de negocio o placer para estar siempre en contacto con un mismo número a nivel mundial.
- **MovilCam:** Cámara especial 3G que permite la recepción de video llamadas. La cámara tiene altavoz integrado para que puedas hablar con la persona que estas viendo. Foco Infrarrojo para lugares con poca luz. Permite la incorporación de tarjetas Micro SD de hasta 2 GB para que puedas almacenar lo que estas viendo. El primer número que realice la video llamada se lo considera

administrador del equipo. Contesta el video llamado automáticamente. El número administrador puede añadir hasta 20 números adicionales para que puedan realizar video llamadas a la cámara. Permite envío y recepción de SMS.

- **Video llamada 3.5g:** Este servicio permite a todos los clientes CLARO con equipos 3.5G hacer llamadas de video, además de escuchar podrás ver a la persona con la que te estás comunicando, todo en tiempo real.
- **Localizador:** Un Sistema de Localización Multifuncional que te permitirá ubicar y monitorear lo que quieras desde la comodidad de tu empresa o domicilio con tu computador, mediante acceso a la web. Así también, podrás recibir información o alertas vía SMS mediante el acceso
- **Respaldo Agenda** es un servicio que te permite guardar tus contactos almacenados en la SIM (chip Claro) para que puedas recuperarlos si en algún momento pierdes tu chip.
- **Tonomania:** un servicio de suscripción mensual que permite a los clientes Claro móviles sustituir el tradicional sonido de espera que escuchan quienes los llaman, por un tono divertido y original.

## SVA SIN COSTOS

- **Casillero de Voz:** Este servicio contesta y guarda todos los mensajes que tus contactos dejen cuando no estás disponible, tienes tu CLARO apagado, te quedaste sin batería o estas fuera del área de servicio.
- **Conferencia múltiple:** habla al mismo tiempo hasta con 6 personas, solo marca el primer número CLARO al que quieras llamar, deja en espera esta llamada y llama a los siguientes.
- **Llamada en espera:** no pierdas ningún contacto, mientras tengas una llamada activa si recibes una segunda recibirás una alerta de sonido durante esta, tú decides si contestas la segunda llamada.
- **¿Quién Llamó?:** servicio disponible para clientes Postpago CLARO, este servicio almacena tus contactos cuando no estás disponible, tienes tu CLARO apagado, te quedaste sin batería o estas fuera del área de servicio, cuando vuelvas a estar disponible recibirás un SMS con los números que te llamaron y no dejaron mensajes en tu Casillero de Voz.
- **Transferencia de llamadas:** dirige automáticamente las llamadas de tu CLARO a cualquier número telefónico convencional o celular que elijas. Siempre podrás contestar tus llamadas aunque tu teléfono se encuentre descargado o fuera del área de servicio.
- **Tono de espera:** permite a los clientes Claro móviles escuchar el sonido de espera, cuando existe una segunda llamada.
- **Mi claro:** Claro es el portal de auto atención que Claro pone a tu disposición para que puedas efectuar todas tus operaciones y consultas en línea, desde la comodidad de tu casa, oficina o donde prefieras. Mi Claro está disponible en versión web y en versión móvil, así podrás realizar tus operaciones desde tu PC

o desde tu equipo celular.

- **Quieren llamarte:** este servicio de CLARO permite a nuestros clientes cuando no dispongan de saldo activo pedirle a otro que le devuelva la llamada. Los medios disponibles para usar este servicio son SMS y USSD:  
Para usarlo vía SMS envía el número CLARO que necesitas que devuelva la llamada al 444. Ej.: 093138942 al 444.
- **Llamadas 1700-1800:** Desde tu CLARO puedes contactar a números de teléfono CNT que tengan prefijos 1700 ó 1800

### 3.2.2 Oferta actual de planes con VOZ y DATOS / VOZ y SMS

La oferta actual en su conjunto con los servicios de valor agregado unificados solo existen con voz y datos o voz y mensajes de texto.

PLAN DATOS	FINAL	CUOTA DE VOZ	CLARO	MOVILES	FIJAS	MINUTOS	MEGAS
IDEAL DATOS 18	\$20.16	\$8.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 66	30 MB
IDEAL DATOS 20	\$22.40	\$10.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 83	30 MB
IDEAL DATOS 22	\$24.64	\$12.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 100	30MB
IDEAL 25DATOS	\$28.00	\$15.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 125	30 MB
IDEAL DATOS 30	\$33.60	\$10.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 83	1000 MB
IDEAL DATOS 34	\$38.08	\$14.01	\$0.123	\$0.246	\$0.168	Hasta 127	1000 MB
IDEAL DATOS 39	\$43.68	\$19.01	\$0.123	\$0.246	\$0.168	Hasta 172	1000 MB
IDEAL DATOS 49	\$54.88	\$29.01	\$0.121	\$0.246	\$0.168	Hasta 268	1000 MB
IDEAL DATOS 59	\$66.08	\$39.01	\$0.110	\$0.246	\$0.168	Hasta 398	1000 MB
IDEAL DATOS 69	\$77.28	\$49.01	\$0.108	\$0.246	\$0.168	Hasta 510	1000 MB
IDEAL DATOS 79	\$88.48	\$59.01	\$0.101	\$0.246	\$0.168	Hasta 655	1000 MB

PLAN SMS	FINAL	VOZ	SMS	CLARO	MOVILES	FIJAS	MIN
PLAN IDEAL 12	\$13.44	\$10.00	300 SMS	\$0.134	\$0.246	\$0.168	83
PLAN IDEAL JOVENES 15	\$16.80	\$12.64	300 SMS	\$0.134	\$0.246	\$0.168	105
PLAN IDEAL JOVENES 18	\$20.16	\$14.07	500 SMS	\$0.134	\$0.246	\$0.168	117
PLAN IDEAL JOVENES 20	\$22.40	\$12.13	1000 SMS	\$0.134	\$0.246	\$0.168	101
PLAN IDEAL JOVENES 22	\$24.64	\$10.20	1500 SMS	\$0.134	\$0.246	\$0.168	85
PLAN IDEAL 30 (3000 SMS)	\$33.60	\$20.00	3000 SMS	\$0.123	\$0.246	\$0.168	181
PLAN IDEAL 30 (3000 SMS)	\$33.60	\$20.00	3000 SMS	\$0.112	\$0.246	\$0.168	200

### 3.3 Proyección de la nueva oferta con SVA actuales.

#### 3.3.1 Innovación de servicios de voz y otros SVA actuales.

Unificar servicios postpagos con servicios de valor agregado que ya existen en la compañía , pero que no tienen suficiente acogida, por falta de expansion del prodcto ,poca publicidad,costo muy elevados,informacion no muy clara o falta de conocimiento por el mismo usuario .La idea con Unificar las promociones POSTPAGOS con sva es de realizar un re-lanzamiento de estos productos y puedan abarcar de una forma mas agresiva estos servicios y llegar a muchos mas usuarios. Claro actualmente realiza estos mix de productos y servicios ofreciendo voz y datos , o voz y mensaje de texto pero no esta aprovechando toda la ventaja de realizar el mix de productos con servicios que ya existen,y que ya tienen la plataforma, el lanzamiento que hicieron lo relizaron como paquetes individuales, pero en esta ocasión la idea es realizar un mix, con esto podemos incrementar mas el uso de estos servicios.se puede realizar planes de voz combinados con sva: Ejemplo:Localizador ,Web Cam, video llamada

##### 3.3.1.2 Tarifas planes de voz & video llamada:

Video Llamada: Este servicio permite a los usuarios establecer una comunicación a través de video y audio en tiempo real, lo que ofrece una experiencia de cercanía con la otra persona.

## Beneficio:

Ver y hablar simultáneamente en llamada telefónica, ahora es posible a través de los teléfonos celulares 3G de Claro, ya no solo escuchas a quien llamas sino también lo puedes ver.

## Características:

Tanto el emisor de la llamada como el destinatario deben tener un teléfono celular 3G, y estar en las zonas con cobertura 3G de Claro. Aunque el cliente puede suscribir paquetes que por un cargo mensual incluya minutos de Video Llamada

## Oferta comercial Actual:

Paquetes de Video Llamadas post pago			
Minutos de Llamada	Video	Renta Mensual*	Tarifa de Minuto Adicional
15 Minutos		\$3.00	\$0.20
40 Minutos		\$5.99	\$0.20
60 Minutos		\$8.99	\$0.20

## Propuesta de nueva oferta Comercial:

PLAN LLAMADA	VIDEO	FINAL	VOZ	CLARO	MOVIL	FIJAS	MINUTO	MEGA
IDEAL 22 VIDEOLLAMADA		\$24.64	\$12.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 100	100 MB
IDEAL 30 VIDEOLLAMADA		\$33.60	\$10.01	\$0.134	\$0.246	\$0.168	Hasta 83	300 MB
IDEAL 39 VIDEOLLAMADA		\$43.68	\$19.01	\$0.123	\$0.246	\$0.168	Hasta 172	500 MB
IDEAL 49 VIDEOLLAMADA		\$54.88	\$29.01	\$0.121	\$0.246	\$0.168	Hasta 268	700 MB
IDEAL 59 VIDEOLLAMADA		\$66.08	\$39.01	\$0.110	\$0.246	\$0.168	Hasta 398	ILIMITADO
IDEAL 69 VIDEOLLAMADA		\$77.28	\$49.01	\$0.108	\$0.246	\$0.168	Hasta 510	ILIMITADO

Se puede realizar un mix de servicios, desglosados con minutos y video llamada, inicialmente este plan puede ser al principio con megas ilimitados los primeros planes, para que el cliente pruebe realmente el servicio, luego que capturemos el mercado que queremos llegar se puede realizar los mix de los planes con paquetes de Mb.

## Como lo activo

Desde tu Claro llamando al \*611, Puntos de venta Claro.

### 3.3.1.3 Tarifas planes de voz & localizador:

El servicio localizador, es un sistema de ubicación multifuncional que te permite ubicar y monitorear las personas que tengan el localizador. Todo esto desde la comodidad de la oficina o del hogar por medio de un computador con acceso a Internet.

#### Beneficio:

Servicio le permite al cliente poder:

Dar seguimiento a la ruta recorrida por un dispositivo.

Crear geo-cercas o zonas geográficas en los mapas digitales.

Podrá configurar recibir alertas por medio de SMS o Email de las entradas, salidas de estas geo-cercas.

Podrá acceder a reportes de los recorridos de los localizadores.

#### Característica:

El servicio está Orientado a Empresas como:

Mensajería

Servicios de Delivery (Farmacias, Comida Rápida, etc.)

Cadena de suministros

Diversos sectores que tienen fuerza de venta móvil o personal de campo.

#### Oferta comercial actual:

PLAN LOCALIZADOR	TARIFAS
PRECIO	\$9,99
PRECIO FINAL	\$11,20
TIEMPO DE CONTRATO	12
PRECIO localizador	\$133

## Propuesta de oferta nueva comercial en paquete:

PLAN LOCALIZADOR	FINAL	CUOTA DE VOZ	SERVICIO	MINUTOS	LOCALIZADOR
IDEAL 30 LOCALIZADOR	\$33.60	\$12.01	7.99	Hasta 83	29+IVA
IDEAL 39 LOCALIZADOR	\$43.68	\$21.01	7.99	Hasta 172	39+IVA
IDEAL 49 LOCALIZADOR	\$54.88	\$31.01	7.99	Hasta 268	INCLUIDO

El beneficio de realizar el plan en paquete, es que se da un desglose de minutos y servicio de localizador adicional se puede siempre escoger el celular que viene con promoción en la tarifa y el dispositivo del localizador se lo damos con una entrada mas baja o en el plan mayor sin ningún costo. Cuando se arma paquetes un beneficio mas para el usuario es el ahorro, tanto como el dispositivo a pagar y las convenientes tarifas que se reducen.

### Como lo activo

Desde tu Claro llamando al \*611  
Puntos de venta Claro.

## 3.4 Marketing mix producto

### 3.4.1 Definición de los nuevos SVA (productos)

- VOICENOTE: s una aplicación que nos sirve para grabar notas de voz en formato amr y enviarlas como texto.
- MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR: es un servicio que te permite enviar mensajes de texto de forma gratuita, sin importar si tienes saldo o no.
- SMS PERSONALIZADA: es un aplicativo que te permite administrar tus mensajes de texto, similar a un correo electrónico
- ROAMING PPA: es un servicio que permite estar siempre comunicado y permite llevar su número de teléfono cuando viajas otro país, con tu roaming prepago puedes hacer y recibir llamadas, enviar y recibir SMS mientras se te encuentras en el extranjero, pre pagando el servicio.

## **3.4.2 Innovación de servicios de Mensajería de texto**

### **3.4.2.1 Mensajes de texto por Cobrar**

Se puede crear un nuevo servicio de mensajes de texto por cobrar es un servicio que te permite enviar mensajes de texto de forma gratuita, sin importar si tienes saldo o no. Solo tienes que enviar un mensaje de texto por cobrar a cualquier usuario de celular Claro y si dicha persona acepta, ¡el mensaje será pagado por él o ella y a ti no te costará nada.

#### **Beneficios:**

Mensajes de Texto por Cobrar es un servicio que te permite enviar mensajes de texto de forma gratuita, sin importar si tienes saldo o no.

#### **Características:**

Servicio sólo disponible entre celulares Claro, pueden enviar y recibir Clientes Prepago o Postpago Claro. Cada mensaje de texto por cobrar que envíes deberá contener como máximo 160 caracteres, si superas ese límite solo se enviarán los 160 primeros caracteres que escribiste.

#### **Como lo activo:**

Envía un mensaje de texto al 1010 indicando en el cuerpo del mensaje el número de celular de la persona con la que te quieres comunicar y a continuación el mensaje que deseas enviar, separados por un espacio, de la siguiente forma:

Para: 1010 Texto: Número Celular de la persona + “ ” + Tu Msje

### **3.4.2.2 Mensajería de texto personalizada**

#### **Beneficios:**

Podrás personalizar tus mensajes de texto y administrarlos como mas te prefieras .Personalízalos, con tu firma personal, o programarlos con auto respuesta y también bloquear los mensajes de los números que no quieras recibir.

### **Características:**

Firma automática todos los SMS que envíes y recibas en tu sesión de SMS., lo puedes hacer Agrega un toque personal a los SMS que envías a tus contactos. La firma se adjuntará al final de los SMS que envíes. Programa una respuesta automática cuando no puedas responder tus SMS. Bloquea los SMS que no desees recibir en tu celular.

### **Como lo Activo:**

Llamando al \*123# servicios adicionales, personaliza tus SMS

[www.claro.com.ec](http://www.claro.com.ec)

Desde tu Claro llamando al \*611 con una operadora

Puntos de venta Claro.

### **3.4.2.3 Nueva aplicación de VOICENOTE para SMS texto**

A través de tu celular podrás: enviar notas de voz como mensajes de texto  
El lanzamiento de un nuevo SVA con la aplicación de VOICENOTE para SMS de texto, incrementara el tráfico de envío.

### **Beneficios:**

SMS texto te permite además con el nuevo aplicativo enviar notas de voz, sin tener que textear, y la persona que lo recibe lo puede escuchar inmediatamente!!

Este servicio es para personas que se les hace mas fácil enviar un texto pero con nota de voz, puede ser por motivos de estar manejando, personas que no saben leer o escribir, o personas que sencillamente están con mucho trabajo y textear un mensaje le toma de su valioso tiempo, la cual se crea el voice note para contestar sus mensajes por voz!

### **Características:**

Servicio exclusivo y nuevo de Claro.Clientes que tengan el aplicativo descargado, Equipos que soporten wap y mms puedan acceso al nuevo aplicativo, Ningún costo adquirir el servicio voice note, solo consumo.

### **Como lo activo:**

Suscripción servicios adicionales \*123#,, Contac center ,Centro de Atención al cliente

### 3.4.3. Roaming prepago

El servicio de Roaming Prepago de Claro es un nuevo servicio para mantenerte comunicado con tu mismo número cuando viajes fuera del país, así podrás usar tu prepago para realizar y recibir llamadas, enviar y recibir mensajes de texto.

#### Beneficios

Mantienes tu mismo número celular Prepago.

No hay cobros adicionales para acceder al servicio, ni recibos posteriores. Todos tus consumos en Roaming se descuentan de tu saldo principal producto de recargas. Los mensajes de textos recibidos en Roaming son gratis.

#### Características

La habilitación, activación del servicio de Roaming Internacional no tiene ningún costo adicional. Los servicios disponibles para el uso de Roaming Prepago son: Llamadas Salientes / Entrantes y SMS Saliente / Entrante. La habilitación del servicio Roaming Prepago se encuentra disponible para todos los Prepago. El cliente deberá contar con saldo suficiente para hacer uso del servicio de Roaming Prepago. Para contar con saldo suficiente, el cliente podrá ingresar recargas físicas como virtuales estando en Ecuador o en el extranjero, desde el exterior podrá realizarlo de la siguiente manera:

Las llamadas realizadas y/o recibidas serán contabilizadas, las mismas que serán descontadas de su saldo de principal. El cliente podrá configurar su Buzón de voz llamando al 911, esto le permitirá recuperar sus mensajes de voz (Deberá anotar la clave elegida), recuerde que las llamadas al 611 tiene costo para el cliente

Mantente comunicado siempre en:

PAISES	BANDA	CODIGO PAIS
Argentina	GSM 850 / GSM 1900	54
Brasil	GSM 1800	55
Colombia	GSM 850 / GSM 1900	57
El Salvador	GSM 1900	503
Guatemala	GSM 900 / GSM 1900	502
México	GSM 1900	52
Nicaragua	GSM 1900	505
Paraguay	GSM 1900	595
Panamá	GSM 1900	507
República	GSM 850 / GSM 1900	809
Peru		
Uruguay	GSM 1900	598

### Como lo activo

Recargas físicas: Tarjetas Claro Recargas Ecuador (Marcando al \*100\* PIN #).

Desde Internet: Ingresando a la Website del Banco de su preferencia. Por terceros en Ecuador: Realizar una recarga virtual al número que hará Roaming. Consulta de saldo (Marcando al \*102 #). En la habilitación del servicio, el titular de la línea deberá llamar desde su celular Claro en Ecuador al 611 opción 2 ó acercarse al Centro de Atención al Cliente de Claro (CAC) más cercano.

Atención al Cliente:

Desde tu celular en Ecuador sin costo al 611 opción 2.

Con tu Claro desde el extranjero sin costo al (+51) 997990123.

Enviando un e-mail a [atencion.roaming@claro.com.ec](mailto:atencion.roaming@claro.com.ec)

### 3.5 Análisis de precios de los nuevos SVA.

#### 3.5.1. Tarifas/ Costos Mensajes de Texto

##### 3.5.1.1 Tarifas/ Costos Mensajes de Texto por Cobrar

El envío de Mensajes de Texto por Cobrar es **gratuito**, el cobro se realizará a la persona a quien va dirigido el mensaje por cobrar, siempre y cuando dicha persona acepte recibir el mensaje por cobrar.

De este modo, cada vez que un usuario acepte pagar por recibir un Mensaje de Texto por Cobrar, se le cobrará **S/.0.10**

Prepago y Control: Debitado de su saldo postpago o tarjeta.

Postpago Personal y Corporativo con tope de consumo: Debitado de su saldo postpago o tarjeta.

Postpago Personal y Corporativo sin tope de consumo: Debitado como un adicional.

##### 3.5.1.2 Tarifas /Costos SMS personalizada.

Combo SMS \$ 1,99 cada mes

Servicio	Descripción
Respaldo SMS	Respalda todos tus mensajes de texto, los que envías y los que recibes.
Desvío SMS	Desvía tus mensajes de texto a otro número movistar en cualquier momento y nunca pierdes tus mensajes.
Firma SMS	Personaliza los mensajes que envías con tu propia firma al final.
Filtro SMS	Te permite bloquear los mensajes de texto de aquellos remitentes no deseados.

### 3.5.1.3 Tarifas/ Costos Voice Note en SMS Texto.

El costo del servicio varía según desde donde chateas:

Si envías un VOICENOTE desde tu celular a través de Mensajes de Texto se te cobrará S/.0.08 MAS IVA claro a claro y S/.0.12 claro a movistar por cada mensaje que envíes. Los mensajes que recibas serán gratuitos. POSTPAGOS Y PPA

Si chateas desde tu PC a través de Messenger Claro será Gratuito.

SMS VOICE NOTE	TARIFAS
CLARO _CARO	0,08 MAS IVA
CLARO - MOVILES	0,12IMASIVA

### 3.5.2. Tarifas/ Costos Roaming Prepago

Tarifa por minuto, por llamada efectuada o recibida sin importar el destino llamado o recibido y cobrada por minuto o fracción redondeado al minuto superior.

Tarifa por cada mensaje de texto (SMS) enviado de máximo 160 caracteres. La recepción de mensajes de texto es gratuita.

CONSUMOS QUE REALIZAS EN EL EXTERIOR	SIN IVA	PFINAL
Operadores American movil	1,99	2,1
Llamadas al país que visitas	1,99	2,1
Llamadas a otro país	1,99	2,1
Llamadas a Ecuador	1,99	2,1
Llamadas que recibes	1,99	2,1
SMS enviado	\$0,25	\$0,35
SMS recibido	Sin costo	Sin costo

Inicialmente se lanzara el servicio solo voz y SMS de texto, hasta establecer el servicio luego abarcaremos datos, ese seria el plus que daremos a diferencia de la competencia, adicional que ofreceremos inicialmente países que tengan ya la plataforma lista grupo

American Móvil, una vez lanzado el proyecto apuntaremos un convenio con países de mayor tráfico de voz como EEUU y España.

### **3.6 Estrategia para el consumo del SVA (promoción).**

- ❖ Por Compra de planes de localizador, por tiempo limitado incluiremos el localizador en el plan de \$69, adicional un mes gratis por la contratación del servicio. Se tratara de subsidiar el producto por parte del proveedor en meses especiales como navidad, día de la madre, día del padre, San Valentín, etc...
- ❖ Por compra de planes video llamada, la promoción vendrá con equipos 3.5G que sirven para este tipo de servicios. Se cobrara una entrada mínima, para el beneficio del consumidor, y se tratara de ofrecer los teléfonos 3G de menor rotación en esta promoción, para mejorar la rotación de inventario de productos de poca salida. Se hará un relanzamiento del producto pero con servicio ilimitado, hasta lograr abarcar el mercado definido y luego será control con megas. Se entregara una cámara MOVILCAM a los clientes que adquieran los servicios de planes al costo de porta o al 50% del precio original, para lograr captar un buen numero de consumidores.
- ❖ Realizaría una campaña agresiva en los medios masivos como la televisión, periodo, radio, pagina web y en nuestros puntos de venta, con folletos ,flyers, destacando los servicios sin costo que ofrece claro y adicional los servicios con costo actuales y nuevos, con énfasis en los nuevos y los productos que han sido innovados para su re-lanzamiento como video llamada, localizador.
- ❖ Los ingresos de SVA mas fuerte de la compañía son los de SMS de texto, la cual todas las innovaciones realizadas en el proyecto incrementaría el consumo, que en su tiempo estaba siendo un poco desplazado por los chats de datos. En este caso realizaría una campaña en las llamadas de espera al call center, en los puntos de venta y en folletería de la nueva implementación, y como promoción los clientes que utilicen continuamente los nuevos servicios se les entregara 10 SMS gratis. Solo por la adquisición de SMS PERSONALIZADO o VOICENOTE texto.
- ❖ Se ofrecerá tarifa especial con los números favoritos porta a \$0.06 el mensaje que se envíe por VOICENOTE.
- ❖ Roaming PPA es un producto que se lanzara con una campaña ligera, cuando un

cliente solicite los servicios en los puntos de venta o por contact center. Este producto no necesita de mucha publicidad, se realizara flyers, folletos, pero es un producto que va a venderse sin necesidad de mucha publicidad. Los primeros clientes que utilicen el servicio se encargara de pasar la voz que existe ya un producto de Roaming en PPA.

### **3.7 Análisis de la Plaza**

#### **3.7.1 Canales de comercialización**

- Internet; pagina web (www.claro.com.ec) , servicio al cliente online
- Call Center marcando al \*611
- Servicios Adicionales \*123#
- Centro de Atención Al cliente.

#### **3.7.2 Ventajas y desventajas de los canales previstos**

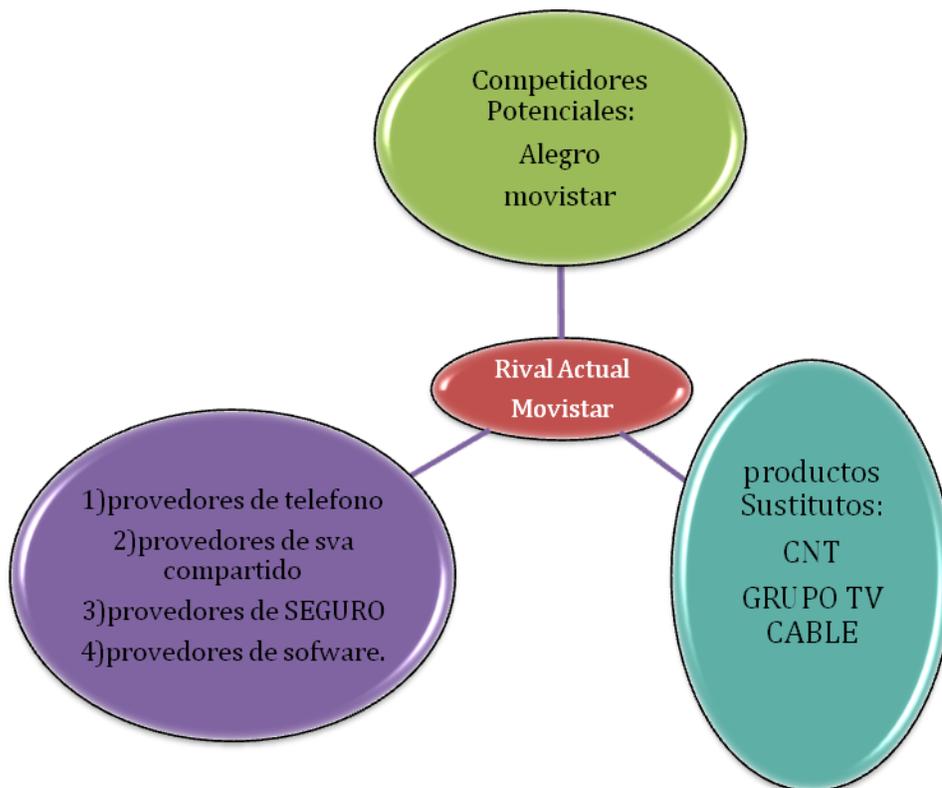
La ventaja de los canales de comercialización vía internet, es la comodidad del usuario que pueda leer y tomarse el tiempo que necesita para poder ver las promociones y servicios desde la comodidad de su casa, sin necesidad de colas largas ni esperar por ser atendido, el perfil de este cliente es una persona que maneja el internet para realizar consultas y tramite, la desventaja de este servicio es que no todas las personas les parece amigable realizar activaciones o compras por internet en ese caso se sugiere que se acerque a un centro de atención al cliente , donde el servicio es personalizado, o para una idea en general llamar al call center : Los servicios automatizados como el call center o las activaciones por medio de dígitos marcados como \*123# tienen la ventaja de activar o concretar una venta desde la comodidad de su hogar , la desventaja es cuando el cliente no esta seguro de lo que quiere o la información no la tiene clara, una vez mas se recomienda asistir a una agencia para atención personalizada

## **4. CAPITULO IV PLAN ESTRATEGICO**

### **4.1 Las cinco fuerzas PORTER**

Con esta estrategia vamos a conocer quienes son nuestros competidores, cuales son las amenazas de nuevos competidores, los productos y servicios de valor agregado sustitutos ,nuestros proveedores y nuestros fieles clientes, con este análisis podemos observar como

estamos en el mercado y que mejoras podemos realizar:



#### Amenaza de entrada de nuevos competidores:

En lo que es telefonía móvil nuestros competidores son Alegro con una participación de un 2% y Movistar con una participación de mercado de 28%, aunque Alegro es un competidor que aparentemente esta por el momento débil, con la unión del grupo del estado SETEL perteneciente a CNT, compañía que ofrece servicio de telefonía fija e internet, su crecimiento puede aumentar con semejante fusión.

#### Rivalidad entre los competidores:

En lo que respecta telefonía móvil, que por el momento es de nuestro interés, por la cual ofrece servicios similares, al de Claro y es donde nos vamos a enfocar sin descuidar otros competidores, pero es quien mas cercano y agresivo esta en lo que respecta los servicios y la publicidad.

El comparativo a realizar va a ser en los servicios de valor agregado que ofrecen ambas, precios, cobertura, alcance, facilidad de planes(el pago), y calidad de servicio.

#### Poder de negociación de los proveedores:

En lo que respecta a los proveedores existe una buena relación con las marcas promotoras, que son quienes a través de sus productos el usuario final utilizan nuestros servicios. Como se redacta las marcas promotoras son: Nokia, Samsung, Sony Erickson, BlackBerry; Apple; Motorola, Huawei, etc... También tenemos los proveedores de SVA compartido, por ejemplo Tonomanía, Localizador (GEO ECUATORIANA), Seguro de Equipo (Ace Seguro).Asistencia Inmediata (GEA). Entre otros.

#### Poder de negociación de los compradores:

En lo que respecta poder de negociación con los clientes, ellos prefieren por cobertura y señal nuestros servicios, por la cual abarcamos el 70

% del mercado nacional, en ciertos sectores donde movistar no tiene cobertura los clientes no tienen opción a cambio, pero se debe tomar en cuenta si los productos sustitutos como telefonía fija o el internet podrían suplir es necesidades la cual debemos estar siempre alerta.

#### Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

En lo que respecto productos sustitutos abarcan CNT, GRUPO TV CABLE; DIRECT TV

### **4.1.1 Matriz FODA**

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

#### **Fortalezas:**

Cobertura: La señal de porta tiene cobertura en las cuatro regiones del país, cubriendo a más de 1 309 poblaciones y 7 933 kilómetros de carreteras y caminos vecinales.

Puntos de Venta: cuenta con 55 centros de atención al cliente y 4 500 puntos de venta autorizados a nivel nacional.

Participación de mercado: Según estadísticas obtenidas de la web de la Supertel, las bases de datos de clientes de porta superan los 9,8 millones de usuarios de sus servicios de telefonía celular. Esto significa que más del 70% de la participación en el mercado de

los celulares corresponde a la compañía de propiedad de Carlos Slim.

## **Oportunidades:**

### Nuevas oportunidades de negocio :

Consolidación de las operaciones fijas y móviles de los operadores. En el sector de las telecomunicaciones globales y en la región, se está observando el fenómeno de la consolidación del mercado, la consolidación está ligada al tema de convergencia donde el operador fijo quiere también ofrecer servicios móviles y el operador móvil quiere extender servicios de banda ancha a todos sus usuarios. La consolidación y la convergencia, han sido evidentes durante los últimos años, con gran dinamismo en términos de fusiones y adquisiciones.

### Inversión de nueva tecnología LTE

LTE es la clave para que servicios como el internet móvil a alta velocidad y el streaming de videos de alta definición sean una realidad, es así como muchos operadores quieren evolucionar a estos servicios inalámbricos de cuarta generación, pues permitirán una convergencia entre las diferentes industrias de telecomunicaciones, entretenimiento y comercio electrónico.

### Oportunidad de Crecimiento y diversificación de Productos y SVA.

Al contar con la tecnología mas avanzada, con la consolidación con la operadora fija tenemos una herramienta mas para proyectar nuestros servicios de valor agregado en el producto móvil y fijo, aun existen servicios que se puede ir incrementando en lo que respecta a la operadora móvil, aun mas a lo que respecta la operadora fija. Se puede seguir esparciendo los servicios de valor agregado y aplicaciones nuevas para el producto móvil, ya que la tecnología siempre avanza y siempre tenemos más necesidades que cubrir por nuestros clientes

## Debilidades:

### Competencia

Ciertos productos o servicios de valor agregado que no podemos competir por precio o porque sencillamente no lo tenemos, la idea es sacar un producto sustituto o el mismo a la par con las tarifas o mejorándolas.

Aunque el proyecto abarcamos es a los servicios móviles, con nuestra mayor competencia Movistar, si es bueno recalcar El liderazgo de Claro como empresa dominante solo fue para la el sector de la telefonía móvil y no para la fija, en donde la estatal corporación nacional de telecomunicaciones (CNT ), cuenta con más del 92% de participación del mercado ecuatoriano", lo vemos con la absorción por parte de la corporación nacional de telecomunicaciones a la firma alegre, lo cual permitirá a la CNT ofrecer una oferta de servicios convergentes móviles al igual que claro fijo con lo que anteriormente se llamaba Telmex .

## Amenazas:

### Normas regulatorias:

Prohibiciones de lanzar ciertos productos o servicios por parte de las entidades publicas como la Superintendencia de telecomunicaciones.

FORTALEZAS	ORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>•COBERTURA</li><li>•MAYOR PARTICIPACION EN EL MERCADO</li><li>•CANTIDAD DE ABONADOS</li><li>•PUNTOS DE VENTA(CAC.S CLARO)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•OPORTUNIDAD DE EXPANDIR E INNOVAR LOS SVA</li><li>•TECNOLOGIA LTE.</li><li>•NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON CLARO FIJO</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•FALTA DE CIERTOS SVA QUE CUENTA LA COMPETENCIA</li><li>•TOMAR EN CUENTA QUE CLARO ES LIDER EN TELEFONIA MOVIL; MAS NO EN SERVICIOS FIJOS.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•NORMAS REGULATORIAS POR PARTE DEL ESTADO</li></ul>

## 4.1.2 Misión, Visión y Valores Organizacionales

Objetivo:

Enfocar la organización hacia la generación creciente de valor.

Misión:

Proporcionar soluciones integrales y de calidad en telecomunicaciones, manteniendo el liderazgo en el mercado, altos estándares de responsabilidad en la gestión ambiental y social; y, nuestro compromiso con clientes, empleados, accionistas, proveedores y aliados.

Visión:

Ser la empresa líder en soluciones de telecomunicaciones, preferida en el mercado y modelo en el sector empresarial.

Valores:

**Integridad:** Honradez, lealtad y disciplina

**Responsabilidad:** Trabajo, compromiso y calidad.

Principios:

- Anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y superar sus expectativas de servicio.
- Buscar la excelencia operacional enfocándonos a resultados y no a volumen de actividades.
- Obrar con responsabilidad y eficacia en el ejercicio de las funciones.
- Desarrollar sistemas de trabajo orientados al cumplimiento de la misión, agilizando nuestros procesos para hacer de nuestro servicio una experiencia positiva.
- Ser innovadores y creativos para proveedor productos y servicios de máxima calidad, manteniendo la vanguardia tecnológica y siendo flexibles para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Respetar, apoyar y estimular al personal, dándole capacitación, autoridad y responsabilidad para mejorar su desempeño y desarrollo profesional.

Trabajar en conjunto con nuestros Distribuidores Autorizados para crear una relación de socios basada en el respeto, la confianza y el profesionalismo.

## 4.2. Benchmarking de SVA Claro vs Movistar4

### 4.2.1 Comparativo de SVA SOLO DATOS

	
<b>Banda ancha móvil</b>	
<b>Banda ancha móvil</b> de Porta tiene mayor cobertura y dos modelos de módems: <b>ZTE MF100, Alcatel X 060 y el nuevo modem Huawei E173.</b>	<b>Banda ancha móvil</b> 3.5G, ofrece un servicio de cobertura limitada, tiene a disponibilidad dos modelos de módem: ZTE y Huawei
<b>Cobertura HSPA+:</b> Guayaquil, Quito, Cuenca, Portoviejo, Machala, Sto. Domingo, Coca, Esmeraldas y Ambato.	<b>Cobertura HSPA+:</b> Guayaquil, Quito, Cuenca, Machala, Sto. Domingo, Manta, Ambato, Duran, Tumbaco, Cumbayá.
<b>BAM Post pago</b>	<b>Internet Postpago</b>
<b>Promoción BAM: Doble de Mb por 6 meses en planes desde \$29.</b> - Plan BAM \$19: incluye 1,000 Mb - Plan BAM \$29: incluye 2,000 . Por Promoción 4,000 Mb - Plan \$39: incluye 3,000. Por Promoción 6,000 Mb. <b>HSPA +</b> - Plan \$49: incluye 5,000. Por Promoción 10,000 Mb. <b>HSPA +</b> Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. Planes con equipo incluido.	Promoción: Equipo incluido. - Plan \$19: incluye 1,000 - Plan \$29: incluye 2,000 - Plan \$39: incluye 3,000 - Plan \$49: incluye 5,000 - Plan HSPA+ \$34 por 2,000 Mb - Plan HSPA+ \$44 por 3,000 Mb - Plan HSPA+ \$54 por 5,000 Mb <b>- Plan Full Navegación: \$29, navegación ilimitada (sin descarga)</b> Mb. adicional: \$0,10 + IMP.
<b>BAM Prepago</b>	<b>Internet Prepago</b>
Kit a \$99, incluye 500 Mb. mensuales x 12 meses, recarga mínima \$3 Mb. Por evento: \$2,048	Kit a \$99, incluye <b>500</b> Mb. Mensuales por 12 meses, recarga mínima \$3. Mb. Adicional \$0,02 + IMP. Se puede financiar con T/C. 12 cuotas de \$8,25 + IVA.
<b>Paquetes de navegación ilimitada:</b> 1 día - 100 Mb \$3,50 + IVA 7 días - 500 Mb \$15,00 + IVA 15 días - 1000 Mb \$25,00 + IVA	<b>Paquetes de navegación ilimitada:</b> 1 día - 100 Mb \$2,67 + IVA 7 días - 700 Mb \$16,07 + IVA 15 días - 1500 Mb \$30,35 + IVA 30 días - 3000 Mb \$ 53,57 + IVA
<b>BAM Tablet</b>	<b>Tablet</b>
Oferta de planes especiales BAM para equipos Samsung Tablet 10,1 Plan \$49, incluye 2,000 Mb. Cuota inicial: \$399 a 18 meses Plan \$65, incluye 5,000 Mb. Cuota inicial: \$329 a 18 meses Plan \$65, incluye 5,000 Mb. Cuota inicial: \$199 a 24 meses	Oferta de planes de internet: 12 cuotas de \$52 + IVA. Pago total por equipo: \$624 + IVA. Plan Internet de \$54 + IVA (incluye 5,000 Mb). Nuevo plan para clientes que lleven su tablet: \$6000 por \$14. Plazo 18 meses.
<b>Oficina Móvil Blackberry Postpago</b>	<b>Correo Movistar Blackberry Postpago</b>
Paquetes: Bis Mail \$9,99 por 30 Mb. Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. Bis Social \$9,99 por 30 Mb. Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. Bis Lite \$14,99 por 60 Mb. Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. Bis Full \$19,99 por 1.000 Mb. Mb Adicional \$0,10 + IMP.	Paquetes: Blackberry Joven \$9,99 por 1024 Mb. Precio Mb. Adicional \$ 0,50 + IVA. Blackberry Premium \$14,99 por 60 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA. Blackberry Premium \$19,99 por 1000 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA.
<b>Oficina Móvil Postpago Nokia Messaging e E Mail Móvil</b>	<b>Internet Movistar Postpago</b>
Paquetes: \$9,99 por 30 Mb. Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. \$14,99 por 60 Mb. Mb. Adicional: \$0,10 + IMP. \$19,99 por 1.000 Mb. Mb Adicional \$0,10 + IMP.	Paquetes desde: \$5,99 por 15 Mb. Mb. Adicional \$0,50 + IMP. \$9,99 por 30 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP. \$14,99 por 60 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP. \$19,99 por 1000 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP.
<b>Blackberry Prepago</b>	<b>Correo Movistar Blackberry Prepago</b>
Blackberry: Suscripción 1 día \$1,00 + IVA. 7 días \$14,99, ilimitado 15 días \$19,99, ilimitado	Blackberry: 7 días \$9,99, incluye 30 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA. 15 días \$14,99, incluye 60 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA. 30 días \$19,99, 500 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA. Blackberry Joven \$14,99, 500 Mb. Precio Mb. Adicional \$0,50 + IVA.
<b>Internet + Wap Prepago</b>	<b>Internet Movistar Prepago</b>
1 día - 100 Mb \$3,50 + IVA 7 días - 500 Mb \$15,00 + IVA 15 días - 1000 Mb \$25,00 + IVA	Paquetes desde: \$5,99 por 15 Mb. Mb. Adicional \$0,50 + IMP. \$9,99 por 30 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP. \$14,99 por 60 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP. \$19,99 por 500 Mb. Mb. Adicional: \$0,50 + IMP. Todos los paquetes tienen vigencia de 30 días.
<b>Netbook de Porta</b>	<b>Netbook</b>
Planes con equipo financiado. Cuota \$39 Cuota \$49 Cuota \$65	No existe oferta comercial ni en guía ni en web

#### 4.2.2 Comparativo SVA con costo

<b>SVA CON COSTO</b>	<b>CLARO</b>	<b>MOVISTAR</b>
<b>MENSAJE MULTIMEDIA</b>	X	X
<b>MENSAJES DE TEXTO</b>	X	X
<b>MESSENGER CLARO / GEOAMIGOS</b>	X	X
<b>MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR</b>	por implementar	X
<b>SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS</b>	por implementar	X
<b>SMS LDI</b>	X	X
<b>INTERNET MOVIL PARA CELULARES</b>	X	X
<b>INTERNET FIJO/TELEFONIA FIJA/TV FIJO</b>	X	
<b>INTERNET NETBOOK</b>	X	
<b>BANDA ANCHA</b>	X	X
<b>OFICINA MOVIL</b>	X	
<b>LOCALIZADOR/GEOLOCATOR</b>	X	X
<b>PROTECCION DE EQUIPO: ACE SEGURO/EQUINOCCIAL</b>	X	X
<b>ROAMING POST PAGO</b>	X	X
<b>ROAMING PPA</b>	por implementar	X
<b>SEGURIDAD TOTAL</b>	X	
<b>ASISTENCIA INMEDIATA/MULTIASISTENCIA</b>	X	X
<b>VIDEOLLAMADA</b>	X	
<b>MOVILCAM</b>	X	
<b>PASATIEMPO</b>	X	X
<b>MOVILTALK</b>	?	X
<b>Respaldo Agenda</b>	X	
<b>BANCA MOVIL</b>	X	
<b>TONOMANIA</b>	X	
<b>VOICENOTE/OYE SMS</b>	SUSTITUTO	SUSTITUTO

#### 4.2.3. Comparativo de SVA sin costo.

<b>SVA SIN COSTO</b>	<b>CLARO</b>	<b>MOVISTAR</b>
<b>Casillero de Voz:</b>	X	X
<b>Conferencia múltiple</b>	X	X
<b>Llamada en espera:</b>	X	X
<b>¿Quién Llamó?:</b>	X	
<b>Transferencia de llamadas:</b>	X	X
<b>Tono de espera:</b>	X	
<b>Mi claro/Mi Movistar</b>	X	X
<b>Quieren llamarte/Avísame Movistar</b>	X	X
<b>Llamadas 1700-1800:</b>	X	

#### 4.2.4 Comparativo de SVA de la nueva oferta de servicio.

Se realizó la comparación de todos los servicios que ofrece claro, los SVA con costo y los SVA sin costo, los nuevos productos que colocamos a continuación son la nueva oferta, hemos adicionado según nuestro objetivo planteado un mix de productos y servicios de voz y SVA diferentes a los de datos, sabemos que el servicio de datos está en su crecimiento, pero debemos promocionar los nuevos SVA e incentivar al consumo, hemos realizado nuevas aplicaciones para los teléfonos móviles, tenemos servicios exclusivos que no lo tiene la competencia como el móvil Cam, la cual hay que reforzarlo para su crecimiento y también agregamos los servicios que le carecía a la compañía Claro, este es el comparativo finalmente:

CLARO	MOVISTAR	COMPARACION.
<b>LOCALIZADOR:</b> \$9,99 P. Final \$11.19 COSTO DEL MODEM 133.98 NUEVOS PLANES COMBO DE LOCALIZADOR PLAN LOCALIZADOR MINUTOS PLAN 30 83 MIN LOCALIZADOR 29+IVA PLAN 39 172 MIN LOCALIZADOR 39+IVA PLAN 49 268 MIN LOCALIZADOR INCLUIDO	<b>LOCALIZADOR:</b> \$9,99 P. Final \$11.19 COSTO DEL dispo. 149:	<b>DISPOSITIVO DE LOCALIZADOR MOVISTAR MAS CARO, NO TIENEN PLANES DE VOZ Y LOCALIZADOR .</b>
<b>MovilCam:</b> Total pago inicial: 199 mas iva \$235,88 o 12 cuotas mensuales: \$17,99 +imp. el minuto. a sólo \$0.04 Incluye costo del servicio y cuota del equipo.PROMOCION POR LA COMPRA DEL PLAN ILIMITADO VIDEO LLAMADA EL DISPOSITIVO MITAD DE PRECIO.	<b>Movil Cam:</b> no disponen del servicio	<b>NO DISPONEN DEL SERVICIO</b>
<b>Videollamada 3.5g:</b> <b>SERVICIOS EN PAQUETE:</b> 15 Minutos \$3.00 \$0.20 40 Minutos \$5.99. \$0.20 60 Minutos \$8.99 \$0.20 <b>SERVICIOS POR EVENTO:</b> \$0.35 Y CON LOS 10 AMIGOS PORTA A \$0.04 <b>NUEVOS PLANES VOZ Y VIDEO LLAMADA IDEAL 22 VIDEOLLAMADA \$24.64 \$12.01 \$0.134 \$0.168 100 MB</b> <b>IDEAL 30 VIDEO LLAMADA \$33.60 \$10.01 \$0.134 \$0.168 300 MB</b> <b>IDEAL 39 VIDEO LLAMADA \$43.68 \$19.01 \$0.123 \$0.168 500 MB</b> <b>IDEAL 49 VIDEO LLAMADA \$54.88 \$29.01 \$0.121 \$0.168 700 MB</b> <b>IDEAL 59 VIDEO LLAMADA \$66.08 \$39.01 \$0.110 \$0.168 ILIMITADO</b> <b>IDEAL 69 VIDEO LLAMADA \$77.28 \$49.01 \$0.108 \$0.168 ILIMITADO</b>	<b>Video llamada:</b> no disponen del servicio	<b>NO DISPONEN DEL SERVICIO</b>
<b>SMS Personalizados:</b> Combo SMS \$ 1,99 cada mes incluido Filtro SMS	<b>SMS PLUS:</b> Combo SMS \$ 0,99 cada mes Filtro SMS \$ 3,00 cada mes	<b>CLARO UNIFICA LOS VALORES DE SMS PERSONALIZADOS CON TODOS LOS SERVICIOS INCLUIDOS DE FIRMA AUTOMATICA, RESPALDO DE MENSAJE,BLOQUEOS, FILTROS ETC Y MOVISTAR COBRA APARTE EL RUBRO DE FILTRO</b>
<b>Mensajes por cobrar:</b> cada mensaje tiene un costo de US\$ 0,10 + Impuestos. Esto será cobrado al usuario destino que acepte recibir el mensaje Text Collect. Si el mensaje viene de un usuario que está creado dentro de tu "10 AMIGOS CLARO", se cobrará US\$0,06 + Impuestos por cada mensaje recibido a tu número Movistar.	<b>Mensajes por cobrar:</b> cada mensaje tiene un costo de US\$ 0,10 + Impuestos. Esto será cobrado al usuario destino que acepte recibir el mensaje Text Collect. Si el mensaje viene de un usuario que está creado dentro de tu "Lista de usuarios", se cobrará US\$0,06 + Impuestos por cada mensaje recibido a tu número Movistar.	<b>SE IMPLEMENTA ESTE NUEVO SERVICIO CON LAS MISMA PROMOCION QUE LA COMPETENCIA</b>
<b>Roaming prepago:</b> 1.99 TODAS LAS LLAMADAS, MENSAJE ENVIADO 0,35 Y RECIBIDO SIN COSTO. CONVENIO CON OPERADORAS DE LOS PAISES DE AMERICAN MOVIL	<b>Roaming prepago:</b> \$1.99 todas las llamadas, mensaje enviado \$0.35 y recibido sin costo, SOLO CON COLOMBIA, MAS ADELANTE ARGENTINA	<b>LANZAMOS EL ROAMING PREPAGO AUNQUE LAS TARIFAS SON IGUALES . LA DIFERENCIA ES QUE HAY MAS OPCIONES Y CONVENIOS PARA EL VIAJE MOVISTAR TIENE CON COLOMBIA Y MAS ADELANTE ARGENTINA . CLARO TIENE CON 12 OPERADORAS DE AMERICAN MOVIL</b>
<b>PUSH&amp;TALK:</b> : \$24,99 + iva \$27.99 post pago y ppa \$26.99 mas iva 30 días .	<b>MOVILTALK:</b> \$24,99 + iva \$27.99 post pago y ppa \$26.99 mas iva 30 días .	<b>MISMAS TARIFAS</b>

ideas TV: Diario \$1,99 mas iva Mensual\$29.99 mas iva, CANALES NACIONALES Y 5 INTERNACIONALES PLANES COMBO PLAN TV MINUTOS PAQUETE IDEAL 19 TV Hasta 66 30 MB IDEAL 29 TV Hasta 125 100 MB IDEAL 39 TV Hasta 172 500 MB IDEAL 49 TV Hasta 268 1000 MB	Ideas Tv: no disponen del servicio	Ideas Tv: no disponen del servicio
VoiceNote: SMS VOICE NOTE TARIFAS CLARO _CARO 0,08 INCLUIDO IVA CLARO - MOVILES 0,12 INCLUIDO IVA	OYE SMS: Servicio disponible para clientes postpago. Costo del servicio \$1 mas iva.	SERVICIO VOICENOTE ES UN APLICATIVO NUEVO EN CLARO Y FUNCIONA CON LOS SMS TEXTO ,DURACION DEL VOICENOTE HASTA 5MIN. VALIDO PARA CLIENTES PPA O POSTAPAGO PUEDEN UTILIZAR EL SERVICIO, MOVISTAR TIENE UN PRODUCTO SUSTITUTO OYESMS . SERVICIO DISPONIBLE UNICAMENTE PARA CLIENTES POSTPAGO. LOS MENSAJES DEPOSITADOS EN EL BUZÓN DEBEN TENER UNA DURACIÓN MAYOR A 17 SEGUNDOS. LOS MENSAJES DEPOSITADOS QUE SEAN EN OTRO IDIOMA DIFERENTE AL ESPAÑOL O CONTENGAN UN AUDIO, O PRONUNCIACIÓN DEFICIENTE, NO SERÁN CONVERTIDOS O LA CONVERSIÓN NO SERÁ ÓPTIMA AL 100%, SOLO SE NOTIFICARÁ QUE DEJARON UN MENSAJE EN EL BUZÓN DE VOZ. EL SISTEMA UTILIZA UN MODELO DE RECONOCIMIENTO DE VOZ AUTOMÁTICA Y EN ALGUNOS CASOS LAS PALABRAS TENDRÁN QUE SER VALIDADAS CON AYUDA HUMANA, QUE CUESTA UN DÓLAR MENSUAL, PERO LA RECEPCION NO ES 100% OPTIMA.

#### 4.4 Control estratégico

##### SERVICIO AL CLIENTE.

Toda la flexibilidad que se brinda a nivel tecnológico y de aplicaciones se ve limitada cuando hablamos de brindar soluciones, a nivel de: Contratación de los servicios Personalización en la atención Agilidad en la gestión de reclamos -Soluciones a la medida de las necesidades del Cliente

Soluciones web [www.claro.com](http://www.claro.com) para la contratación de los servicios básicos o paquetes, además de los actuales puntos de venta y distribuidores.

Servicios automatizados, call center, números discados.

Disposición de fuerza de venta y personal de contacto adecuadamente capacitados tanto en las soluciones como en los procedimientos internos, adicional Blogs donde los usuarios puedan intercambiar información, resolver preguntas frecuentes con un canal de chat para la gestión y resolución de reclamos.

En forma adicional a los mecanismos de Call Center que se utilizan normalmente

CRM (Customer Relationship Management) para entender las necesidades del Cliente y proponer las soluciones más adecuadas, teniendo siempre la cuota justa de flexibilidad en la configuración y adaptación de los procesos internos.

En definitiva, las empresas de Telecomunicaciones que brindan un servicio de excelencia y mantienen a sus Clientes fidelizados son las que miran primero al Cliente y sus necesidades para utilizar la tecnología como fin para lograrlo. Es la tecnología la que debe estar al servicio del hombre.

## 5. CAPITULO V ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO

### 5.1 RENTABILIDAD VS INVERSION

Se pudo apreciar en el análisis de mercado que existe grandes oportunidades especialmente en servicios adicionales que la compañía pueda ofrecer, lo que abre las puertas para un interesante modelo de inversión como el presentado en el actual proyecto. El modelo a utilizar es la matriz BSCG (Boston Consulting Group) Es un método que nos permite evaluar la posición de un negocio o producto de la empresa, en el mercado, para poder darnos cuenta si es rentable o no.

### Rentabilidad vs Inversión

		Participación Relativa en el Mercado				
		Alta	Baja	Rentabilidad	Inversión	
Crecimiento de la Demanda	Alto				Alta	Alta
	Bajo				Alta	Baja
					Nula Negativa	Muy Alta
					Baja Negativa	Desinvertir

## 5.2 Análisis de la propuesta de rentabilidad nuevo SVA con costo

- .MIX de productos WEB CAM, Video Llamada/ Localizador
- Propuesta de Innovación de Mensajería de Texto(SMS por cobrar, SMS Personalizada,Voicenote)
- Roaming PPa

**ESTRELLA.** Gran crecimiento y Gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y los SVA se conviertan en vaca lechera.

### Roaming PPA

Este producto es un servicio exclusivo que ahora los clientes PPA, podrán utilizar, es de alta inversión, debido que actualmente existen las plataformas pero se debe realizar un UPGRADE, ampliar dicha plataforma para poder ofrecer convenios de Roaming con el resto del mundo. Este servicio es de alta inversión, pero así mismo de alta rentabilidad. Por los altos costes de ampliación de plataforma se empezara ofreciendo Voz y SMS , a medida que el producto este ya establecido también se ofrecerá paquetes de Datos , con las operadoras del Grupo American Movil, luego el interés es realizar convenios de países que tengan mayor trafico como EEUU y España.

Este producto se lo denomina estrella, porque es un nuevo servicio a ofrecer que como sabemos su inversión es alta aprox.(\$300.000 a %5000.00) pero contamos que vaya a ser un producto con éxito para que se convierta en vaca lechera al igual que el Roaming en Postpagos.

EJEMPLO:

	ROAMING EN PPA RENTABILIDAD
\$0,52	UTILIDAD NETA ENTRES SMS Y VOZ
\$10,34	TARJETA DE \$20
<b>\$99.468,05</b>	ABONADO DE PPA 9621,166
\$71.048,61	
<b>\$28.419,44</b>	SOLO UTILIZEN EL 40 ABONADOS%

**INCÓGNITA.** Gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro. (Localizador y web Cam, video llamada)

### **Innovación mix de productos de WEB CAM/VIDEO LLAMADA, LOCALIZADOR**

Estos servicios aunque estén en incógnita, con una inversión alta y poca participación de mercado es debido a la falta de campaña por estos servicios agregados. Son productos muy buenos que algunos cliente no saben de su existencia. Su inversión es alta debido a sus equipo y en el caso el producto Localizador la ganancia es compartida con su proveedor. Escoger realizar el mix de productos con planes postpagos es para que el servicio empiece a venderse de manera masiva y poder salvar a estos productos y no se convierta en un servicio de categoría PERRO.

EJEMPLO:	<b>RENTABILIDAD MIX POST LOCALIZADOR Y VIDEO LLAMADA</b>	
	\$89,08	UTILIDAD NETA MIX POST Y SVA
ABONADOS 100%		\$139.842,31
ABONADOS 25%		\$111.873,85

**VACA.** Poco crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas

### **Innovación Mensajes de Texto**

Esta idea propuesta de innovación, implementado servicios nuevos como SMS PERSONALIZADA, SMS POR COBRAR, VOICENOTE TEXT, son servicios para seguir incrementando el consumo. Las plataformas de mensajería de texto son netamente de porta la cual no son compartidas con proveedores, el ingreso es neto, debemos cuidar y mantener el servicio creando siempre innovaciones, pues es el SVA que mas se factura en la compañía Claro. Esta idea de incrementar la innovación, es porque si bien es cierto el SVA de DATOS esta un poco sustituyendo la mensajería de texto, queremos ofrecer masivamente el producto para todos los clientes ya sea que tengan equipo de gama baja, media o alta. La innovación se la realiza para que no baje el porcentaje de consumo debido que existe el chat como mensaje gratuito.

<b>RENTABILIDAD INNOVACION SMS</b>	\$0,50
ABONADOS 100%	\$5.604,14
ABONADOS SOLO EL 60%	\$3.502,59

## **Ejemplo de otro SVA de categoría VACA.**

### **SVA Datos**

Como ejemplo el segundo SVA que podemos decir que también es de poca inversión actualmente porque ya tenemos las plataformas y su participación de mercado es alta es el servicio de Datos. En este caso la compañía ha realizado recientes cambios con planes de ilimitados a limitados debido a su amplia captación de mercado, para mayor fluidez de tráfico. Este servicio a cada vez mas se esta vendiendo por si solo, incluso siendo limitado el servicio el cliente cada vez mas siente la necesidad de la comunicación mas rápida y efectiva a través de correos, chats sin costos y redes sociales.

**PERRO.** Poco crecimiento y poca participación de mercado. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible. Generalmente son negocios / productos en su última etapa de vida. Raras veces conviene mantenerlos en el portafolio de la empresa.

Aunque IDEAS TV no es un producto propuesto es un ejemplo de un servicio que Claro tuvo que omitir fue IDEAS TV, el motivo que era muy alto el consumo y pocos los interesados, en otros países con la tecnología LTE que la velocidad es mas rápida, ya están teniendo el servicio de video interactivos, Streaming, donde se podrá ver canales locales e internacionales en HD, en una encuesta piloto me di cuenta que actualmente el mercado aun no esta listo para este tipo de entretenimiento por teléfono, la mayoría de las personas contratarían el servicio por novelería, mas no por trabajo ni necesidad.

### 5.3 TABLA DE PROPUESTA DE RENTABILIDAD NUEVO SVA CON COSTO

PROPUESTA DE NUEVO SVA CON COSTO	PVP EVENTO MAS IVA	COSTO	UTILIDAD
MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	\$0,08	\$0,02
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	\$1,53	\$0,46
VOICENOTE	\$0,08	\$0,06	\$0,02
IDEAL MIX 22 VIDEOLLAMADA 100 MB	\$22,00	\$16,92	\$5,08
IDEAL MIX 30 VIDEO LLAMADA 300 MB	\$30,00	\$23,08	\$6,92
IDEAL MIX 39 VIDEO LLAMADA 500 MB	\$39,00	\$30,00	\$9,00
IDEAL MIX49 VIDEO LLAMADA 700 MB	\$49,00	\$37,69	\$11,31
IDEALMIX 59 VIDEO LLAMADA ILIMITADO	\$59,00	\$45,38	\$13,62
IDEAL MIX 69 VIDEO LLAMADA ILIMITADO	\$69,00	\$53,08	\$15,92
IDEAL MIX 30 LOCALIZADOR	\$30,00	\$23,08	\$6,92
IDEAL MIX 39 LOCALIZADOR	\$39,00	\$30,00	\$9,00
IDEAL MIX 49 LOCALIZADOR	\$49,00	\$37,69	\$11,31
ROAMING PPA SALIENTE -LOCAL- INTERNACIONAL (TODAS) AMERICAN MOVIL	\$1,99	\$1,53	\$0,46
ROAMING PPA SMS ENVIADO	\$0,25	\$0,19	\$0,06
<b>TOTAL:</b>	<b>\$390,41</b>	<b>\$300,32</b>	<b>\$90,09</b>

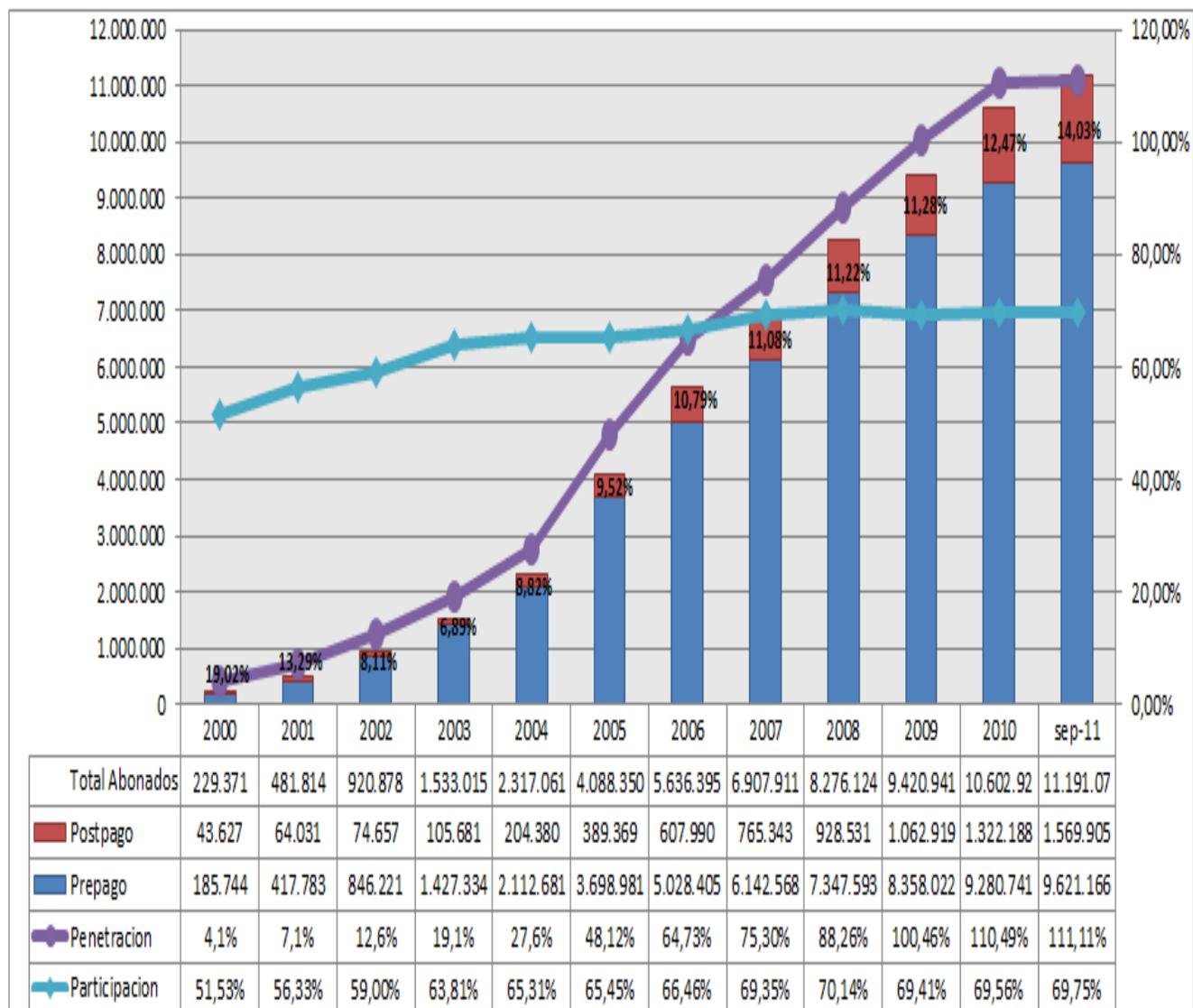
#### PPA

MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	\$0,08	\$0,02
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	\$1,53	\$0,46
VOICENOTE	\$0,08	\$0,06	\$0,02
ROAMING PPA SALIENTE -LOCAL- INTERNACIONAL (TODAS) AMERICAN MOVIL	\$1,99	\$1,53	\$0,46
ROAMING PPA SMS ENVIADO	\$0,25	\$0,19	\$0,06
	<b>\$4,41</b>	<b>\$3,39</b>	<b>\$1,02</b>
			<b>\$9.791,39</b>

#### POSTPAGO

MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	\$0,08	\$0,02
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	\$1,53	\$0,46
VOICENOTE	\$0,08	\$0,06	\$0,02
IDEAL MIX 22 VIDEOLLAMADA 100 MB	\$22,00	\$16,92	\$5,08
IDEAL MIX 30 VIDEO LLAMADA 300 MB	\$30,00	\$23,08	\$6,92
IDEAL MIX 39 VIDEO LLAMADA 500 MB	\$39,00	\$30,00	\$9,00
IDEAL MIX49 VIDEO LLAMADA 700 MB	\$49,00	\$37,69	\$11,31
IDEALMIX 59 VIDEO LLAMADA ILIMITADO	\$59,00	\$45,38	\$13,62
IDEAL MIX 69 VIDEO LLAMADA ILIMITADO	\$69,00	\$53,08	\$15,92
IDEAL MIX 30 LOCALIZADOR	\$30,00	\$23,08	\$6,92
IDEAL MIX 39 LOCALIZADOR	\$39,00	\$30,00	\$9,00
IDEAL MIX 49 LOCALIZADOR	\$49,00	\$37,69	\$11,31
	<b>\$388,17</b>	<b>\$298,59</b>	<b>\$89,58</b>
			<b>\$140.628,47</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>RENTABILIDAD</b>	
	<b>11191,071</b>		
	<b>ABONADOS:</b>		<b>\$150.419,85</b>

## 5.4 Histórico de abonados y Penetración de Mercado.



## 6. CAPITULO VI CONCLUSIONES

### 6.1 Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto permitió tener una visión más real y cercana de la estructura de servicios adicionales conformada por un amplio abanico de expansión y crecimiento de estos servicios que la compañía Claro puede ofrecer. El trabajo consistió en el análisis de cada uno de los servicios y diseño del mismo para poder suplir los requerimientos de la demanda, a través de la implementación e innovación de servicios nuevos y actuales a los planes de voz, Implementación y lanzamiento de nuevos servicios que permitirá al usuario tener un sin numero de beneficios en la operadora Claro y a su vez sea un cliente fiel. Nos permitió también poder analizar la competencia, conocer sus productos y tarifas, que servicios podemos mejorarlo, o ofrecerlo con iguales o mejores beneficios para el consumidor. Se realizo encuestas al consumidor final para saber que opina de los servicios que se puede implementar,. De acuerdo a la encuesta notamos que no muchos usuarios conocen de todos los servicios que tiene la operadora, que están mas apegado a ella por la cobertura, pero con nuestro nuevo análisis vamos a cambiar el enfoque del consumidor que no solo sea por la Cobertura que Claro pueda ofrecer que se mantenga con nosotros si no también por sus servicios. Es de interés de los usuarios que ofrezcamos una gama con bastante variedad y opción de servicios de valor agregado.

Las principales conclusiones son las siguientes:

Los nuevos productos de Post Pago con el mix de "LOCALIZADOR y VIDEO LLAMADA(CAM WEB) incrementaran el consumo en los clientes de estos servicios , su característica va a hacer la combinación de un plan de voz, y control, ese es el concepto final al cliente, la idea es crear la necesidad al cliente del producto localizador y WEB CAM la importancia de poner tener en control su mercadería, personal de trabajo, control de los niños en casa, y poder vender masivamente el producto para que este producto pueda ahora si ser rentable. Es un reto difícil porque como vimos es un producto INCOGNITA que si no se maneja un buen marketing puede caer en un categoría PERRO según vimos en la matriz BSCG. Adicional la conclusión de la innovación de la mensajería de texto con los nuevos productos de mensaje por cobrar, SMS personalizada, Voicenote da un nuevo concepto de la mensajería de texto, como un correo, y la innovación hará que se mantenga y se siga incrementando el SVA que es el mas utilizado por nuestros usuarios en especial en PPA. Finalmente el Roaming en PPA, es una implementación con inversión alta, en los costes de ampliar las plataformas pero que va a dar resultados sin mucho inversión en publicidad, se espera una participación del mercado del 20% de los usuarios PPA para iniciar y luego que vaya incrementando según los convenios con el resto de los países

## 7. ANEXOS.-

### 7.1 CUESTIONARIO

El modelo de la encuesta es el siguiente:

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar los sva y hacer posibles mejoras. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Tiene servicio Claro Móvil?

- Si
- No

2. ¿Por qué usted esta con la operadora Claro?

- La cobertura
- La calidad de servicio
- Los productos y servicios que ofrece
- Las promociones
- El precio
- Nunca ha tenido inconveniente
- Otros

3. ¿Cree usted que conoce todos los servicios que le ofrece la operadora?

- Si
- No
- Algunos
- Ninguno

4. ¿Le gustaría que la empresa haga innovaciones en el servicio de SMS texto como mensajería por cobrar?

- Si
- No

5. ¿Le gustaría poder implementar su firma en el envío de mensaje, respaldar mensajes y filtrar los SMS que no desee ?

- Si definitivamente
- Posiblemente
- No estoy seguro
- No le interesa el servicio

6. ¿Le gustaría poder enviar a través de los mensajes de texto mensajería VOICENOTE?

- Si definitivamente
- Posiblemente
- No estoy seguro
- No le interesa el servicio

7. ¿Que tan útil cree que puede ser la innovación de mensajería de texto, para una mejor y efectiva comunicación?

- Muy útil
- Útil.
- No tan útil

8. ¿Le gustaría poder contra con un servicio de Roaming en PPA?

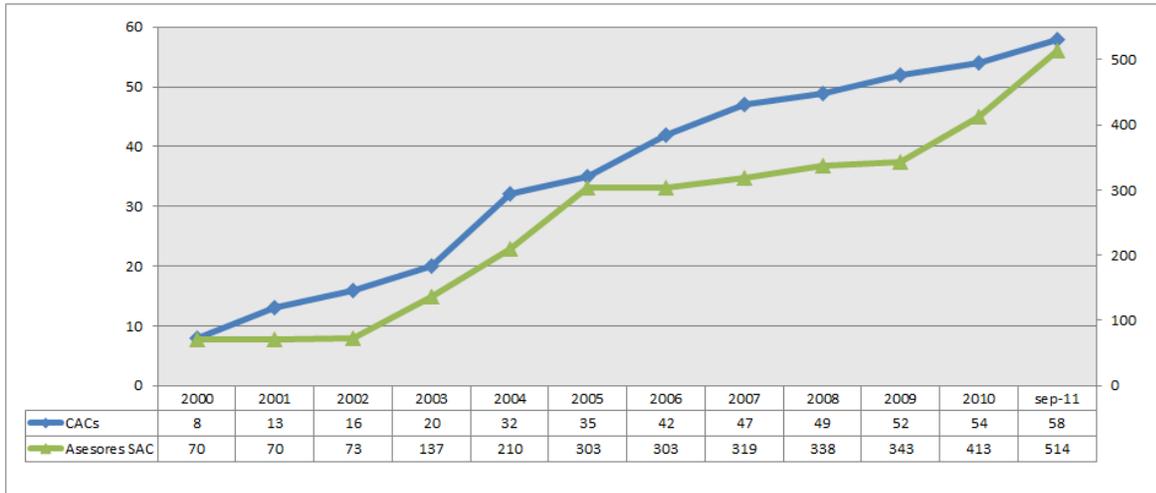
- Si, por supuesto
- Si, si tuviera el servicio ppa
- No

9. Le interesaría poder tener opción a escoger planes incluidos la video llamada/ web Cam?

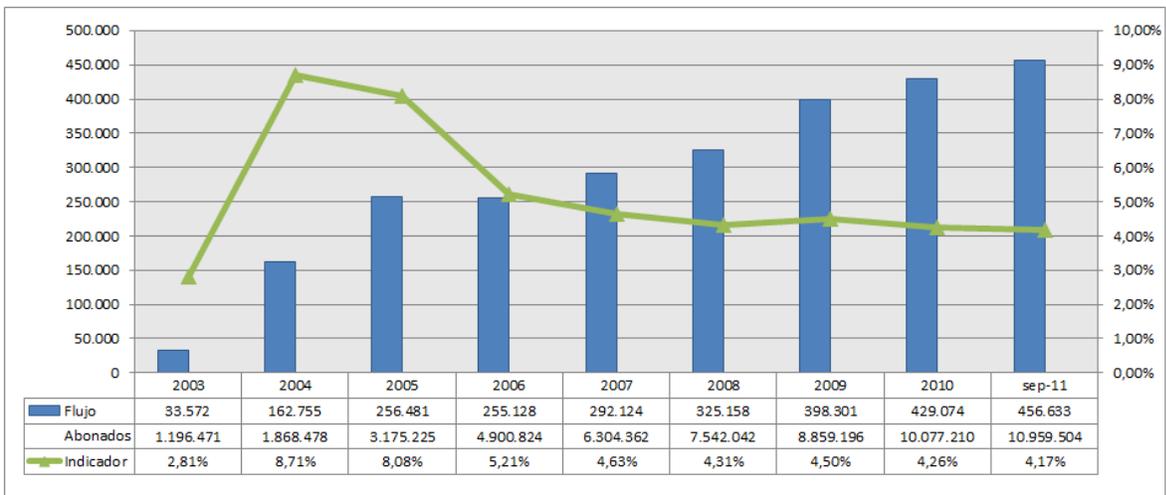
- Si, definitivamente
- Posiblemente
- No estoy seguro

- No estoy interesado
10. El servicio de video llamada o web Cam le sería útil como herramienta de:
- Trabajo
  - Control con la familia
  - Seguridad / Guardianía
  - Novelería
  - otros
11. Le interesaría poder tener opción a escoger planes incluidos con un localizador?
- Si, definitivamente
  - Posiblemente
  - No estoy seguro
  - No estoy interesado
12. El servicio localizador le sería útil como herramienta de:
- Trabajo
  - Control con la familia
  - Seguridad,/carro
  - Novelería
  - otros
13. ¿Estaría dispuesta a probar los nuevos sva?
- Sí, definitivamente
  - Posiblemente dependiendo del precio
  - Dependiendo la necesidad.
  - No le interesa ninguno por el momento
14. ¿A cuál de estos sitios suele acudir para activar un servicio adicional?
- Centros atención al cliente
  - Pagina web
  - Servicios automatizados desde el móvil
  - Contac center 611
  - Otros
15. ayúdenos favor marcando en un circulo su sexo y colocando su edad.
- **Sexo: Femenino –Masculino**
  - **Edad**

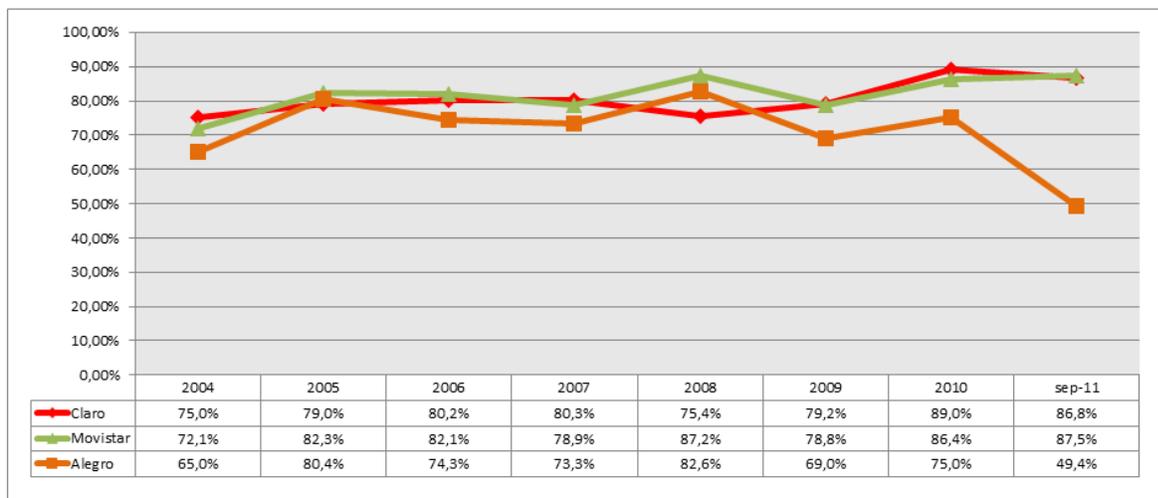
## 7.2 Histórico de Numero de Cac's y Plazas



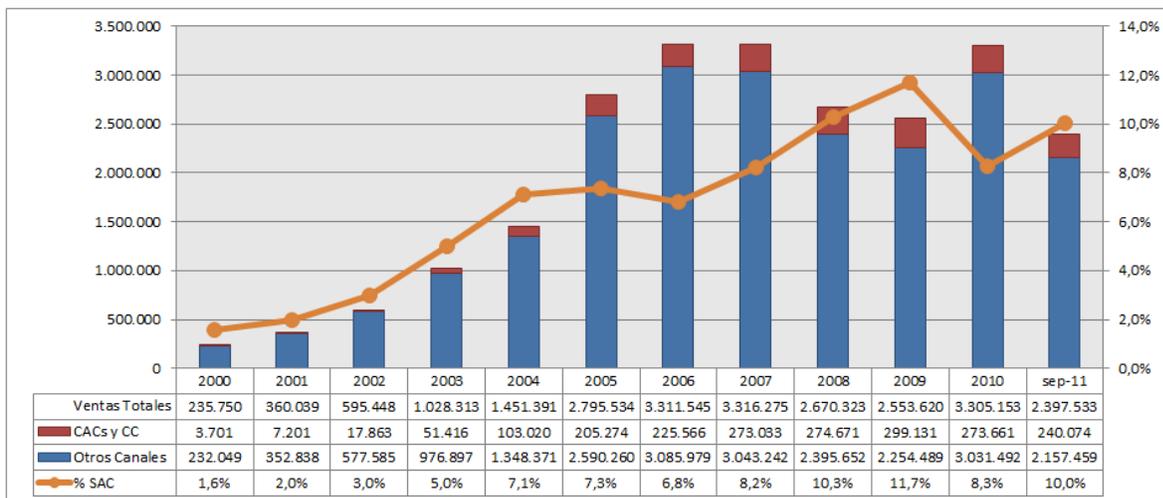
## 7.3 Histórico de Flujos de Clientes en Cac's



## 7.4 Histórico de Satisfacción General de servicio.



## 7.5 Histórico de Resultados Comerciales de Ventas Totales.



## 7.6 Diversificación de Canales de Atención. (Activación de SVA)

Autoservicio	sep-11	% Autoservicio	MIX
IVR	7.343.033	83,6%	68,1%
USSD	1.431.470	16,3%	13,3%
KIOSKOS	6.884	0,1%	0,1%
ATM		0,0%	0,0%
WEB	6.850	0,1%	0,1%
<b>Total Autoservicios</b>	<b>8.788.237</b>	<b>100,0%</b>	

Personalizado	sep-11	% Personalizado	MIX
OPERADOR (canal telefónico)	1.557.689	78,2%	14,4%
CAC	419.682	21,1%	3,9%
ATENCIÓN VIRTUAL	5.749	0,3%	0,1%
CVS 's	9.029	0,5%	0,1%
<b>Total Personalizado</b>	<b>1.992.149</b>	<b>100,0%</b>	

<b>Total General</b>	<b>10.780.386</b>
----------------------	-------------------

## 7.7 Ejemplo de Asignación de Meta de SVA por Mes.

	AUT		TAR		EXP		KIT		SVA	Telmex	RENUNCIA
	100%	122%	100%	122%	100%	122%	100%	122%			
9	10,98	1	1,22	9	10,98	4	4,88	8	3	25	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
11	13,42	1	1,22	10	12,2	5	6,1	10	4	15	
5	6,1	1	1,22	5	6,1	2	2,44	5	2	8	
5	6,1	1	1,22	5	6,1	2	2,44	5	2	8	
5	6,1	1	1,22	5	6,1	2	2,44	5	2	8	
5	6,1	1	1,22	3	3,66	2	2,44	5	2	8	
5	6,1	1	1,22	5	6,1	2	2,44	5	2	8	
<b>144</b>	<b>175,68</b>	<b>16</b>	<b>19,52</b>	<b>132</b>	<b>161,04</b>	<b>64</b>	<b>78,08</b>	<b>133</b>	<b>53</b>	<b>215</b>	

## 7.8 Metas de SVA y Cumplimiento Sobre la Meta

<b>CACs</b>	<b>SVA META</b>	<b>SVA REAL</b>	<b>% SOBRE LA META</b>
CAC ALBORADA	215	217	101%
CAC AV. MACHALA	66	66	100%
CAC CEIBOS	417	354	85%
CAC PASEO VIA DAULE	141	142	101%
CAC CENTRUM	191	184	96%
CAC CUENCA	132	161	122%
CAC DURAN	123	97	79%
CAC ENTRE RIOS	506	482	95%
CAC GALAPAGOS	97	85	88%
CAC LOJA	179	163	91%
CAC MACHALA	142	145	102%
CAC MALECON	278	278	100%
CAC MALL DEL RIO	108	138	128%
CAC MALL DEL SOL	200	210	105%
CAC MALL DEL SUR	428	397	93%
CAC MANTA	402	374	93%
CAC MILAGRO	188	184	98%
CAC PARQUE CALIFORNIA	68	87	128%
CAC PASEO MACHALA	226	240	106%
CAC POLICENTRO	647	679	105%
CAC PORTOVIEJO	424	480	113%
CAC QUEVEDO	208	147	71%
CAC RIO CENTRO SUR	232	228	98%
CAC SALINAS	240	170	71%
CAC SAN MARINO	680	639	94%
CAC TERMINAL TERRESTRE	114	104	91%
CAC 9 DE OCTUBRE	211	224	106%
CAC BABAHOYO	155	188	121%
CAC CHONE	89	92	103%
CAC AZOGUES	19	19	100%
CAC RIOCENTRO NORTE	353	323	92%
CAC HUAQUILLAS	28	21	75%
CAC PASEO QUEVEDO	137	102	74%
CAC PORTOVIEJO CENTRO	90	23	26%
<b>TOTAL CACs R2</b>	<b>7.734</b>	<b>7.443</b>	<b>96%</b>
CAC AMAZONAS	80	96	120%
CAC AMBATO	31	25	81%
CAC C.C. IÑAQUITO	149	212	142%
CAC CENTRO HISTORICO	26	69	265%
CAC CONDADO	171	252	147%
CAC QUICENTRO SUR	50	69	138%

CAC EL JARDIN	238	370	155%
CAC EL PASEO SHOPPING	112	286	255%
CAC EL RECREO	80	174	218%
CAC ESMERALDAS	145	183	126%
CAC ETECO	195	321	165%
CAC IBARRA	72	126	175%
CAC LATCUNGA	23	26	113%
CAC MALL DE LOS ANDES	35	53	151%
CAC QUICENTRO2	270	244	90%
ISLA QUICENTRO	5	8	160%
CAC QUICENTRO	275	252	92%
CAC QUITO SUR	131	204	156%
CAC RIOBAMBA	38	51	134%
CAC SAN LUIS1	83	172	207%
ISLA SAN LUIS	3	0	0%
CAC SAN LUIS	86	172	200%
CAC SANTO DOMINGO	100	84	84%
CAC VENTURA MALL	102	116	114%
CAC TULCAN	13	28	215%
CAC COCA	55	70	127%
CAC LAGO AGRIO	46	48	104%
CAC MULTIPLAZA	13	116	892%
<b>TOTAL CACs R1</b>	<b>2.266</b>	<b>3.403</b>	<b>150%</b>
<b>NACIONAL CACs</b>	<b>10.000</b>	<b>10.846</b>	<b>108%</b>

## 7.9 Tabla de PVP de SVA por evento y PVP y en paquetes.

SVA CON COSTO	PVP EVENTO MAS IVA	PVP PAQUETES MAS IVA
MENSAJE MULTIMEDIA	\$0.134	20 MMS \$2,99 ; 50 SMS \$6,99
MENSAJES DE TEXTO	\$0.06	30 SMS \$1,00, 50 SMS \$1,50 90 SMS \$2,00, 160 SMS \$5.00 2800 SMS \$11.93
MESENGER CLARO /	\$0,00224 POR KB	X
MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	0,1
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	\$1,99
SMS LDI	\$0,10	X
INTERNET MOVIL POSTPAGO	\$0,112	\$ 9,99 30 MB \$ 14,99 60 MB \$ 19,99 100MB\$ 29,00 2000 MB \$ 39,003000MB \$ 49,00 5000MB
INTERNET MOVIL PPA	\$0,112	1 DIA 100 MB \$3,36 ; 7 DIAS 500 MB \$15,50 ; 15 DIAS 1000MB \$25,00
INTERNET NETBOOK	\$0,112	1 DIA 100 MB \$3,00 ; 7 DIAS 500 MB \$12,50 ; 15 DIAS 1000MB \$19,00
BANDA ANCHA POSTPAGO	\$0,112	1 DIA 100 MB \$3,00 ; 7 DIAS 500 MB \$12,50 ; 15 DIAS 1000MB \$19,00
BANDA ANCHA PPA	\$0,112	1 DIA 100 MB \$3,36 ; 7 DIAS 500 MB \$15,50 ; 15 DIAS 1000MB \$25,00
BLACKBERRY PPA	\$0,112	1 DIA 3 MB \$1,00 ; 7 DIAS 500 MB \$15,00 ; 15 DIAS 1000MB \$25,00
OFICINA MOVIL/TABLET	\$0,112	1 DIA 100 MB \$3,00 ; 7 DIAS 500 MB \$12,50 ; 15 DIAS 1000MB \$19,00
LOCALIZADOR/	X	\$9,99 MENSUAL
PROTECCION DE EQUIPO:	X	\$3,99 EQUIPOS GAMA MEDIA ; \$9.00 EQUIPO GAMA ALTA
SEGURIDAD TOTAL	X	BASICO 1G \$3, INTERMEDIO 5G \$4, PROFESIONAL ILIMITADO \$7
ASISTENCIA INMEDIATA/	X	\$3,00 MENSUAL
VIDEOLLAMADA POSTPAGO	\$0,20 POR EVENTO TENIENDO PAQ	\$3, 15 MIN \$5,99 40 MIN \$8,99 60 MIN
VIDEOLLAMADA PPA	\$0,35	
MOVILCAM	\$0,20 POR EVENTO TENIENDO PAQ	\$3, 15 MIN \$5,99 40 MIN \$8,99 60 MIN
PASATIEMPO POSTPAGO	\$0,03 ENVIO Y \$0,11 RECEPCION	X
PASATIEMPO	\$0,07 ENVIO Y \$0,22 RECEPCION	X
Respaldo Agenda	\$0,20 POR SINCRONIZACION	\$1,00 SEMESTRAL
BANCA MOVIL	0,15 TODAS LAS TRANS DESDE ADM CUENTAS , TRANSF , ETC..	X
TONOMANIA	\$1,08	X
VOICENOTE	\$0,08 CLARO A CLARO ; \$0,012 CLARO OTRAS	X

## 7.9.1 Tablas PVP, Costo Y Utilidad por evento.

SVA CON COSTO	PVP EVENTO MAS IVA	COSTO	UTILIDAD
MENSAJE MULTIMEDIA	\$0,13	\$0,10	\$0,03
MENSAJES DE TEXTO	\$0,06	\$0,05	\$0,01
MESENGER CLARO /	\$0,10	\$0,08	\$0,023
MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	\$0,08	\$0,02
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	\$1,53	\$0,46
SMS LDI	\$0,10	\$0,08	\$0,02
INTERNET MOVIL POSTPAGO	\$0,10	\$0,08	\$0,02
INTERNET MOVIL PPA	\$0,112	\$0,09	\$0,03
INTERNET NETBOOK	\$0,100	\$0,08	\$0,02
BANDA ANCHA POSTPAGO	\$0,112	\$0,09	\$0,03
BANDA ANCHA PPA	\$0,112	\$0,09	\$0,03
BLACKBERRY PPA	\$0,112	\$0,09	\$0,03
OFICINA MOVIL/TABLET	\$0,100	\$0,08	\$0,02
VIDEOLLAMADA POSTPAGO	\$0,20	\$0,15	\$0,05
VIDEOLLAMADA PPA	\$0,35	\$0,27	\$0,08
MOVILCAM	\$0,20	\$0,15	\$0,05
PASATIEMPO POSTPAGO RECEPCION	\$0,11	\$0,08	\$0,03
PASATIEMPO POSTPAGO ENVIO	\$0,03	\$0,02	\$0,01
PASATIEMPO PPA RECEPCION	\$0,22	\$0,17	\$0,05
PASATIEMPO PPA ENVIO	\$0,07	\$0,05	\$0,02
RESPALDO DE AGENDA	\$0,20	\$0,15	\$0,05
BANCA MOVIL	0,15	\$0,12	\$0,03
TONOMANIA	\$1,08	\$0,83	\$0,25
VOICENOTE	\$0,08	\$0,06	\$0,02
ROAMING POST PAGO VOZ CONTINENTE AMERICANO MB ADICIONAL DATOS	\$2,49	\$1,92	\$0,57
ROAMING POST PAGO VOZ RESTO DEL MUNDO MB ADICIONAL DATOS	\$6,99	\$5,38	\$1,61
ROAMING POST PAGO SMS ENVIADO RESTO DEL MUNDO	\$0,40	\$0,31	\$0,09
ROAMING POST PAGO SMSRECIBIDO RESTO DEL MUNDO	\$0,25	\$0,19	\$0,06
ROAMING POST PAGO MMS ENVIADO RESTO DEL MUNDO	\$0,80	\$0,62	\$0,18
ROAMING POST PAGO MMS RECIBIDO RESTO DEL MUNDO	\$0,45	\$0,35	\$0,10
ROAMING POST PAGO DATOS 10 MB RESTO DEL MUNDO	\$14,99	\$11,53	\$3,46
ROAMING POST PAGO SMS ENVIADO CONTINENTE AMERICANO	\$0,30	\$0,23	\$0,07
ROAMING POST PAGO MMS ENVIADO CONTINENTE AMERICANO	\$0,80	\$0,62	\$0,18
ROAMING POST PAGO MMS RECIBIDO CONTINENTE AMERICANO	\$0,45	\$0,35	\$0,10
ROAMING PPA SMS ENVIADO	\$0,25	\$0,19	\$0,06

## 7.9.2 Tabla PVP, Costo Y Utilidad por paquete.

SVA CON COSTO	PVP PAQUETES MAS IVA	COSTO	UTILIDAD
MENSAJE MULTIMEDIA 20 MMS	\$2,99	2,30	\$0,69
MENSAJE MULTIMEDIA 50 MMS	\$6,99	5,38	\$1,61
MENSAJES DE TEXTO POR COBRAR	\$0,10	0,08	\$0,02
SMS PERSONALIZADOS/ SMS PLUS	\$1,99	1,53	\$0,46
RESPALDO DE AGENDA	\$1,00	0,77	\$0,23
INTERNET MOVIL POSTPAGO 30 MB	\$9,99	7,68	\$2,31
INTERNET MOVIL POSTPAGO 60 MB	\$14,99	11,53	\$3,46
INTERNET MOVIL POSTPAGO 1000 MB	\$19,99	15,38	\$4,61
INTERNET MOVIL POSTPAGO 2000 MB	\$29,99	23,07	\$6,92
INTERNET MOVILPOSTPAGO 3000 MB	\$39,99	30,76	\$9,23
INTERNET MOVIL POSTPAGO 5000 MB	\$49,99	38,45	\$11,54
INTERNET MOVIL/BANDA ANCHA PPA 1 DIA 100 MB	\$3,36	2,58	\$0,78
INTERNET MOVIL/BANDA ANCHA PPA 7 DIAS 500 MB	\$15,00	11,54	\$3,46
INTERNET MOVIL/BANDA ANCHA PPA 15 DIAS 1000 MB	\$25,00	19,23	\$5,77
BLACKBERRY PPA 1 DIA 3 MB	\$1,00	0,77	\$0,23
BLACKBERRY PPA 7 DIAS 500 MB	\$15,00	11,54	\$3,46
BLACKBERRY PPA 15 DIAS 1000 MB	\$25,00	19,23	\$5,77
BANDA ANCHA /OFC MOVIL/TABLET/ NETBOOKPOSTPAGO 1 DIA 100 MB	\$3,00	2,31	\$0,69
BANDA ANCHA /OFC MOVIL/TABLET/ NETBOOKPOSTPAGO 7 DIAS 500 MB	\$12,50	9,62	\$2,88
BANDA ANCHA /OFC MOVIL/TABLET/ NETBOOKPOSTPAGO 15 DIAS 1000 MB	\$19,00	14,62	\$4,38
LOCALIZADOR/	\$9,99	7,68	\$2,31
ASISTENCIA INMEDIATA/	\$3,00	2,31	\$0,69
PROTECCION DE EQUIPO GAMA MEDIA	\$3,99	3,07	\$0,92
PROTECCION DE EQUIPO GAMA ALTA	\$9,00	6,92	\$2,08
SEGURIDAD TOTAL BASICO 1G	3	2,31	\$0,69
SEGURIDAD TOTAL INTERMEDIO 5G	\$4,00	3,08	\$0,92
SEGURIDAD TOTAL PROFESIONAL ILIMITADO	\$7,00	5,38	\$1,62
VIDEOLLAMADA / MOVIL CAMPOSTPAGO	\$3,00	2,31	\$0,69
VIDEOLLAMADA / MOVIL CAMPOSTPAGO	\$5,99	4,61	\$1,38
VIDEOLLAMADA / MOVIL CAMPOSTPAGO	\$8,99	6,92	\$2,07
ROAMING POST PAGO SALIENTE -LOCAL CONTINENTE AMERICANO	\$1,20	0,92	\$0,28
ROAMING POST PAGO SALIENTE -ECUADOR CONTINENTE AMERICANO	\$1,50	1,15	\$0,35
ROAMING POST PAGO SALIENTE - INTERNACIONAL CONTINENTE AMERICANO	\$2,10	1,62	\$0,48
ROAMING POST PAGO ENTRANTE - LOCAL O INTERNACIONAL CONTINENTE AMERICANO	\$1,20	0,92	\$0,28
ROAMING POST PAGO DATOS 10 MB CONTINENTE AMERICANO	\$4,99	3,84	\$1,15
ROAMING POST PAGO DATOS 20 MB CONTINENTE AMERICANO	\$14,99	11,53	\$3,46
ROAMING POST PAGO DATOS 40 MB CONTINENTE AMERICANO	\$29,99	23,07	\$6,92
ROAMING POST PAGO DATOS 100 MB CONTINENTE AMERICANO	\$49,99	38,45	\$11,54
ROAMING POST PAGO DATOS 200 MB CONTINENTE AMERICANO	\$199,99	153,84	\$46,15
ROAMING POST PAGO SALIENTE -LOCAL RESTO DEL MUNDO	\$1,50	1,15	\$0,35
ROAMING POST PAGO SALIENTE -ECUADOR RESTO DEL MUNDO	\$2,10	1,62	\$0,48
ROAMING POST PAGO SALIENTE - INTERNACIONAL RESTO DEL MUNDO	\$2,10	1,62	\$0,48
ROAMING POST PAGO ENTRANTE - LOCAL O INTERNACIONALRESTO DEL MUNDO	\$1,50	1,15	\$0,35

ROAMING POST PAGO DATOS 10 MB RESTO DEL MUNDO	\$14,99	11,53	\$3,46
ROAMING POST PAGO DATOS 20 MB RESTO DEL MUNDO	\$49,99	38,45	\$11,54
ROAMING POST PAGO DATOS 40 MB RESTO DEL MUNDO	\$99,99	76,92	\$23,07
ROAMING POST PAGO DATOS 100 MB RESTO DEL MUNDO	\$199,99	153,84	\$46,15
ROAMING POST PAGO DATOS 200 MB RESTO DEL MUNDO	\$999,99	769,22	\$230,77
ROAMING PPA SALIENTE -LOCAL- INTERNACIONAL (TODAS) CONTINENTE AMERICANO	\$1,99	1,53	\$0,46

## 8. CAPITULO VIII GLOSARIO

**Banca Movil:** Servicio a la banca ( convenio por el momento con el Bco Gye) sin acceso al internet.

**Banda Ancha: broadband:** Se refiere a la transmisión de datos en el cual se envían simultáneamente varias piezas de información, con el objeto de incrementar la velocidad de transmisión efectiva. En ingeniería de redes este término se utiliza también para los métodos en donde dos o más señales comparten un medio de transmisión.

**Bluetooth:** Norma que define un estándar global de comunicación inalámbrica que posibilita la transmisión de voz y datos entre diferentes equipos mediante un enlace por radiofrecuencia. La frecuencia de radio con la que trabaja está en el rango de 2.4 a 2.48 Ghz.

**Browser: Navegador web:** Software que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto, comúnmente descritos en HTML, desde servidores web de todo el mundo a través de Internet.

**Casillero de Voz:** Este servicio contesta y guarda todos los mensajes que tus contactos dejen cuando no estás disponible, tienes tu CLARO apagado, te quedaste sin batería o estas fuera del área de servicio.

**Conferencia múltiple:** habla al mismo tiempo hasta con 6 personas, solo marca el primer número CLARO al que quieras llamar, deja en espera esta llamada y llama a los siguientes.

**Copia de seguridad (BACKUP):** Hacer una copia de seguridad o copia de respaldo (backup en inglés, el uso de este anglicismo está ampliamente extendido) se refiere a la copia de datos de tal forma que estas copias adicionales puedan restaurar un sistema después de una pérdida de información.

**EDGE: Enhanced Data rates for GSM Evolution:** EDGE es el acrónimo para Enhanced Data rates for GSM Evolution (Tasas de Datos mejorada para la evolución de GSM). También conocida como EGPRS (Enhanced GPRS). Es una tecnología de la telefonía móvil celular que actúa como puente entre las redes 2.5G y 3.5G.

**GPRS: General Packet Radio Service:** Es la generación 2.5, entre la segunda generación (GSM) y la tercera (UMTS). Proporciona altas velocidades de transferencia de datos (útil para conectar a internet) y se utiliza en las redes GSM. Es una modificación de la forma de transmitir datos en una red GSM a la conmutación de paquetes

**GPS: Global Positioning System:** Sistema de Posicionamiento Global, Sistema de navegación mundial por radio desarrollado por el Departamento de Defensa de EE.UU. Además de sus aplicaciones militares se usa mucho en navegación marina y terrestre. El GPS funciona mediante una red de 24 satélites (21 operativos y 3 de respaldo) en órbita sobre el globo a 20.200 Km. con trayectorias sincronizadas para cubrir toda la superficie de la tierra.

**GSM: Global System for Mobile communications** Sistema Global para las Comunicaciones Móviles, anteriormente conocida como "Group Special Mobile" (GSM, Grupo Especial Móvil) es un estándar mundial para teléfonos móviles digitales. El estándar fue creado por la CEPT y posteriormente desarrollado por ETSI como un estándar para los teléfonos móviles europeos, con la intención de desarrollar una normativa que fuera adoptada mundialmente. El estándar es abierto, no propietario y evolutivo.

**JavaScript:** Lenguaje interpretado orientado a las páginas web, con una sintaxis semejante a la del lenguaje Java.

**Juegos:** descarga de juegos para ser utilizados en el dispositivo móvil de modo individual, o en grupo on-line o vía conexiones Bluetooth. El teléfono debe estar equipado para ejecutar tanto los juegos disponibles en el aparato, como los juegos descargados y adicionalmente tener conexión Bluetooth o de datos para acceso a Internet (por ejemplo: EDGE, EVDO o 3G). ).

**Llamada en espera:** no pierdas ningún contacto, mientras tengas una llamada activa si recibes una segunda recibirás una alerta de sonido durante esta, tú decides si contestas la segunda llamada.

**Localizador:** Un Sistema de Localización Multifuncional que te permitirá ubicar y monitorear lo que quieras desde la comodidad de tu empresa o domicilio con tu computador, mediante acceso a la web. Así también, podrás recibir información o alertas vía SMS mediante el acceso

**LTE (Long Term Evolution):** Es un nuevo estándar de la norma 3GPP. Definida para unos como una evolución de la norma 3GPP UMTS (3G) para otros un nuevo concepto de arquitectura evolutiva (4G). De hecho LTE será la clave para el despegue del internet móvil. Servicios como la transmisión de datos a más de 300 metros y videos de alta

definición, gracias a la tecnología OFDMA, serán de uso corriente en la fase madura del sistema.

**Mapas:** servicio ofrecido por otras empresas que proveen mapas en el celular, normalmente para la localización de direcciones y que permite identificar la ubicación de un usuario en el mapa cuando su dispositivo móvil dispone de un GPS incorporado

**Mensajes multimedia MMS:** una evolución de los conocidos mensajes de texto SMS en los que podrás incluir fotos o imágenes, video y texto en un sólo mensaje multimedia.

**Messenger Claro:** un servicio de mensajería instantánea que te permite chatear con tus amigos Claro desde tu celular o computadora.

**Mensajes de Texto SMS:** Este servicio permite el envío y recepción de mensajes de texto entre los celulares Claro dentro de nuestra cobertura. La capacidad de envío es de 160 caracteres por mensaje.

**Mi claro:** Claro es el portal de auto atención que Claro pone a tu disposición para que puedas efectuar todas tus operaciones y consultas en línea, desde la comodidad de tu casa, oficina o donde prefieras. Mi Claro está disponible en versión web y en versión móvil, así podrás realizar tus operaciones desde tu PC o desde tu equipo celular.

**MovilCam:** Cámara especial 3G que permite la recepción de video llamadas. La cámara tiene altavoz integrado para que puedas hablar con la persona que estas viendo. Foco Infrarrojo para lugares con poca luz. Permite la incorporación de tarjetas Micro SD de hasta 2 GB para que puedas almacenar lo que estas viendo. El primer número que realice el video llamado se lo considera administrador del equipo. Contesta la video llamada automáticamente. El número administrador puede añadir hasta 20 números adicionales para que puedan realizar video llamadas a la cámara. Permite envío y recepción de SMS

**Módem:** Modulador/demodulador, permite la transmisión de un flujo de datos digitales a través de una señal analógica.

**Pasatiempo:** podrás compartir tu saldo para que tus amigos y/o familia puedan estar siempre comunicados contigo. Este servicio te permite compartir desde \$1 hasta \$9 por cada ocasión en que lo uses, hasta completar 10

**Quién Llamó?:** servicio disponible para clientes Postpago CLARO, este servicio almacena tus contactos cuando no estás disponible, tienes tu CLARO apagado, te quedaste sin batería o estas fuera del área de servicio, cuando vuelvas a estar disponible recibirás un SMS con los números que te llamaron y no dejaron mensajes en tu Casillero de Voz.

**Quieren llamarte:** este servicio de CLARO permite a nuestros clientes cuando no dispongan de saldo activo pedirle a otro que le devuelva la llamada. Los medios

disponibles para usar este servicio son SMS y USSD: Para usarlo vía SMS envía el número CLARO que necesitas que devuelva la llamada al 444. Ej.: 093138942 al 444

**PPA:** siglas de PREPAGO o servicio pre pagado

**Red inalámbrica:** Comunicación sin cables, usando frecuencias de radio u ondas infrarrojas. Algunas de las técnicas utilizadas en las redes inalámbricas son: infrarrojos, microondas, láser y radio.

**Redes Sociales:** son servicios que incluyen todos los elementos necesarios para permitir el acceso a redes sociales como My Space, Twitter, Facebook u otras mediante el dispositivo móvil. El acceso a la red social puede realizarse mediante el navegador del celular (browser) o a través de una aplicación específica para ser fin provisto por las operadoras u otras empresas.

**Respaldo Agenda:** es un servicio que te permite guardar tus contactos almacenados en la SIM (chip Claro) para que puedas recuperarlos si en algún momento pierdes tu chip.

**Ring tones:** descarga de archivos de audio para ser utilizados como tono de llamada del celular. El dispositivo debe ser equipado para reproducir varios formatos de tono como MP3, AAC, MP4, WAV, entre otros.

**Imágenes:** descarga de imágenes y fotos para ser mostradas en el móvil. El teléfono debe poder aceptar fotos e imágenes en formatos JPG, GIF, entre otros.

**Router:** Enrutador o encaminador. Nodo de una red TCP/IP que se encarga de la conexión con otras redes, efectuando funciones de encaminamiento, filtrado, etc.

**Roaming Mundial LDI:** Pensando en la comodidad de los clientes que viajan al extranjero, CLARO ofrece el servicio de Roaming Mundial, con el que podrás hacer y recibir llamadas en tu misma línea cuando te encuentres fuera del país. Utilizando tecnologías como GSM y 3G, el servicio de Roaming Mundial es una importante herramienta de comunicación de voz en tus viajes de negocio o placer para estar siempre en contacto con un mismo número a nivel mundial.

**Seguridad Claro:** es una solución exclusiva para clientes de Claro que brinda un efectivo sistema de seguridad de la marca McAfee para proteger tu computadora contra las amenazas de Internet.

**Servicio de datos:** Banda ancha, netbook, tablets, internet móvil; internet fijo.

**Smartphone:** (Teléfono inteligente en español) es un dispositivo electrónico que funciona un teléfono celular con características similares a las de un computador personal. Casi todos los teléfonos inteligentes son celulares que soportan completamente un cliente de correo electrónico con la funcionalidad completa de un organizador personal. Una

característica importante de casi todos los teléfonos inteligentes es que permiten la instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. Estas aplicaciones pueden ser desarrolladas por el fabricante del dispositivo, por el operador o por un tercero. El término "Inteligente" hace referencia a cualquier interfaz, como un teclado QWERTY en miniatura, una pantalla táctil, o simplemente el acceso seguro al correo electrónico de una compañía, como el provisto por un BlackBerry.

**Streaming:** Es la distribución de multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga. La palabra streaming se refiere a que se trata de una corriente continua (sin interrupción). Este tipo de tecnología funciona mediante un búfer de datos que va almacenando lo que se va descargando para luego mostrarse al usuario.

**Software:** Es el conjunto de los programas de cómputo, procedimientos, reglas, documentación y datos asociados que forman parte de las operaciones de un sistema de computación.

**SVA:** Servicios de Valor Agregado.

**Tablet:** Es un tipo de computadora portátil con la que se puede interactuar a través de una pantalla táctil o multitáctil; el usuario puede utilizar una pluma stylus o los dedos, sin necesidad de teclado físico ni ratón.

**Tecnología :** Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

**TDMA:** Time Division Multiple Access Tecnología inalámbrica de segunda generación que brinda servicios de voz y datos, la cual distribuye las unidades de información en alternantes slots de tiempo proporcionando acceso múltiple a un reducido número de frecuencias.

**Transferencia de llamadas:** dirige automáticamente las llamadas de tu CLARO a cualquier número telefónico convencional o celular que elijas. Siempre podrás contestar tus llamadas aunque tu teléfono se encuentre descargado o fuera del área de servicio.

Tono de espera: un servicio de suscripción mensual que permite a los clientes Claro móviles sustituir el tradicional sonido de espera que escuchan quienes los llaman, por un tono divertido y origina

**UMTS: Universal Mobile Telecommunications System:** Sistema de telecomunicaciones móviles de tercera generación, que evoluciona desde GSM pasando por GPRS hasta llegar

a WCDMA (Wide Code Division Multiple Access), heredada de la tecnología militar. La principal ventaja consiste en que la señal se expande en frecuencia gracias a un código de ensanchado que sólo conocen el emisor y el receptor.

**USB: Universal Serial Bus:** Interfaz que provee un estándar de bus serie para conectar dispositivos a un ordenador personal, se pueden conectar un poco menos de 127 dispositivos a un solo servidor.

**Video llamada 3.5g:** Este servicio permite a todos los clientes CLARO con equipos 3.5G hacer llamadas de video, además de escuchar podrás ver a la persona con la que te estás comunicando, todo en tiempo real.

**Video:** descarga de videos o streaming para ser reproducidos en el dispositivo. El dispositivo debe tener capacidad para reproducir los videos descargados (Download) o en streaming. El terminal debe poder aceptar formatos como 3GP, MP4, WMV, AVI, entre otros

**WAP: Wireless Application Protocol** Protocolo de aplicaciones inalámbricas, estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, p.ej. acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil. Se trata de la especificación de un entorno de aplicación y de conjunto de protocolos de comunicaciones para normalizar el modo en que los dispositivos inalámbricos, se pueden utilizar para acceder a correo electrónico, grupo de noticias y otros.

**WCDMA:** Wideband Code Division Múltiple Access (en español Acceso múltiple por división de código de banda ancha) es una tecnología móvil inalámbrica de tercera generación que aumenta las tasas de transmisión de datos de los sistemas GSM.

**WEB:** El sistema de documentos (o webs) interconectados por enlaces de hipertexto, que se ejecutan en Internet

**Wi-Fi o WiFi:** Conjunto de estándares para redes inalámbricas basado en las especificaciones IEEE 802.11. Wi-Fi se creó para ser utilizada en redes locales inalámbricas, pero es frecuente que en la actualidad también se utilice para acceder a Internet.

**3.5G: Tercera Generación o 3.5G:** Los servicios asociados con la tercera generación proporcionan la posibilidad para transferir tanto voz y datos (una llamada telefónica) y datos no-voz (como la descarga de programas, intercambio de correo-e, mensajería instantánea, video conferencia, etc.).

## 9. CAPITULO VIII BIBLIOGRAFIA

- Pagina web de Claro  
[www.claro.com](http://www.claro.com)
- Empresa Consultora "Planning.  
[Www.planning.com.co/bd/archivos/Junio2009.pd](http://Www.planning.com.co/bd/archivos/Junio2009.pd)
- Union Internacional Telecomunicaciones  
[http://www.itu.int/aboutitu/strategic\\_plans/99-03/trends-es.html](http://www.itu.int/aboutitu/strategic_plans/99-03/trends-es.html)
- Historia del celular  
[minos.wikispaces.com/historia del celular](http://minos.wikispaces.com/historia%20del%20celular)
- Importancia de la tecnología  
[www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com). Tecnología
- Evolución de la comunicación  
[es.scribd.com/doc](http://es.scribd.com/doc).
- Cámara informática y Comunicaciones de la Argentina.  
[www.cicomra.org.ar/cicomra2/](http://www.cicomra.org.ar/cicomra2/)
- Pagina web American Móvil  
<http://www.americamovil.com/amx/en>
- SUPTEL, Súper Intendencia de Telecomunicaciones  
<http://www.supertel.gob.ec/>
- Secretaria Nacional de Telecomunicaciones  
[http://www.conatel.gob.ec/site\\_conatel/](http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/)
- Sector de las Telecomunicaciones en Ecuador,  
[http://www.itu.int/ITU-D/finance/wor\\_cost-tariffs/events/tariff-seminars/paramaribo-04/country-presentation-ecuador-sp.pds](http://www.itu.int/ITU-D/finance/wor_cost-tariffs/events/tariff-seminars/paramaribo-04/country-presentation-ecuador-sp.pds)









