

DESARROLLO EMPRESARIAL TELEVISIÒN E INTERNET IP

CAROLINA SANCHEZ URIZA

ANDRÉS FELIPE HERNANDEZ FERNÀNDEZ

GIMENA INES MOLINA VANEGAS



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)

Bogotá D.C.

2019

DESARROLLO EMPRESARIAL TELEVISIÓN E INTERNET IP

CAROLINA SANCHEZ URIZA

ANDRÉS FELIPE HERNANDEZ FERNÁNDEZ

GIMENA INES MOLINA VANEGAS

ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE:

OSCAR JAVIER MORENO MARTINEZ



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)

Bogotá D.C.

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción-----	04
2. Justificación-----	05
3. Desarrollo de la matriz Estratégica -----	06
3.1 Razón Social -----	06
3.2 Logo-----	06
3.3 Lema -----	07
3.4 Descripción de negocio -----	07
3.5 Equipo e Insumos -----	08
4. Misión-----	09
5. Visión-----	09
6. Objetivo General-----	09
7. Objetivos Específicos-----	10
8. Análisis STAKEHOLDER-----	10
8.1 Identificación de las necesidades del stakeholder (hipótesis) -----	11
8.2 Identificación de beneficios y expectativas de resultados del stakeholder (Hipótesis)-----	11
8.3 Identificación de soluciones actuales (hipótesis) -----	12
8.4 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones (hipótesis) -----	12
9. Mercado TAM, SAM, SOM -----	13
10. Matriz Pestel -----	14
10.1. Análisis de Pestel -----	14
10.1.1 Legislación -----	14
10.1.2 Políticas -----	15
10.1.3 Económicos -----	15
10.1.4 Ecología -----	15
10.1.5 Tecnología -----	16
10.1.6 Socio Culturales -----	16
11. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter-----	16
12. Matriz de análisis de campos de fuerzas-----	17
13. Matriz DOFA-----	17
14. Matriz de Despliegue estratégico Generativa-----	18
15. Cadena de Valor-----	19
16. Estrategia Competitiva-----	20
17. Conclusiones-----	21
18. Bibliografía-----	22

Introducción

XAC servicios se creó en base a una oportunidad de mejorar la cobertura de servicio que consiste en TV IP damos a conocer los beneficios que ofrecemos a muchos usuarios, diferentes a nuestra competencia, son llevados a cabo por ordenadores que están permanentemente conectados a la red.

Este trabajo investigativo se hace en base a la necesidad y economía de nuestra población de estratos bajos, hoy en día estar desconectado significa ser excluido de oportunidades para aprender y ganarse el sustento, de acceder a servicios valiosos ahora todos somos partícipes fundamentales, teniendo la posibilidad de generar contenidos. El mercado audiovisual está experimentando en los últimos años una reconversión particular debida a los nuevos desarrollos tecnológicos ligados a internet. Es un hecho comprobado que la Red ha revolucionado el panorama de los medios de comunicación tradicionales y les está obligando a investigar y desarrollar nuevas fórmulas de negocio ligadas necesariamente a la comunicación.

Se trata no tanto de evitar perder espectadores/lectores como de investigar nuevas formas de comunicación que son ya el futuro de una sociedad en red.

La competencia de la Red ha supuesto cambios no sólo en el negocio de los medios audiovisuales, y de la televisión en concreto, sino fundamentalmente en los hábitos y costumbres de la sociedad moderna frente al tradicional Principio del formulario televisor, ahora la pantalla del ordenador. Analizando esta actividad particular a través de la Red podremos decir que vamos hacia una televisión especializada y dirigida a un público individualizado, como el caso de los canales en plataformas. **NOSOTROS ELEGIMOS Y DECIDIMOS QUÉ QUEREMOS VER;** es una oportunidad de participar en el proceso de la comunicación.

Justificación

La presente idea de negocio surge con la necesidad de cubrir un servicio la cual las personas no tienen capacidad a un alto costo, adicional se hizo una investigación del cual se realiza con el fin de ofrecer una mejor cobertura las personas puedan adquirir un servicio de internet a un bajo costo y de excelente calidad, queremos lograr mejorar la experiencia del cliente al momento de realizar la adquisición del servicio, en el mercado con televisión IP, con esto el usuario puede acceder , y así mismo poder visualizar todo el contenido de comunicación que proporcione la red, desde cualquier parte y dispositivo con conexión a internet, ya que estas señales serán empaquetadas de tal forma que puedan transmitirse mediante el protocolo IP.

3. Desarrollo Matriz Estratégica:

3.1. Razón social:

xac Servicios son las iniciales de los tres socios y Servicios hace referencia a lo que prestamos.

3.2. Logo:



- ❖ Pantalla con las iniciales de los nombres de los socios.
- ❖ Agrupando los tres socios con la empresa
- ❖ Líneas wifi identifican el servicio del internet.

3.3. Lema:

“POR UN PAÍS SIN CABLES”

3.4. Descripción del negocio:

XAC SERVICIOS Somos una empresa enfocada en ofrecer servicios de televisión IP e internet ilimitado, decidimos crear el proyecto con el fin de llegar a los hogares colombianos a un bajo costo innovando con una identidad pública que ofrece paquete de canales de acuerdo a los canales que necesite el usuario.

Paquete de canales deportivos: win sports, fox sports, fox sports 2, fox sport 3, espn+, espn+2, espn+3.

Paquete de canales religiosos: tele amiga, tele vida, ewtn, cristo visión, María visión, aliento visión, sonrío tv, bethel.

Paquete de canales infantiles: Disney junior, cartonn network, toocast, discovey kids, baby tv, Disney xd, Disney channel, nick jn, nickitoons, nickelodeon.

Paquete de canales de novelas: tlnovelas, pasiones, gletiz, canal de las estrellas, mundo fox.

Paquete de canales variedades: dw, atel, hispan tv.

Paquete de canales series: inf,fx.fox,foxlife.

Paquete de canales musicales: mtv, htv, mi gente tv,mi kalle,rumba tv,tele nostalgia,canal 13

Paquete de canales documentales: Discovery, animalplanet, idt homeyhealth, discoveyturbo, national geographic, nat geo wild, TV agro.

Paquete de canales informativos y nacionales: cnn,cable noticias,telesur,caracol,rcn,canal capital,canal uno,citytv,señal institucional, canal congreso, señal Colombia, tele caribe,tele Antioquia, tele medellin,canal tro,tele pacifico, tele café, tele islas.

Paquete de canales de películas: tnt,space,tcm,studui universal, cine canal,the film zone,depelícula,syfy,Golden,cinema,tbs veryfunny,edge.

Internet de 4 megas ilimitado

Internet de 6 megas ilimitado

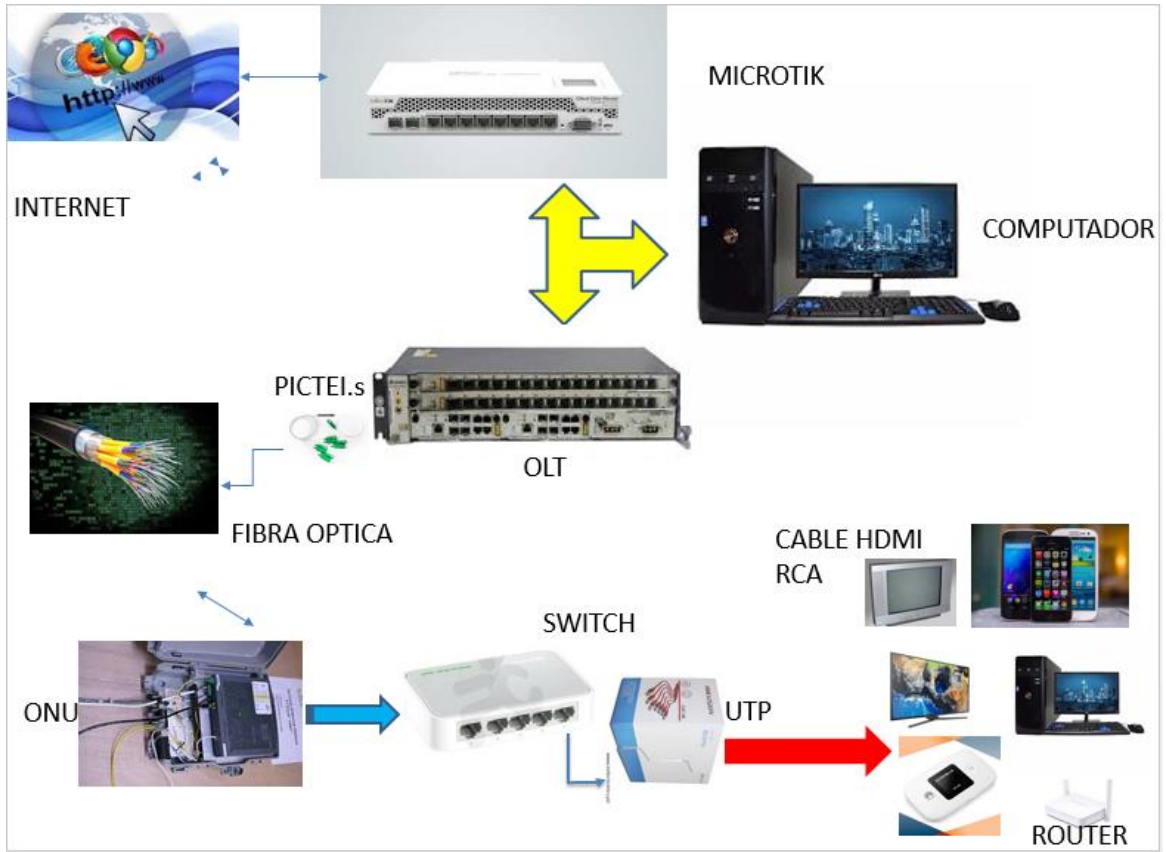
Internet de 10 megas ilimitado

Combos de internet y televisión

3.5 Equipos e Insumos:

-  Computador
-  Microtik
-  Pictel.s
-  Fibra Óptica
-  Olt
-  Onu
-  Switch
-  Utp
-  Cable HDMI RCA

Router



4. Misión:

Es llevar a todos los hogares colombianos la mejor propuesta en televisión, brindando alternativas asequibles con la mejor calidad, la mayor tecnología, procesos innovadores y el talento humano de todas las personas que hacen parte de nuestro equipo de trabajo. Siempre fieles a nuestra filosofía corporativa, conocer las necesidades de nuestros clientes para abrir espacios de diálogo y cooperación, llegando a principios de mutuo entendimiento y colaboración para prestar el mejor servicio de televisión por suscripción en Colombia.

5. Visión:

Para el 2022 tendremos una mejor propuesta asequible; para ser una de las empresas más destacadas en el sector de las telecomunicaciones en Colombia, llevando a sus usuarios la mejor programación, contenidos de calidad, tecnología de punta, innovación en procesos y como pilar principal, el calor humano que toda nuestra organización está comprometida a brindar a nuestros afiliados. Entablaremos relaciones dinámicas de alto impacto para que los usuarios vinculados a nuestro proyecto sientan estabilidad y sentido de pertenencia, a su vez brindaremos alternativas tecnológicas que faciliten los procesos de conectividad y comunicaciones en general.

6. Objetivos Generales

Analizar el entorno bajo los parámetros de las zonas especificadas para la cobertura de la televisión digital en un entorno basado en IP, así como los diferentes protocolos usados en las redes para la implementación de televisión por IP hacia nuestros usuarios.

7. Objetivos Específicos

- Brindar un servicio que no se están prestando.
- Enunciar los servicios que se implementan en la red.
- Explicarles a nuestros clientes la facilidad de obtener los servicios.

- Garantizar e identificar los parámetros que debe tener una red IP que soporte la televisión en alta definición y mejore la calidad del servicio y calidad de experiencia del usuario.
- Generar venta de nuestro servicio.

8. Análisis STAKEHOLDER

El mercado de nuestra Televisión IP e Internet, en este caso específico va dirigido a todas las personas de bajos recursos en el sur de Bogotá que la conforma por medio del uso de redes sociales.

8.1 Identificación de las necesidades del stakeholder (hipótesis):

El modelo de mercado que se estamos trabajando está catalogado como un mercado donde la persona que adquiere este beneficio personal e intransferible, nuestro modelo de trabajo se enfoca en garantizarle al cliente buen manejo de redes, así brindaremos comodidad, satisfacción personal y lo más importante clientes felices.

Necesidades externas (clientes):

- ✓ Contrato sin cláusulas de permanencia
- ✓ No reportes a Data crédito.
- ✓ Necesidades internas (socios XAC SERVICIOS):
- ✓ Solventar las necesidades (alimentación, vivienda, educación, vestuario, etc.) por medio de la retribución económica al vender nuestros servicios.

8.2 Identificación de beneficios y expectativas de resultado (hipótesis):

La finalidad del proyecto no es solo buscar un lucro personal el ideal es generar un beneficio a nuestra comunidad y que el usuario sepa que puede adquirir un servicio que le brinde alegría y satisfacción, a un precio económico y sin tanto papeleo cambiando la mentalidad de las personas generando confianza y crecimiento personal ya que en ocasiones por economía la vida pasa a un segundo plano sin darnos cuenta.

Beneficios externos (clientes):

- ✓ Economía
- ✓ Confianza
- ✓ Satisfacción
- ✓ Comodidad
- ✓ Seguridad

Beneficios internos (socios XAC SERVICIOS):

- ✓ Estabilidad económica
- ✓ Satisfacción personal.
- ✓ Autorrealización
- ✓ Desarrollo social

8.3 Identificación de soluciones actuales (hipótesis):

Como empresa nuestra visión es llegar al cliente final de una forma directa sin intermediarios ya que la adquisición de nuestros servicios manejados en un local comercial según nuestra sociedad, el canal por el cual nos enfocamos es el de las redes sociales y voz a voz el cual permite que el cliente tenga una interacción directa con nuestro catálogo de servicios y acceso a una persona capacitada que le puede brindar una información real acerca del uso de la Televisión IP e Internet y un manejo seguro de los mismos.

Soluciones:

- ✓ Servicios de calidad
- ✓ Satisfacción de necesidades de nuestros clientes.
- ✓ Tiempos establecidos para las instalaciones

8.4 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones (hipótesis):

XAC Servicios como formato de emprendimiento está enfocado al trabajo con las redes, fibras y aun que estas; son de amplio manejo, el mercado podría verse limitado por el tipo de usuarios al que se está accediendo y el formato de servicios que se están trabajando podrían generar una limitante en el volumen de clientes.

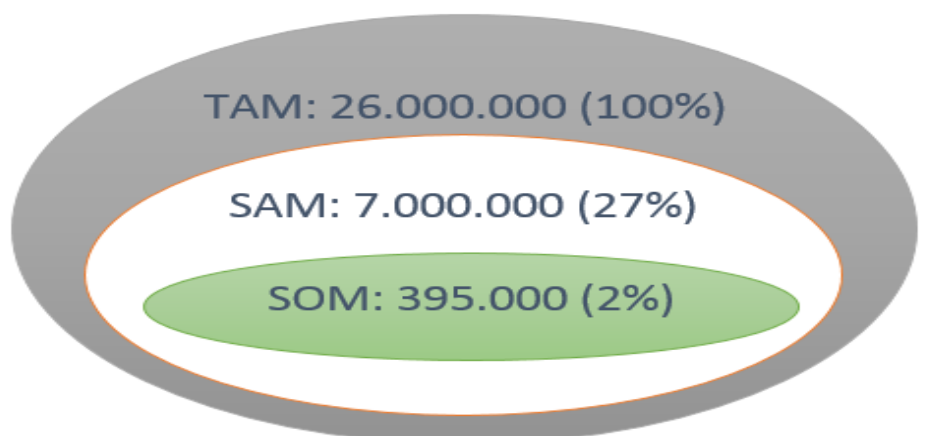
Inconformidades:

- ✓ Precio
- ✓ Tiempo de Instalaciones
- ✓ Confiabilidad

9. Mercado TAM, SAM, SOM:

Variables:

- ✓ 18 años a 62 años de edad.
- ✓ Comunidad nivel 1,2 y 3
- ✓ Ciudad Bogotá
- ✓ Usuarios red social Facebook (constantes) y voz a voz.



TAM, SAM, SOM

➤ **TAM**

26.000.000 hombres y mujeres de Colombia utilizan las redes sociales en especial Facebook y voz a voz.	Universo total, oportunidad global de negocio, en el momento que el negocio llegue a su máximo auge en producción y rentabilidad.	Fuente: Internet Economy
--	---	--------------------------

➤ **SAM**

7.000.000 hombres y mujeres de todas las tendencias sexuales, en la ciudad de Bogotá utilizan las redes sociales en especial Facebook.	Mercado al cual podemos servir con nuestra tecnología y modelo de negocio actual.	Fuente: Internet
--	---	------------------

➤ **SOM**

395.000 hombres y mujeres comunidad nivel 1,2 y 3, en el sur de Bogotá utilizan las redes sociales en especial Facebook y voz a voz.	Mercado que podemos capturar acorde a nuestros recursos actuales y la necesidad del cliente	Fuente: Instituto de estudios urbanos
--	---	---------------------------------------

10. Matriz Pestel:



10.1 Análisis de Pestel:

10.1.1 Legislación:

- [Ley 1258 de 2008 - Cámara de Comercio de Bogotá](#)
- Ley 863 del 28 de diciembre de 2003

10.1.2. Políticas:

- MINTIC
- ANTV
- RTVC
- SIC
- EN TI CONFIO

10.1.3 Económicos:

- Precio del dólar
- Aumento del IVA

10.1.4 Ecología:

- Decreto número 2331 de 2007
- Cero papel en la Administración Pública.

10.1.5 Tecnología:

- La TIC Importancia de Nueva Tecnología

10.1.6 Socio Culturales:

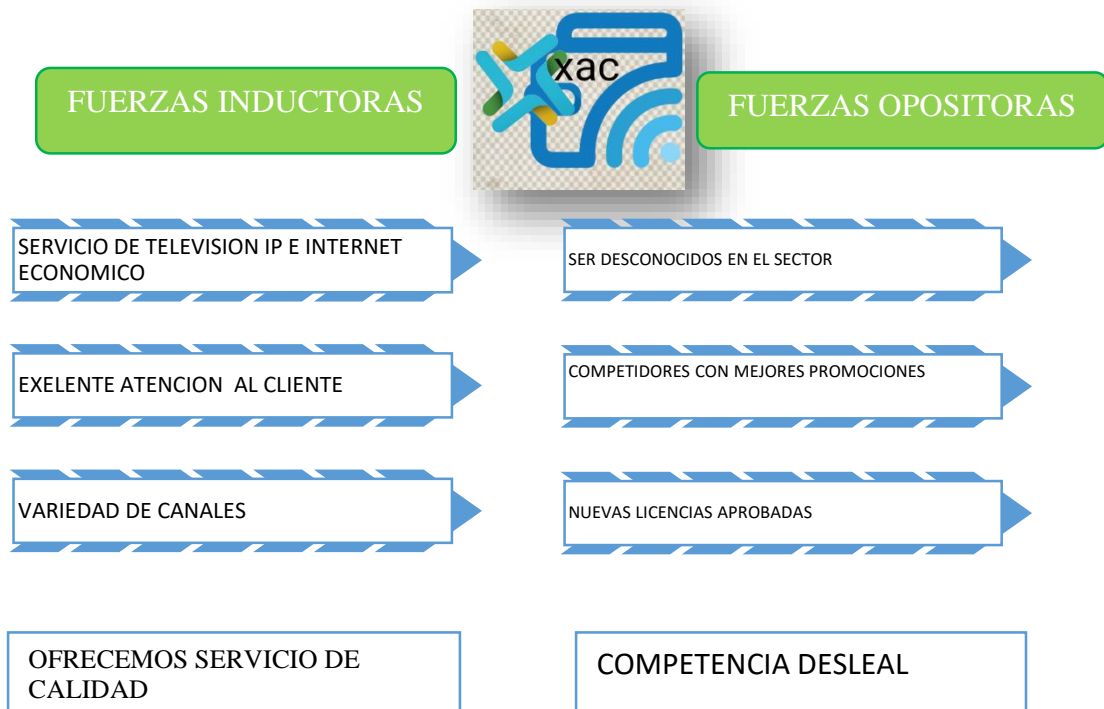
- Avance en el nivel poblacional.
- Cambios de servicios.

11. Matriz Poster:



- Amenaza de nuevos competidores entrantes
- Nuevas licencias de telecomunicaciones.
- Poder de negociación de los proveedores
- Accesibilidad a los servicios que ofrecemos
- Rivalidad entre los competidores
- Varias empresas que ofrecen el mismo servicio.
- Poder de negociación de los compradores
- Excelentes servicios a un bajo costo
- Amenaza de servicios sustituidos
- Precios bajos en el mercado.

11.1 Campos de las Fuerzas Porter:



12. Matriz Dofa:

	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -DANDONOS A CONOCER CON ESTA AGENCIA COMERCIAL, QUEREMOS MAS ADELANTE HACER CONTRATO CON NUESTROS PROVEEDORES PARA ABRIR MAS AGENCIAS A NIVEL NACIONAL -LOGRAR SOSTENER NUESTROS SERVICIOS EN EL MERCADO. 	<p>AMENAZAS</p> <p>NUEVAS LICENCIAS AUTORIZADAS EN EL MERCADO CON CAPACIDAD DE OFRECER LOS MISMOS SERVICIOS A UN COSTO MAS BAJO QUE EL DE NUESTRA AGENCIA.</p>
	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -SERVICIO DE TELEVISION IP E INTERNET ECONOMICO. -EXELENTE ATENCION AL CLIENTE -VARIEDAD DE CANALES -OFRECEMOS SERVICIOS DE CALIDAD 	<p>ESTRATEGIA FO</p> <ul style="list-style-type: none"> -HACER PROMOCIONES CONSTANTEMENTE -UTILIZAR DIFERENTES MEDIOS DE PUBLICIDAD -OFRECER MEJORES PLANES DE TELEVISION E INTERNET
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -SER DESCONOCIDOS EN EL SECTOR -COMPETIDORES CON MEJORES PROMOCIONES. -NUEVAS LICENCIAS APROBADAS -COMPETENCIA DESLEAL 	<p>ESTRATEGIA DO</p> <ul style="list-style-type: none"> -DAR A CONOCER NUESTRA AGENCIA EN TODA LA -LOCALIDAD DE BOSA Y A NIVEL NACIONAL CONTRATAR PERSONAL CON EXPERIENCIA EN EL AREA ENCARGADA. 	<p>ESTRATEGIA DA</p> <ul style="list-style-type: none"> -COMPRA DE EQUIPOS DE TECNOLOGIA AVANZADA -TENER REDES DE(FIBRA OPTICA Y CABLE UTP) -HACER MANTENIMIENTOS A DIARIOS EN LA BABECERA Y EN LAS REDES(POTENCIAS ADECUADAS , MEDICION DE CANALES Y TEST DE VELOCIDAD EN EL INTERNET).

12.1 Oportunidades:

- Dándonos a conocer con esta agencia comercial, queremos más adelante hacer contrato con nuestros proveedores para abrir más agencias a nivel nacional
- Lograr sostener nuestros servicios en el mercado.

12.2 Amenazas:

- Nuevas licencias autorizadas en el mercado con capacidad de ofrecer los mismos servicios a un costo más bajo que el de nuestra agencia.

12.3 Fortalezas:

- Servicio de televisión IP e internet económico.
- Excelente atención al cliente
- Variedad de canales
- Ofrecemos servicios de calidad

12.4 Debilidades:

- Ser desconocidos en el sector
- Competidores con mejores promociones.
- Nuevas licencias aprobadas
- Competencia desleal

12.2.2 Estrategias Matriz DOFA

12.2.1 Estrategia FO:

- Hacer promociones constantemente
- utilizar diferentes medios de publicidad
- Ofrecer mejores planes de televisión e internet

12.2.2 Estrategia FA:

- Capacitar el personal para ofrecer un mejor servicio en instalaciones, atención al cliente, manejo de información.
- Mantener alta calidad en los servicios.

12.2.3 Estrategia DO:

- Dar a conocer nuestra agencia en toda la

- Localidad de bosa y a nivel nacional
- Contratar personal con experiencia en el área encargada.

12.2.4 Estrategia DA:

- Compra de equipos de tecnología avanzada
- Tener redes de(fibra óptica y cable utp)
- Hacer mantenimientos a diarios en la **cabecera** y en las redes (potencias adecuadas, medición de canales y test de velocidad en el internet).

13. Cadenas de Valor:



13.1 Proveedores: son los encargados de suministrar los servicios de internet y televisión.

13.2 Colaboradores: Es el personal encargado de instalar, vender, atender, activar y mantener las redes.

13.3 Distribuidores: el medio por el cual entregan los servicios.

13.4 Marketing: Manejo De Publicidad Auditiva, Redes Sociales, Pagina Web y Publicidad Puerta A Puerta.

13.5 Consumidores: Abarcar Clientes De Diferentes Edades Y Estratos Sociales

14. Estrategia Competitiva:

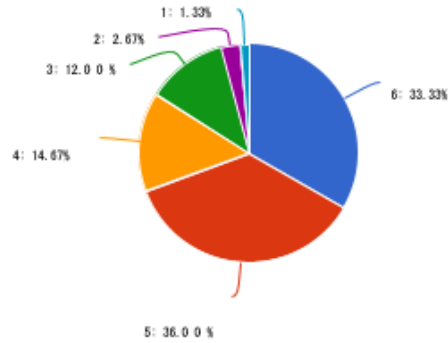
- Análisis en la zona Séptima de Bosa (Barrios visitados 5) Bosa Laureles, Bosa las Margaritas, Bosa Humberto Valencia, Bosa Islandia, Bosa Esperanza.



xac servicios

1 En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante".

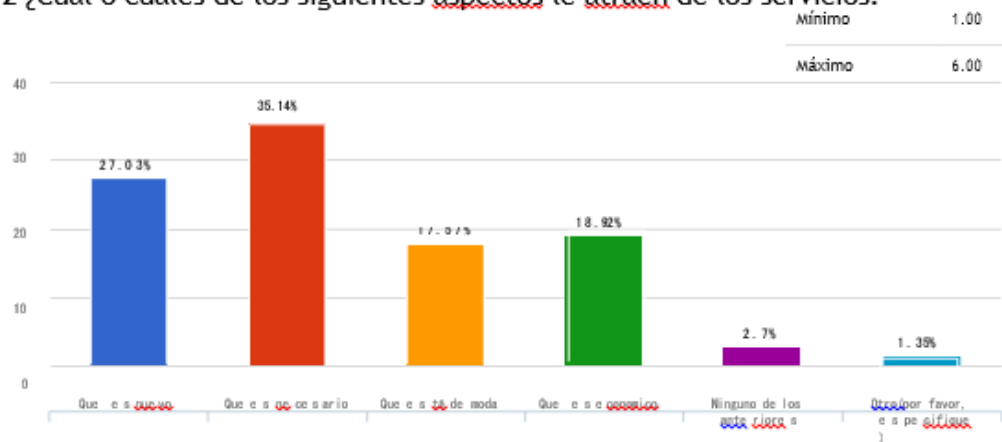
¿Cómo de interesante es tener televisión IP e internet en tu casa?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
6	33.33%	25	Total de participantes 75
5	36.00%	27	Suma 361.00
4	14.67%	11	Promedio 4.81
3	12.00%	9	Desviación estándar
2	2.67%	2	
1	1.33%	1	
Total de respuesta			75

Análisis: evidenciamos que la gente le parece agradable el servicio de televisión IP e interesante para su hogar siendo 5 la calificación que más respondieron los participantes de la encuesta y entendemos que es un servicio casi público que todos necesitan.

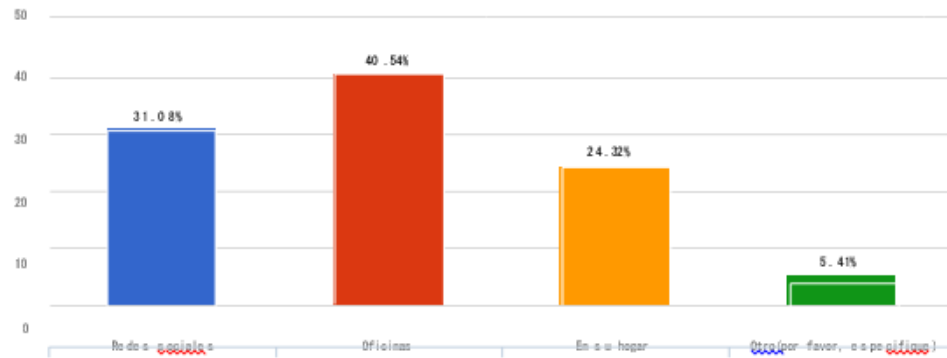
2 ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen de los servicios?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadística
Que es nuevo	27.03%	20	Total de Participantes: 74 Suma: 0.00 Promedio: 0.00 Desviación estándar: 0.00 Mínimo: 0.00 Máximo: 0.00
Que es necesario	35.14%	26	
Que está de moda	17.57%	13	
Que es económico	18.92%	14	
Ninguno de los anteriores	2.70%	2	
Otro (por favor, especifique)	1.35%	1	
Total de respuesta		74	

Análisis: en esta pregunta pudimos comprobar la necesidad de la sociedad de tener servicios de televisión e internet, donde un 35.14% de los participantes de la encuesta escogieron la opción por necesidad y las segunda opción que más respondieron con 27.03% que es nuevo con esto evidenciamos la parte innovadora del servicio llama la atención.

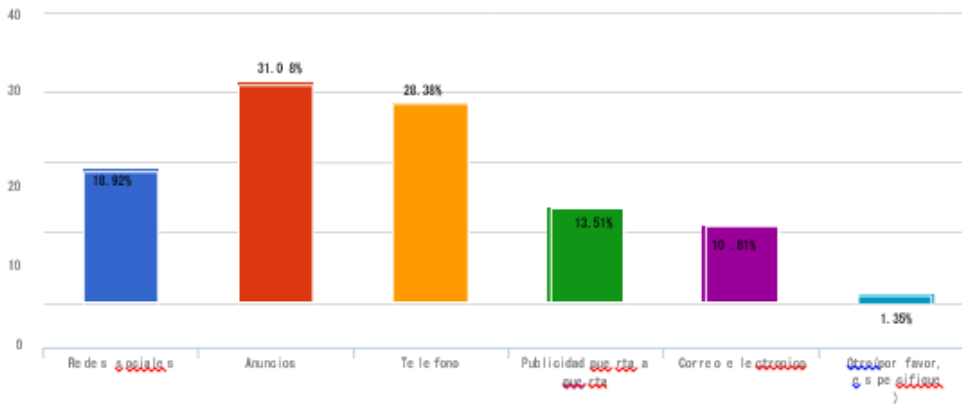
3 ¿En qué lugar le gustaría poder contratar el servicio?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Redes sociales	31.08%	23	Total de participantes 74 Suma 0.00 Promedio 0.00 Desviación estándar 0.00 Mínimo 0.00 Máximo 0.00
Oficinas	40.54%	30	
En su hogar	24.32%	18	
Otro (por favor, especifique)	5.41%	4	
Total de respuestas		74	

Análisis: en esta ocasión con un 40.54 % oficinas es la respuesta más escogida por los participantes tomamos esta pregunta como referencia para poder sectorizar nuestro negocio acertadamente y ubicando oficinas en diferentes puntos nos atraería más clientes y con un 24.3% las redes sociales ocupan la segunda respuesta más escogida y evidenciamos que las redes sociales son una parte publicitaria clave para crecer nuestras ventas de servicios.

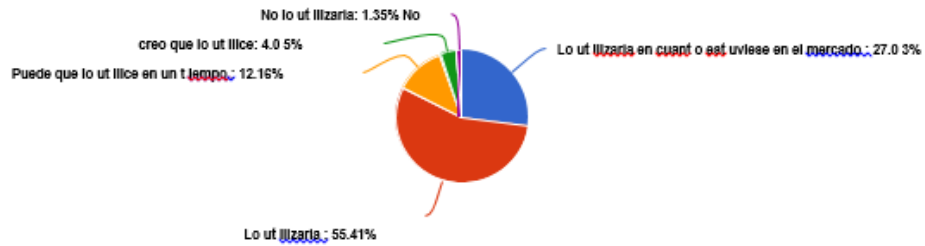
4 ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre nuestros servicios



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Redes sociales	18.92%	14	Total de participantes 74
Anuncios	31.08%	23	Suma 0.00
Teléfono	28.38%	21	Promedio 0.00
Publicidad puerta a puerta	13.51%	10	Desviación estándar 0.00
Correo electrónico	10.81%	8	Mínimo 0.00
Otro (por favor, especifique)	1.35%	1	Máximo 0.00
Total de respuesta		74	

Análisis: anuncios con un 31.08% es el más respondido por los participantes nos damos cuenta que es una forma muy creativa porque nos da la posibilidad de moldear nuestros anuncios para llamar la atención de los clientes, por teléfono es la segunda opción más escogida con un 28.38 % los participantes prefieren tener a la mano y en tiempo real la información.

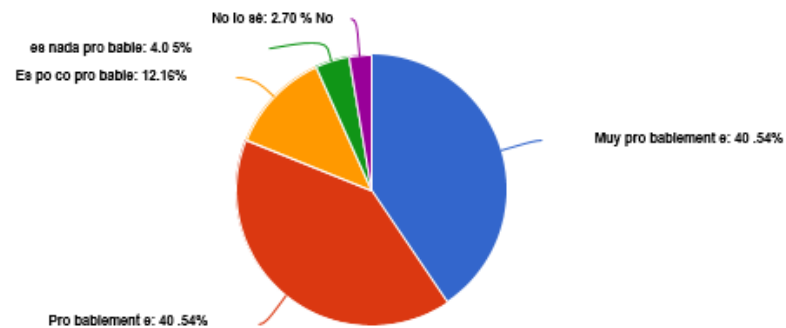
5. Partiendo de la base que el precio de este servicio le pareciera aceptable ¿Qué probabilidad hay de que lo utilizara?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Lo utilizaría en cuanto estuviese en el Mercado	27.03%	20	Total de participantes: 74
Lo utilizaría	55.41%	41	Suma: 0.00
Puede que lo utilice en un tiempo	12.16%	9	Promedio: 0.00
No creo que lo utilice	4.05%	3	Desviación estándar: 0.00
No lo utilizaría	1.35%	1	Mínimo: 0.00
Total de respuestas			Máximo: 0.00

Análisis: según las gráficas de la encuesta nos da una inclinación hacia la respuesta si lo utilizaría con un 55.41% lo que nos demuestra es que el servicio tiene cierta atracción y a las personas les llama la atención mantenerse actualizado mediante el internet y la televisión.

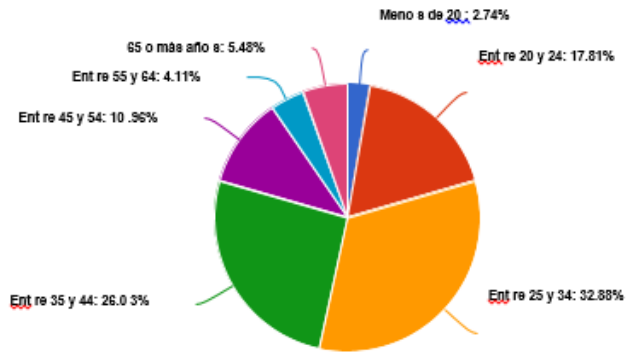
6 ¿Contrataría los servicios aun precio de \$54.000?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Muy probablemente	40.54%	30	Total de participantes: 74 Suma: 0.00 Promedio: 0.00 Desviación estándar: 0.00 Mínimo: 0.00 Máximo: 0.00
Probablemente	40.54%	30	
Es poco probable	12.16%	9	
No es nada probable	4.05%	3	
No lo sé	2.70%	2	
Total de respuestas		74	

Análisis: con un 40.54% la respuesta, probablemente es la más escogida por los participantes, esto nos da a entender que el precio es muy favorable frente a la competencia y a los servicios ofrecidos por nuestra compañía.

7 Edad



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Menos de 20	2.74%	2	Total de participantes: 73 Suma: 0.00 Promedio: 0.00 Desviación estándar: 0.00 Mínimo: 0.00 Máximo: 0.00
Entre 20 y 24	17.81%	13	
Entre 25 y 34	32.88%	24	
Entre 35 y 44	26.03%	19	
Entre 45 y 54	10.96%	8	
Entre 55 y 64	4.11%	3	
65 o más años	5.48%	4	
Total de respuestas			73

Análisis: con esta pregunta buscamos obtener información sobre las edades de los consumidores que más están interesados en servicio y según la encuesta, esta nos arroja un resultado inclinado hacia las respuestas de las edades entre 25 y 35 años, es decir que este promedio de edad es la que está más interesada en adquirir el servicio para mantenerse actualizado por medio del internet y la televisión con un 32.88%.

CONCLUSIONES

Con nuestra investigación logramos impactar en la comunidad con nuestros servicios. E identificamos una idea viable que al mismo tiempo generara rentabilidad proponiendo una idea de negocio muy tentador para invertir y de gran atracción para la sociedad de consumo. Planteamos que las personas tengan la disponibilidad más económica y de calidad de obtener servicios de televisión e internet en su hogar y de esta manera logramos que muchas más personas que no tenían cobertura de estos servicios en su vivienda tengan la posibilidad de estar a la vanguardia de la información y la tecnología.

Bibliografía

<https://www.supersociedades.gov.co/>

<http://www.ccb.org.co/>

<https://www.mintic.gov.co/>

https://es.wikipedia.org/wiki/Ministerio_de_Tecnolog%C3%ADas_de_la_Informaci%C3%B3n_y_Co_municacion

<https://es-la.facebook.com/civguate/>