



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

TELEPHONESERVICES

OPCIÓN DE GRADO 1

**CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
COLOMBIA
2018**



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

TELEPHONESERVICES

Presentado por:

HERNÁN DARÍO LÓPEZ VARGAS

CC 80844836

EDWIN DANIEL RODRIGUEZ CASTIBLANCO

CC 1024510810

JOHN FREDY ARGUELLO PÉREZ

CC 79666395

Tutor:

OSCAR JAVIER MORENO MARTINEZ

OPCIÓN DE GRADO 1

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

COLOMBIA

2018



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Agradecemos al profesor Oscar Moreno Martínez por su interés constante en la ayuda de conseguir e implementar este proyecto, a la Corporación Unificada de Educación Superior por ser gestores del emprendimiento y empoderamiento
Bogotá D. C. Junio 2. 018



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Tabla De Contenido

1. INTRODUCCION.....	5
2. JUSTIFICACION.....	7
3. TELEPHONESERVICES.....	8
3.1 Misión	
3.2 Visión	
3.3 Valores Corporativos	
4. NUESTRO LOGO.....	9
5. ANALISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER.....	10
5.1 Amenaza de la entrada de nuevos competidores	
5.2 Poder de negociación de los proveedores	
5.3 Poder de negociación de los compradores	
5.4 Amenaza de los ingresos por productos sustitutos	
5.5 Rivalidad entre competidores	
6. OBJETIVOS.....	12
6.1 Generales	
6.2 Específicos	
7. ANÁLISIS PESTEL.....	13
8. STAKEHOLDERS.....	14
9. IDENTIFICACIÓN DE TAM, SAM Y TM.....	15
10. COMPRENCIÓN DEL MERCADO.....	16
11. SERVICIO.....	16
12. ELEMENTOS DE SEGURIDAD.....	16
13. POBLACIÓN.....	17
14. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	18
15. GENERACION DE ENCUESTAS.....	19
16. RECOLECCION DE RESULTADOS Y GRAFICAS.....	21
17. IMPLEMENTACION DE LAS 7 P.....	26
17.1 Producto	
17.2 Precio	
17.3 Posición	
17.4 Promoción	
17.5 Prueba física	
17.6 Procesos	
17.7 Personas	
18. PROMEDIO DE PRECIOS PARA EL ALQUILER DEL EQUIPO POR MARCA.....	28
19. BIBLIOGRAFIA.....	30



1. Introducción

Los teléfonos móviles son ya forman parte de nuestra vida cotidiana y cada día son más los usuarios interesados en adquirir teléfonos que nos sirvan para comunicarnos con otros móviles en el país o en el exterior, con características personales que ayuden a las usuarios a manejar diferentes instantes de su vida como su estudios, sus negocios o simplemente por diversión.

Mediante el presente proyecto se desarrollara en la ciudad de Bogotá una empresa dedicada al arrendamiento de celulares de alta gama clase media con la opción de cambio y renovación proporcionando equipos de comunicación a un precio justo y con equipos de calidad.

TELEPHONESERVICES contara con los más altos estándares de calidad tanto en el personal humano que laborara con nosotros como en la tecnología proporcionada a cada uno de nuestros clientes siempre en busca del reconocimiento a nivel local y con la visión de ser reconocidos como la mejor compañía en la prestación de los servicios.

Esta empresa contara con la capacidad de cubrir cada una de las necesidades de nuestros clientes de manera personalizada, ofreciendo equipos de alta tecnología a precios asequibles y con una atención personalizada sin dejar de lado los lineamientos legales que están establecidos para la comercialización de equipos móviles en Colombia.

La telefonía celular es muy importante para diferentes momentos de la vida cotidiana de los individuos es decir la sociedad busca mejorar la comunicación interpersonal, pero los celulares ya no se limitan a la funcionalidad de comunicación entre dos personas sí, sino que ahora han evolucionado hasta incluir modalidades como el acceso a la Internet, transmisión de datos, mp3, tele conferencia, transmisión de archivos fotográficos y videos, entre otros es por esto que



nuestra compañía abre las puertas a estos beneficios a la clase media quien no tiene el poder adquisitivo para un equipo de última tecnología o alta gama con el fin de facilitar las comunicaciones, reducir los tiempos de emisión y respuesta; es decir, transforma la vida diaria en todo un acontecimiento tecnológico.

De esta manera TELEPHONESERVICES brinda la oportunidad a madres, padres y usuarios en general de adquirir teléfonos en arrendamiento con tecnología de punta posibilitando que una gran parte de nuestros clientes accedan a móviles que puedan beneficiar su diario vivir.



2. Justificación

Día a día vemos cómo ha evolucionado la tecnología celular dejando atrás el teléfono que todos conocíamos al inicio de las telecomunicaciones dando paso a los móviles inalámbricos. Anteriormente adquirir un teléfono celular era más que imposible debido a los altos costos, desde entonces las compañías de telefonía celular se han preocupado en invertir tiempo y recursos en la búsqueda de nuevos sistemas y a menor costo.

La llegada del celular digital, cuenta con características avanzadas que supera al análogo, una de ellas es, el acceso a internet, herramienta que nos permite intercambiar información, leer el periódico, comprar casi cualquier producto, además nos permite comunicarnos por medio de las redes sociales ya sea por Facebook, Twitter, WhatsApp entre otras y nos da la posibilidad de revisar nuestras cuentas de correo electrónico, estas herramientas nos ayudan en el cotidiano vivir, pero para cada una de estas se necesitan teléfonos de última tecnología que la clase media en muchas ocasiones limita su accesibilidad de compra por el precio que estos móviles maneja.

TELEPHONESERVICE decide lanzar en Bogotá en los estratos uno, dos y tres, una compañía que reducirá la brecha entre el costo y la tecnología innovando el mundo de la compra venta de celulares con el arrendamiento de celulares de alta gama con el fin de proveer a las personas de los niveles socioeconómicos dos y tres para la adquisición de móviles de última generación. Nuestra compañía contará con un recurso humano altamente calificado trabajando con cada uno de nuestros clientes suministrándoles la tecnología necesaria para suplir sus necesidades de comunicación.



3. TELEPHONESERVICES

Somos una empresa, que brinda servicios de telefonía móvil, para todo tipo de clientes, en donde se pueden encontrar equipos de gama alta.

3.1 Misión: Innovar en la distribución de equipos móviles de alta gama, contribuyendo con el desarrollo de tecnología para la generación de nuevas tendencias.

3.2 Visión: En el 2021 ser la empresa líder en el mercado, en la comercialización y desarrollo de tecnología para la implementación de nuevas ideas de negocio generando así bienestar y satisfacción en el cliente.

3.3 Valores Corporativos:

Compromiso: todos los integrantes de la compañía deberán dar sus mejores resultados a diario.

Trabajo en equipo: unificar los esfuerzos de cada uno de los integrantes, con el fin de llegar a las metas esperadas mes a mes.

Servicio al cliente: generar la sensación de bienestar y fidelizar los clientes de la compañía, con el fin de lograr la plena satisfacción del cliente externo en la adquisición de nuestros productos.

Equidad: Facilitamos el desarrollo integral de nuestros usuarios, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.

Responsabilidad: Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso.

Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.



4. Nuestro Logo:



El rojo: Se asocia con el amor y la pasión.

El verde: Significa la renovación y la abundancia.

El blanco: A menudo se asocia con la pureza, la limpieza, y la virtud.

En alineación a la visión y misión, se decide lanzar un servicio innovador, el cual consiste en: realizar el alquiler de equipos móviles de alta gama que se encuentran en el inventario de las compañías fabricantes, los cuales serían adquiridos por TELEPHONESERVICES con el fin de dar valor a estos equipos que se encuentran en reposo.



5. Análisis de las fuerzas de Porter

5.1 Amenaza de la entrada de los nuevos competidores: Es una de las fuerzas más famosas y que se usa en la industria para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.

Este tipo de amenazas pueden depender de las barreras de entrada. Hay 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes.

TELEPHONESERVICES al ser una empresa innovadora en el servicio de alquiler de celulares no presenta competidores directos, en el momento que aparezcan competidores esperamos estar posicionados en el mercado y ser una marca reconocida.

5.2 Poder de negociación de los proveedores: Proporciona a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para poder alcanzar un objetivo.

TELEPHONESERVICES con fin de llevar a cabo la misión corporativa realizara alianzas estratégicas con empresas fabricantes de equipos móviles, buscando adquirirlos a un bajo costo y alquilarlos a los stakeholders externos (clientes)

5.3 Poder de negociación de los compradores: En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado. Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable.

Al ofrecer un producto innovador TELEPHONESERVICES no tendrá competencia y debido a esto se podrán estabilizar precios, de acuerdo a las características y necesidades de cada



cliente, buscando generar mayor demanda ofreciendo precios más económicos que las empresas tradicionales en el mercado.

5.4 Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos: En este punto, una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la empresa.

En la actualidad no se tienen productos sustitutos al servicio que TELEPHONESERVICES prestara, esto minimizara el riesgo de sufrir pérdidas económicas por competencia.

5.5 Rivalidad entre competidores: En este punto se puede competir directamente con otras empresas de la industria que te dan el mismo producto.



6. Objetivos.

6.1 Objetivo General

Imponer una tendencia de consumo novedosa y rentable dando respuesta oportuna y ágil a las solicitudes de créditos de nuestros clientes para la adquisición de nuestros productos.

6.2 Objetivos específicos

- * Obtener una rentabilidad que le permita a la empresa competir eficientemente.
- * Diseñar una estructura organizacional novedosa que permita la expansión de la empresa
- * Dar la posibilidad a la comunidad en general de adquirir un equipo móvil de alta tecnología a precios asequibles



7. Análisis PESTEL.

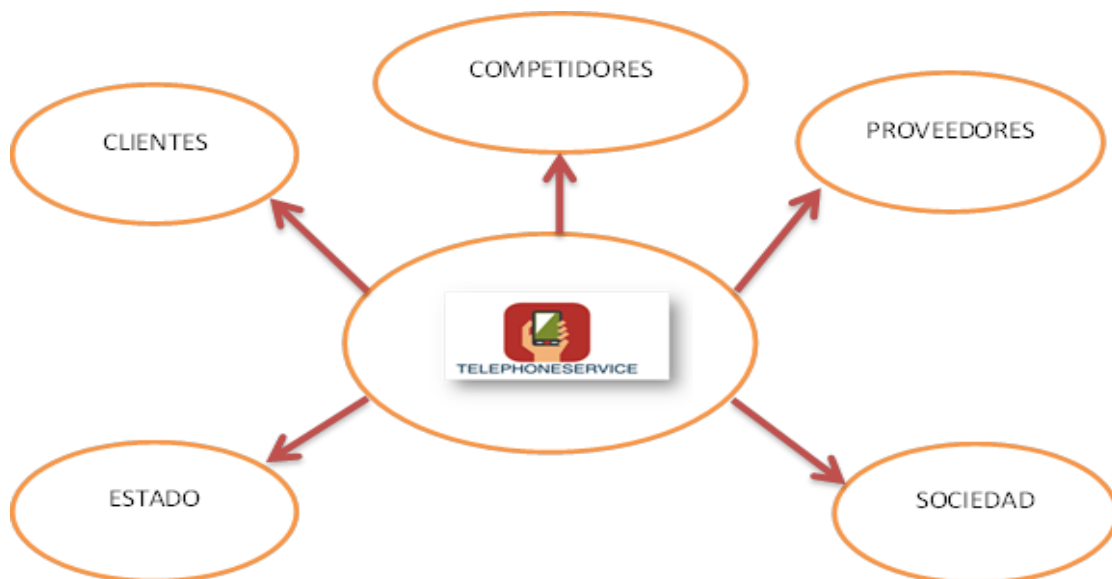
POLITICO Y LEGAL	ECONOMICO
1. Inscripción de la empresa ante Cámara y Comercio	1. Alto índice de desempleo que presenta el país
2. Falta de más leyes ante el elevado número de robo de celulares	2. Aumento de la inflación e impuestos afectando el poder adquisitivo
3. Defensor del consumidor por lo cual se debe dar información clara y veraz sobre nuestros productos	3. Consecución de equipos móviles a menor costo de dudosa procedencia
4. Inestabilidad política que vive el país	4. Costos de servicios de datos
SOCIAL Y CULTURAL	TECNOLOGICO
1. Cambio en las tendencias y gustos del consumidor	1. Avance rápido de las tecnologías móviles
2. Nuevas regulaciones relacionadas con el medio ambiente	2. Nuevas regulaciones relacionadas con las TIC's
3. Cambios en los estilos de vida	3. Cambios en tecnología móvil y redes
4. modas y tendencias	4. Rápida obsolescencia tecnológica



8. STAKEHOLDERS.

Las estrategias de las empresas comúnmente se ven orientadas al crecimiento del negocio y la consecución de sus objetivos financieros, principalmente; sin embargo, en los últimos años la dinámica ha ido evolucionando de manera tal que en las prioridades de las compañías debe haber armonía entre los intereses empresariales y los de la comunidad, una especie de 'gana-gana' donde es tan importante el desarrollo del negocio como el de los colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y la sociedad en general.

Los modelos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) correlacionan el crecimiento de las empresas con el desarrollo de la sociedad, de modo tal que la rentabilidad y lucro del negocio no deben afectar la calidad de vida del cliente externo e interno, y mucho menos al ecosistema en donde se desarrollan las actividades.



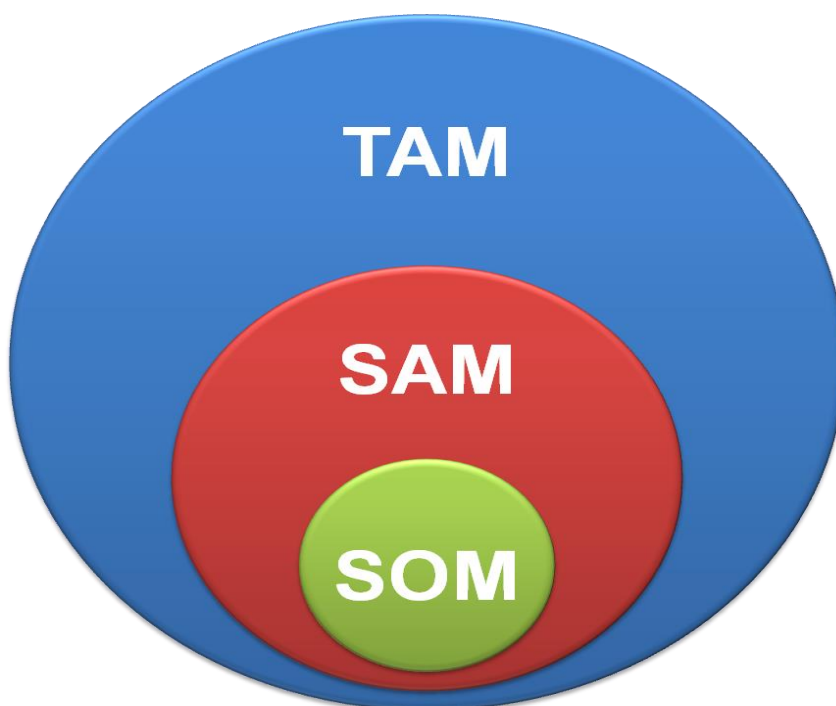


9. Identificación de TAM, SAM, Y TM

TAM (Mercado Total): Este mercado de alquiler de celulares se comercializará en distintos puntos del sur oriente de la ciudad de Bogotá, utilizando publicidad volanteo como herramienta. Siendo una empresa formal en el cual se piensa aproximadamente 1.200 de unidades al año.

SAM (Mercado a Servir): debido a que no se tiene una competencia en la actualidad, nuestra proyección continúa siendo la misma del Mercado total

SOM (Mercado Real): Se piensa en esta cifra inicial, con una proyección de 5.000 celulares en alquiler al año 2021.





10. Compresión del mercado.

Buscamos la satisfacción de un deseo para personas de clase media en la adquisición de equipos móviles de gama alta, brindando accesibilidad por medio del arrendamiento de estos equipos, con el fin de brindar un estatus temporal a quienes no puede adquirir en propiedad, celulares de alta gama.

De acuerdo con lo anterior, la necesidad que encontramos es el frecuente deseo de las personas de adquirir celulares que no están a su alcance, aun así, estos no sean utilizados para sus trabajos, o para un bien específico, pues la mayoría de personas, no utilizan las herramientas completas que ofrecen los celulares.

11. Servicio.

Se prestará un servicio de alquiler de equipos móviles de gama media y alta, en periodos no mayores a doce meses, en los cuales se establecerán unas cláusulas de seguridad y normatividad para el uso de estos.

12. Elementos de seguridad.

1. Se contará con un chip de localización.
2. Se instalará en el equipo, un sistema inteligente, que envíe alarmas al usuario, cuando el contrato este próximo a vencer, de no ser renovada la suscripción, el sistema, bloqueará el equipo, y lo dejará inservible, el día del vencimiento del contrato.
3. Como requisito, el usuario deberá adquirir una tarjeta de crédito, como medio de garantía, daño y/o pérdida. (para este, se realizará una alianza estratégica con un banco)



4. Se contará con aseguramiento de equipos por pérdida daño o robo, por medio de una póliza, la cual deberá pagar el solicitante.


13. Población

El nuevo nicho de mercado, al que la compañía desea realizar apertura, está focalizado a personas de clase media - baja, (estratos 1, 2, 3), para definir la viabilidad del nuevo lanzamiento, Se realizará un tipo de muestreo intencional o de conveniencia, en donde se espera obtener una muestra representativa que nos ayude a determinar la factibilidad del proyecto por medio de variables cualitativas.



14. Recolección de datos.

Se llevará a cabo una encuesta, esta, será enviada a 90 personas, con el fin de revisar la viabilidad del producto, y determinar los gustos, usos, factibilidad, decisión de compra de nuestros clientes.

	FICHA TECNICA ENCUESTA TELEPHONESERVICES
Tipo de estudio: Identificación de necesidad de equipos móviles de alta gama	
Fecha de levantamiento: 10 de mayo a 1 de junio de 2018	
Población objetivo: Hombres y mujeres de 18 años en adelante, residentes de la zona urbana de la ciudad de Bogota	
Diseño muestral: Muestreo estratificado simple en estratos 1, 2 y 3	
Variables de desagregación del análisis: Estrato socioeconómico; género; edad; nivel educativo.	
Tamaño de la muestra: 90 personas	
Estrato 1: 30 personas	
Estrato 2: 30 personas	
Estrato 3: 30 personas	
Desarrollo: Personas residentes de los barrios Bosa, Roma, Candelaria, Perdomo, Madelena, Lucero, 20 de Julio y Ciudad Jardín.	



15. Generación de encuesta.

Por medio de la herramienta survemonkey, se realizó una encuesta virtual que compone de las siguientes características:

1. ¿Tiene usted un equipo móvil? (celular)

- SI
- NO

2. ¿Con qué frecuencia cambia su celular?

- Semestral
- Anual
- Cuando el equipo deja de servir
- Cuando salen al mercado equipos con mejor tecnología
- Por perdida o hurto

3. ¿Para usted que es más importante en un equipo móvil?

- La cámara
- Lo grande de la pantalla
- El sistema operativo (IOS, Android, Windows phone)
- La marca del equipo

4. ¿cual de las siguientes marcas de celulares es su favorita?

- Apple
- Samsung
- Motorola
- Otro (especifique)
- Huawei
- Sony
- LG

5. ¿Estaría dispuesto a adquirir un celular de alta gama en alquiler?

- Si
- No



6. ¿Que dinero estaría dispuesto a pagar de manera mensual por el alquiler del celular?

- Entre 50.000 a 90.000 mil pesos
- Entre 100.000 a 150.000 mil pesos
- Entre 160.000 a 250.00 mil pesos

7. ¿Estaría de acuerdo con entregar su celular actual, para tomar uno en alquiler de alta gama? (últimos lanzamientos)

- Si
- No

8. ¿Tiene vida crediticia?

- Si
- No

9. ¿Adquiriría una tarjeta de crédito, como soporte al alquiler del equipo móvil?

- Si
- No

A continuación, se observa el link que se debe seguir para realizar la encuesta:

<https://es.surveymonkey.com/r/2KXJJT5>

De acuerdo con el muestreo planteado, se aplicó la encuesta a 90 personas ubicadas demográficamente en los barrios de Bogotá: Bosa, Roma, Candelaria, Perdomo, Madelena, Lucero, 20 de Julio y Ciudad Jardín.

16. Recolección de resultados y gráficas.

Se detalla el resultado de las encuestas realizadas con su respectiva gráfica por pregunta:

Identificación de necesidad de equipos móviles de alta gama

P1

¿Tiene usted un equipo móvil? (celular)

Respondidas: 89 Omitidas: 1

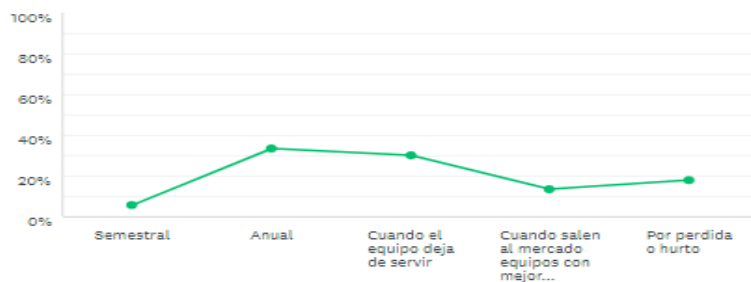


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
SI	86,52% 77
NO	13,48% 12
TOTAL	89

P2

¿Con qué frecuencia cambia su celular?

Respondidas: 90 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Semestral	5,56% 5
Anual	33,33% 30
Cuando el equipo deja de servir	30,00% 27
Cuando salen al mercado equipos con mejor tecnología	13,33% 12
Por pérdida o hurto	17,78% 16
TOTAL	90

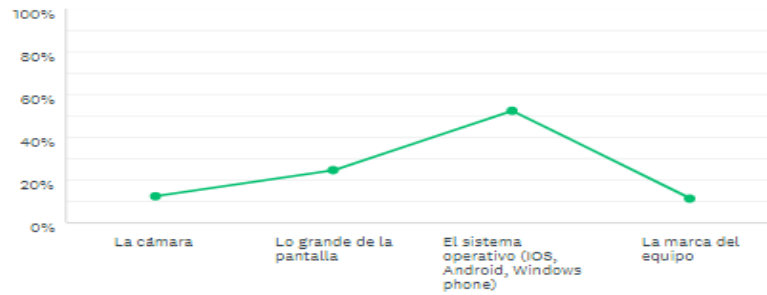


P3



¿Para usted que es más importante en un equipo móvil?

Respondidas: 90 Omitidas: 0



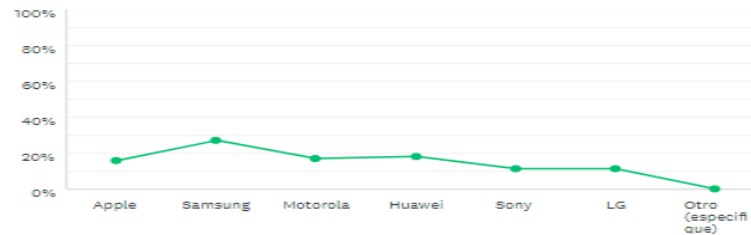
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
La cámara	12,22%	11
Lo grande de la pantalla	24,44%	22
El sistema operativo (IOS, Android, Windows phone)	52,22%	47
La marca del equipo	11,11%	10
TOTAL		90

P4



¿cual de las siguientes marcas de celulares es su favorita?

Respondidas: 89 Omitidas: 1



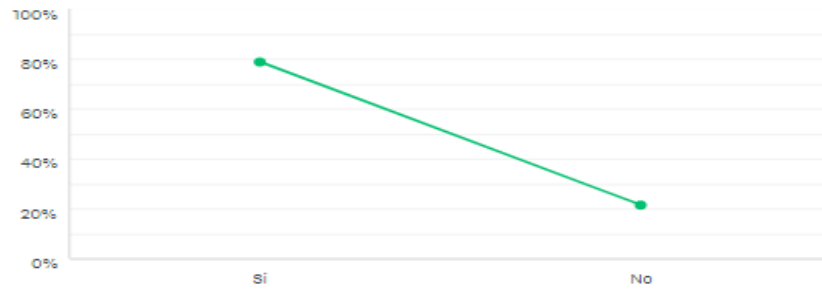
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Apple	15,73%	14
Samsung	26,97%	24
Motorola	16,85%	15
Huawei	17,98%	16
Sony	11,24%	10
LG	11,24%	10
Otro (especifique)	0,00%	0
TOTAL		89

P5



¿Estaría dispuesto a adquirir un celular de alta gama en alquiler?

Respondidas: 89 Omitidas: 1



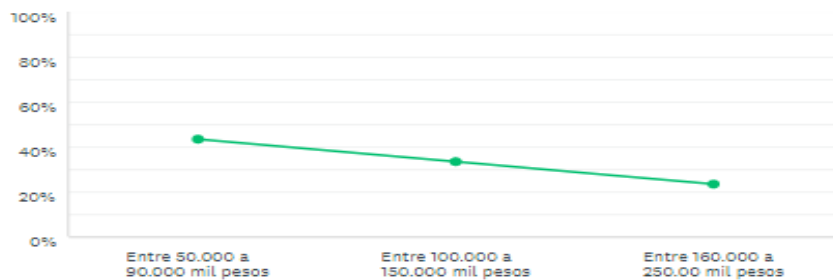
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	78,65%	70
No	21,35%	19
TOTAL		89

P6



¿Que dinero estaría dispuesto a pagar de manera mensual por el alquiler del celular?

Respondidas: 90 Omitidas: 0



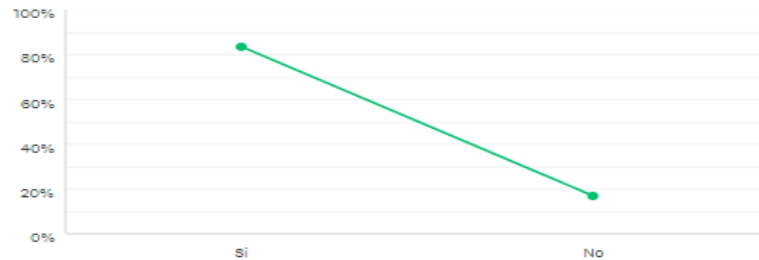
OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Entre 50.000 a 90.000 mil pesos	43,33%	39
Entre 100.000 a 150.000 mil pesos	33,33%	30
Entre 160.000 a 250.00 mil pesos	23,33%	21
TOTAL		90



P7

¿Estaría de acuerdo con entregar su celular actual, para tomar uno en alquiler de alta gama? (últimos lanzamientos)

Respondidas: 90 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Si	83,33%	75
No	16,67%	15
TOTAL		90

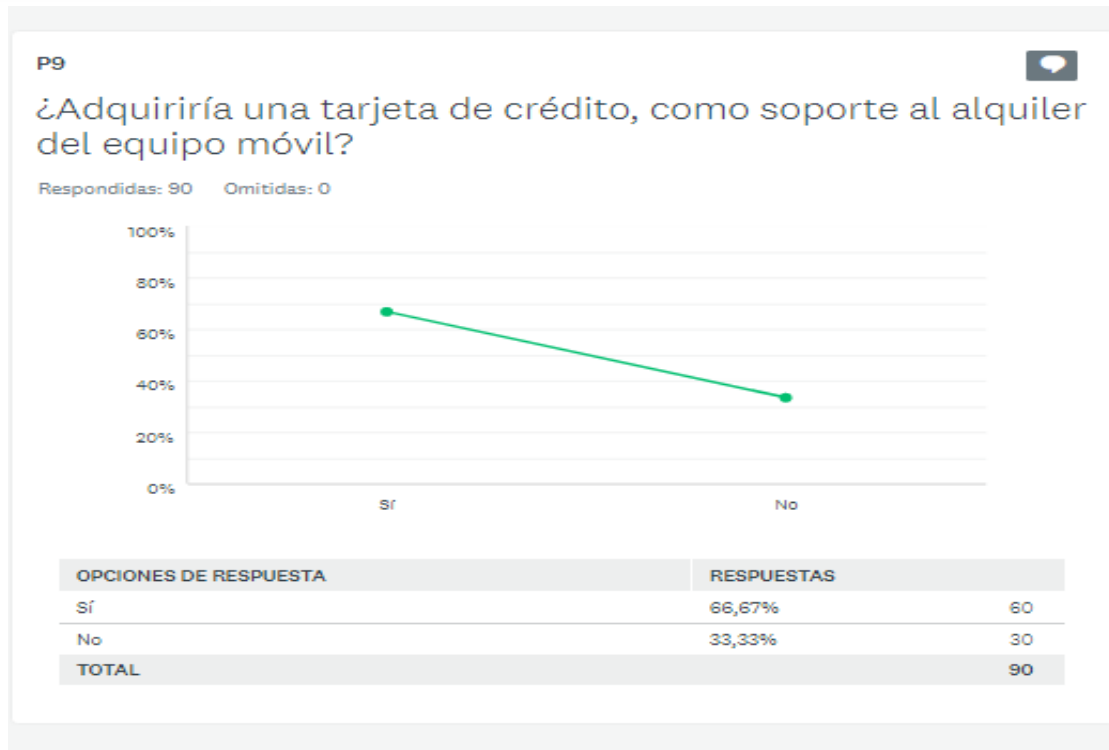
P8

¿Tiene vida crediticia?

Respondidas: 90 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Sí	62,22%	56
No	37,78%	34
TOTAL		90



De acuerdo con los resultados obtenidos en la caracterización anterior, se da viabilidad a la implementación del nuevo sistema en alquiler de equipos móviles de alta gama para personas de estrato social medio.



17. implementación de las 7P

17.1 Producto: nuestra nueva línea de producto se caracteriza por ser novedoso, con altos índices de la calidad, único en el mercado, el cual incluye grandes beneficios, por bajos costos, nuestro producto cuenta con grandes características, la principal es la adquisición temporal de un equipo de alta gama, con modificaciones en el sistema operativo, se incluirá en el mismo una batería con duración hasta por 48 horas y procesador de 2 núcleos. Contamos con una variedad en nuestro catálogo de equipos, donde los clientes pueden adquirir el celular de sus sueños.

17.2 Precio: Nuestro producto es una estrategia de mercadotecnia con el fin de ser asequibles a los consumidores, hacer de nuestros precios grandes oportunidades de encontrar un producto a poco costo, pero de gran utilidad, la finalidad del precio a establecer; Es ofrecer al cliente un celular de última generación, por debajo al precio del mercado.

17.3 Posición: contar con gran posicionamiento en el mercado y reconocimiento de marca a nivel Latinoamérica, con nuestra nueva línea de producto, buscamos fidelizar a nuestros clientes con la marca y que esto influya en el crecimiento positivo de la organización.

17.4 Promoción: la fácil adquisición para los clientes de nuestros equipos es una de las características más importantes que tenemos como compañía, las personas que se encuentran con reportes negativos en centrales de riesgo pueden acceder a esta nueva línea de producto.

17.5 Prueba física: La calidad de nuestros productos se basan en la confianza de nuestros aliados estratégicos, como los son las grandes multinacionales Samsung, Apple, Huawei entre otros, quien nos dan la seguridad de ofrecer a nuestros clientes equipos avalados internacionalmente para su comercialización.



17.6 Procesos: basados en la experiencia, y la trayectoria en el mercado, nuestros procesos son simplificados, los procedimientos son los que nos dan los resultados y los podemos cuantificar, sectorizar según sus resultados.

17.7 Personas, nuestro principal objetivo es conocer las necesidades de los consumidores ya que si tenemos esto a favor, tendremos más variedad de equipos para ofrecerle, según su necesidad y poder adquisitivo, estaríamos sujetos a los cambios o tendencias actuales como , la moda ,la sociedad ,la edad ,etc.

18. Promedio de precio para el alquiler de equipo por marca.



CLARO	MOVISTAR	TELEPHONESERVICES



CLARO	MOVISTAR	TELEPHONESERVICES



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Samsung Galaxy A8



CLARO	MOVISTAR	TELEPHONESERVICES

Huawei P10



CLARO	TIGO	TELEPHONESERVICES



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

19. Bibliografía.

1. <https://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-matriz-pest/>
2. <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
3. <https://es.surveymonkey.com/r/2KXJJT5>