



Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura en Mercadotecnia

**Plan de negocio para proveedores de servicios de internet inalámbrico  
en la ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico- Trabajo de Graduación)

Leyla Yasmin Martínez Marroquín

Guatemala, noviembre 2020

**Plan de negocio para proveedores de servicios de internet inalámbrico  
en la ciudad de Guatemala**

(Artículo Científico- Trabajo de Graduación)

Leyla Yasmin Martínez Marroquín

M. Sc. Julio Cesar Alvarez García (**Asesor**)

Licda. Maricruz Barillas (**Revisora**)

Guatemala, noviembre 2020

**AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M. A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**EMBA Adolfo Noguera Bosque**

Secretario General

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M. A. Ronaldo Antonio Girón Díaz**

Decano

**Lcda. Ingrid Sucely De León De Díaz**

Coordinadora

Guatemala, 14 de abril de 2020

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autor de la tesis titulada **Plan de negocio para proveedores de servicios de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala**, confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de la presente tesis de licenciatura y para los efectos legales soy el único responsable del contenido del presente trabajo.

Atentamente,



Leyla Yasmin Martínez Marroquín

Licenciatura en Mercadeo

Carne No. 000005379

**REF.: C.C.E.E.L.M. A01-PS.005.2020.**

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.  
GUATEMALA, 15 DE OCTUBRE DE 2020**

**DICTAMEN**

**Asesor:** M.Sc. Julio César Alvarez García

**Revisor:** M.Sc. Silda Iliana Miranda Medina

**Artículo Científico: "Plan de negocio para proveedores de servicios de internet  
inalámbrico en la ciudad de Guatemala."**

**Presentado por: Leyla Yasmin Martínez Marroquín.**

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de:** Licenciada en Mercadotecnia.

**M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz**

**Decano**

**Facultad de Ciencias Económicas**



 **1779**

 [upana.edu.gt](http://upana.edu.gt)

 Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Guatemala, 09 de marzo de 2020

Señores  
Facultad Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado **“Plan de negocio para proveedores de servicios de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala”** realizado por Leyla Yasmin Martínez Marroquín, carné No.201500390, estudiante de la Licenciatura de Mercadotecnia he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



**M.Sc. Julio César Álvarez García**  
Colegiado 12,759

Guatemala, 10 de abril 2020

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al artículo científico titulado: **“Plan de negocio para proveedores de servicios de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala”**, realizado por Leyla Yasmin Martínez Marroquín, carné, 000005379, estudiante de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia, he procedido a la Revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lcda. Maricruz Barillas

Colegiado No. 059

## **Dedicatoria**

- A Dios** Porque a Él debo todo lo que soy y todo lo que tengo, en medio de las adversidades y cuando sentía desmayar, siempre estuvo a mi lado y me proveo todo lo necesario para culminar esta meta que le entrego con todo el corazón y puedo decir que hasta aquí Dios me ha ayudado.
- A mi esposo** César, por estar siempre conmigo, en las buenas y malas, apoyándome en todo momento porque cuando quería renunciar no lo permitió, si no me impulso a seguir, a conseguir ese sueño que empecé a su lado.
- A mis hijos** Porque son el motor de mi vida, los que me inspiran a ser una mejor persona cada día, mi Rodri que desde el cielo está orgulloso de su mamá y a mi Andrés que ha visto cuanto he luchado para lograr lo que me propongo y ser así para él ejemplo, para que vea que no importan los obstáculos que se presenten y si uno se lo propone, puede llegar lejos.
- A mis padres** En especial a mi papá, que quería verme cumplir esta meta y sé que desde el cielo está orgulloso de mi, por haber alcanzado la misma y lo que un día le prometí, y a mi mamá por sus consejos y oraciones.
- A mis hermanos** Que han estado apoyándome en todo momento y siempre estoy presente en sus oraciones.
- A mis catedráticos** Por compartir su conocimiento y enseñarme todo lo que esta profesión exige, para el desarrollo del país.



# Contenido

<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>1. Metodología</b>	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	4
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Definición del objetivo de la investigación	5
1.4.1 Investigación descriptiva	5
1.5 Sujetos de investigación	5
1.6 Alcance de investigación	5
1.6.1 Temporal	5
1.6.2 Geográfico	5
1.7 Determinación de la muestra	6
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	6
1.9 Recolección de datos	6
1.10 Procesamiento y análisis de datos	6
<b>2. Resultados</b>	
2.1 Presentación de resultados	7
<b>3. Discusión</b>	
3.1 Extrapolación	22
3.2 Hallazgos y análisis general	30
3.3 Conclusiones	32
<b>4. Referencias</b>	33
<b>Anexos</b>	



## **Abstract**

El objetivo de este artículo científico radicó en establecer el impacto que la internet ha tenido dentro de las sociedades a nivel mundial, y como éste ha provocado un desarrollo de manera integral, así mismo conocer como este servicio no ha logrado impetrar en todas las poblaciones, derivado a que su acceso varía con relación a sus costos, modalidades de infraestructura y tecnología que se aplica.

Se logró comprobar que en la actualidad las redes informáticas son de suma importancia, y que en el caso particular de Guatemala, éste se halla concentrado en las dos grandes empresas de telecomunicaciones que operan en el medio, las que lo hacen a un alto costo por la infraestructura que utilizan, existiendo otro medio más económico que permite brindar el mismo servicio, y que no requiere mayor inversión, y ha venido a apoyar de manera significativa a los que no cuentan con el mismo.

## **Introducción**

La mercadotecnia como ciencia es aquella que tiene como finalidad utilizar de manera adecuada un conjunto de técnicas que procura mejorar la comercialización de productos o servicios, agregando valores técnicos y tácticos tanto al consumidor como al proveedor y su campo de acción es amplio.

Con relación a las empresas y en el caso que nos compete esta ciencia tiene gran impacto sobre los proveedores de servicio de internet en especial sobre aquellos que se han convertido en una segunda opción para que todas las comunidades puedan acceder al mismo.

En la actualidad la demanda de servicio de internet está cubierta por grandes corporaciones que proveen este servicio por lo que se ha tenido baja penetración de internet en el país, esto se debe a los altos costos de conectividad y a la complejidad de la infraestructura que se requiere para proporcionar este servicio.

Con relación a esta problemática surge un modelo de negocio denominado como Wireless Internet Service Provider (WISP) del cual se ha tenido éxito por ser un servicio a bajo costo y con una infraestructura fácil de instalar que cubre la necesidad básica de conectividad.

Por lo que el desarrollo de esta investigación y para conocer mayores aspectos sobre el particular se desglosa por capítulos de la manera siguiente:

En el capítulo primero se da a conocer el planteamiento del problema y se formula la pregunta de investigación de igual forma los objetivos, sujetos de alcances y límites de esta su muestra, instrumentos a aplicar, recolección, procesamiento y análisis de los datos; en el segundo capítulo se representan de forma gráfica con su interpretación de resultados obtenidos en las encuestas aplicadas y en el capítulo tres la extrapolación de la información que sobre el tema existe y los hallazgos y conclusiones a las que se llegaron así como las referencias y sus respectivos anexos

# Capítulo 1

## Metodología

### 1.1 Planteamiento del problema

En estos tiempos, es pertinente admitir, que a partir de los procesos globalizadores la información y el conocimiento han venido a constituirse como uno de los grandes ejes de desarrollo y más importantes a nivel mundial.

Esta aseveración, confirma que el internet sea considerado tanto como una herramienta y fuente de información en sí misma, lo cual se confirma al momento en que se potencializa el uso de cualquiera de las bondades de éste, al evidenciarse una circulación de información muy palpable.

Lo descrito tiende a beneficiar a toda la sociedad, ya que permite construir infraestructuras bien fundamentadas en el hoy con extensión al mañana, por convertirse en tecnología de punta, de información que ha modificado todo, al cambiar los distintos ámbitos, como lo es la ciencia, industria, tecnología, y por qué no decirlo toda la actividad de los seres humanos, como lo es su cultura, educación, recreación y comercio, entre otras.

Esta herramienta, por el recorrido que ha tenido a lo largo de su aparición, ha atendido a las nuevas necesidades y demandas en lo que respecta a su uso, permitiendo ser hoy día, una de las grandes creaciones de la humanidad en pro de la información y la comunicación.

Su riqueza como herramienta de comunicación o fuente de información, dependerá del grado de interés como se aproxime el hombre a éste, tal como sucede con la niñez y juventud actual, que se acerca no siempre consciente, sino más bien por los ambientes computarizados que existen a su alrededor, lo cual hace que se familiaricen con el internet y se vayan apropiando de éste en cada etapa de sus vidas.

Hay que resaltar, que toda vez se establece un primer contacto con la herramienta y se dé un aprendizaje inicial, la relación a partir de allí, será continua e intensa, por la oferta de contenidos informativos y/o beneficios que esta tiende a proporcionar.

Por tal razón, en relación con la sociedad actual, ésta no puede ser abstraída ya, de la sociedad de la información, es decir, de un producto cultural de primer orden como lo es la información.

Los procesos culturales y el acceso a las fuentes de información no pueden soslayar el factor económico, pues éstos se han convertido en los ejes principales que afecta la vida y las relaciones de las distintas sociedades, por lo que, se debe de aceptar y afirmar que a los procesos de la información ya se le reconoce un valor y un costo en los grandes países productores de la misma, así como a los servicios que se derivan de ellos. La información a través del internet, vale por todo el conocimiento que representa, pues constituye el esfuerzo que produce la investigación y las posibilidades creativas del autor, más el valor que le van agregando todos los intermediarios que hacen posible su uso al destinatario final y, al igual que cualquier otro producto del mercado, está sujeta a la ley de la oferta y la demanda.

Al tomar en consideración lo descrito, hay que recordar que en la actualidad todas las sociedades a nivel mundial giran en torno a las redes informáticas, situación que ha permitido a éstas, un desarrollo integral, lo cual ha llegado a convertirse en esos medios globales de información, conocimiento y comunicación ya mencionados.

Es así como, todo lo relacionado con el servicio de internet, hoy día, se ha transformado en una necesidad latente en todo lugar, lo que origina que, por su constante evolución, éste sea un servicio que las empresas de telecomunicaciones que operan en la República de Guatemala, lo aprovechen como una excelente oportunidad para prestar sus servicios comerciales a toda la sociedad.

Y al analizar todo lo descrito con anterioridad, y reconocer en relación a esta temática, de manera abierta la imposibilidad que tienen las sociedades de vivir aislados y de que es ineludible que se integre a los procesos globalizadores, se debe admitir que hoy, más que nunca, la información, comunicación y el conocimiento que se tenga, será el eje del desarrollo y el de los demás, porque la globalización viene a interconectar y a arrastrar en la misma situación.

En la actualidad, derivado al gran volumen de información que se produce y maneja a nivel de todo el mundo, se requieren tecnologías y medios que permitan su utilización de inmediato, uso que la mayor parte de las veces tiende a realizarse de manera inconsciente y casi como acto reflejo, sin desentrañar el fenómeno y analizar sus implicaciones.

El hecho de tener acceso dispositivos móviles, como a la internet misma y a otras redes, viene a depender de las telecomunicaciones, los satélites, los medios y las tecnologías que traspasan fronteras y que, dentro de un país, deberán correr por todo el territorio; y si se suma que estos logros y beneficios son privatizados y abiertos a un libre mercado, podemos dejarlos sólo al alcance de los grupos sociales que tengan el poder adquisitivo suficiente y excluir de esta manera a aquellos grupos económicamente débiles, no nada más al acceso a la informática, sino a la información misma, lo cual sería más grave en sociedades pobres y económicamente frágiles.

Y con relación a este tópico, se ha detectado que en la mayoría de los casos el servicio que brindan las empresas más fuertes en este campo, lo hacen a un costo muy elevado, derivado a lo que les representa la implementación de sus infraestructuras, las cuales requieren de una mayor inversión por la complejidad de sus equipos e instalación.

Por lo que, al analizar esta situación, esto se convierte en uno de los factores que ha ocasionado que gran parte de la población guatemalteca, y de recursos económicos muy limitados, se vea afectada, al no poder acceder al mismo, lo que les obliga a elegir un servicio de menor costo, el cual en ocasiones es de menor calidad.

Las grandes facilidades tecnológicas y técnicas que permiten trabajar con la información, la comunicación y el conocimiento, todavía se enfrentan a limitaciones, por el incremento acelerado de los costos y a la ausencia de modelos administrativos y mercadológicos que le sumen a sus giros empresariales, aspectos que deben ser tomados en cuenta por los proveedores de servicio para el diseño de sus actividades y sus propios servicios.

En ese sentido, la sociedad espera las mismas facilidades que tienen el supermercado, la banca y la vida electrónica para adquirir información, pagarla, procesarla, almacenarla, transmitirla, compartirla y ofrecerla.

En los tiempos por venir, la sociedad global se moverá en un ambiente de respeto a la igualdad y en los casos exitosos de estas modificaciones y usos, se detecta claramente que no es suficiente la dotación de tecnología y de información si éstas no van acompañadas de estrategias adecuadas para su actuación, como podría ser, la implementación de una excelente planeación estratégica, acorde al contexto donde los servicios se prestarán.

Al observar la situación descrita y analizarla desde un punto vista mercadológico, puede ser recomendable como primera instancia, la implementación de una planeación de negocios, la cual conllevará a determinar y mejorar de manera concreta los recursos técnicos, financieros y comerciales para fortalecer y beneficiar al negocio.

Y en virtud a lo manifestado, se considera que a través de la prestación de un servicio con tecnología inalámbrica y por medio de una infraestructura de despliegue flexible y de fácil instalación, se puede proporcionar un servicio de calidad a menor costo, y con la utilización de los recursos que posee el proveedor, de una forma adecuada asegurar la satisfacción y fidelización de sus clientes lo que proporcionará un crecimiento continuo y que sus usuarios logren acceder a todo lo relacionado con lo que brinda la tecnología en relación a la comunicación, información y conocimiento.

## **1.2 Pregunta de investigación**

¿Beneficia a los proveedores que prestan servicio de internet de forma inalámbrica, un plan de negocios, para lograr efectividad en el giro de negocio y satisfacción a los usuarios?

## **1.3 Objetivos de investigación**

### 1.3.1 Objetivo general

Averiguar el estado actual de los proveedores de servicio de internet inalámbrico, para diseñar un plan de negocio que mejore sus recursos técnicos, financieros y comerciales que redunde en beneficio de sus clientes finales.

### 1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar si el proveedor cuenta con un plan de negocio,
- Establecer el área de cobertura que posee
- Conocer el nivel de satisfacción de los clientes actuales con relación al servicio que se presta.



## **1.4 Definición del tipo de investigación**

Según Sampieri (1998) dice: “Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (pag.60)

### **1.4.1 Investigación descriptiva**

La investigación científica, ha sido el medio por excelencia por el cual el hombre avanzó de forma exponencial para conocer su entorno y dominarlo, por medio de la observación, el cuestionamiento, la medición y planteamiento de hipótesis, ha podido descubrir las leyes que rigen la naturaleza y utilizar todo lo que este a su alcance para su beneficio, ése conocimiento, desde el momento que el hombre intenta plasmar por distintos medios de escritura sus descubrimientos, han podido ser comprobados en la práctica una y otra vez, dando así el paso a leyes que rigen nuestro entorno y que han permitido que nuevos investigadores y científicos los utilicen y den saltos cuantitativos y cualitativos enormes respecto al conocimiento.

## **1.5 Sujetos de investigación**

Proveedores que prestan servicio de internet en la modalidad inalámbrica, en la ciudad de Guatemala.

## **1.6 Alcance de la investigación**

### **1.6.1 Temporal**

Del mes de octubre 2019 a marzo 2020.

### **1.6.2 Geográfico**

Perímetro de la ciudad de Guatemala.

## **1.7 Determinación de la muestra**

Por tratarse de proveedores de un universo no mayor a cien, se aplicará un censo, es decir a la totalidad de éstos. El Censo, es un procedimiento que permite obtener información de carácter primario y abarca a todas las unidades poblacionales.

## **1.8 Definición de los instrumentos de investigación**

Según Tamayo y Tamayo (2008) la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (pág.24)

La herramienta que es utilizada para recabar la información es un cuestionario tipo encuesta, la que consta de quince ítems, catorce diseñadas bajo la modalidad preguntas cerradas y una de forma abierta con el fin de obtener respuestas de forma cuantitativa y cualitativa.

## **1.9 Recolección de datos**

Después del proceso de aplicación de encuestas, a todos los proveedores que prestan servicio de internet inalámbrico y clasificar las respuestas, que en relación al tema desarrollado brindaron, se procede a analizar los resultados obtenidos.

## **1.10 Procesamiento y análisis de datos**

El procesamiento y análisis de la información obtenida conlleva a graficar los datos que se lograron alcanzar a través de la encuesta que se realizó a los proveedores de internet inalámbrico según el censo, a los cuales se les dará si respectiva interpretación.

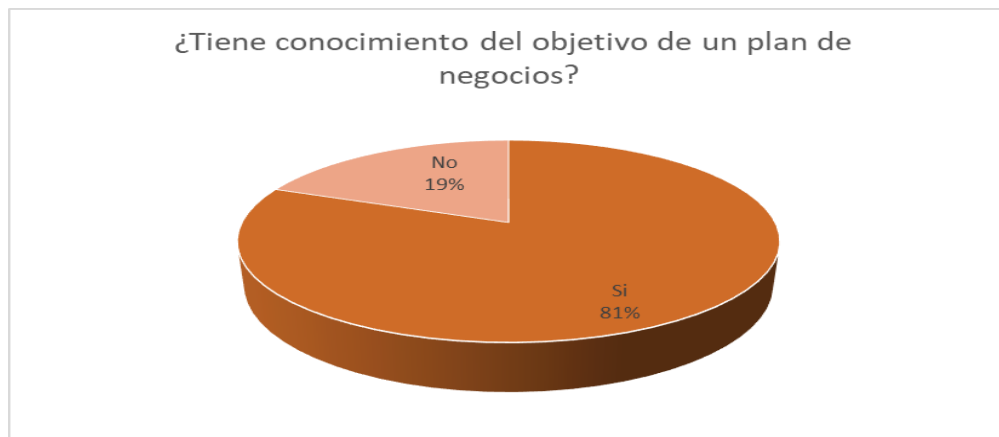
## Capítulo 2

### Resultados

#### 2.1 Presentación de resultados

Se procedió a realizar sesenta y ocho encuestas, a personas comprendidas entre los 20 y 50 años, de género masculino, en el área metropolitana, cuyos resultados se presentan por medio de gráficas y éstos dan a conocer, datos representativos para la presente investigación.

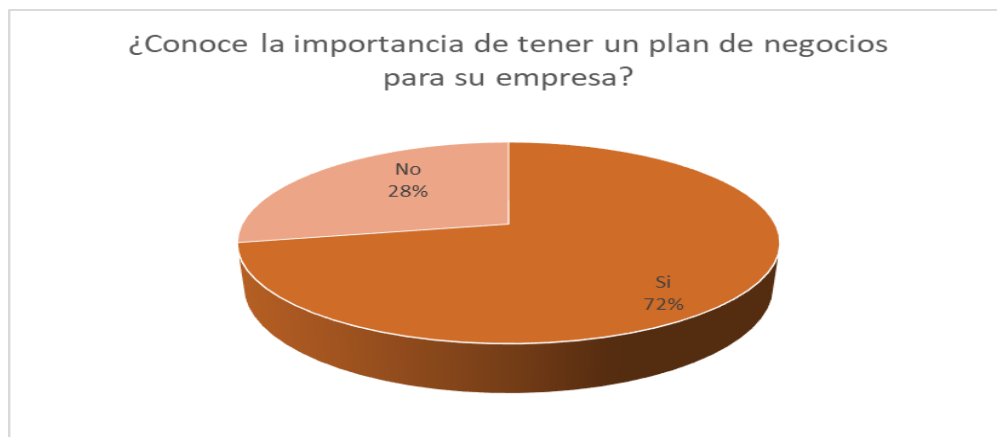
**Gráfica No. 01**



Fuente: elaboración propia, año 2020

Como se puede observar en la gráfica, el 81% de los proveedores que prestan servicio de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala, si tiene el conocimiento del objetivo de un plan de negocios y un 19% no tiene lo posee.

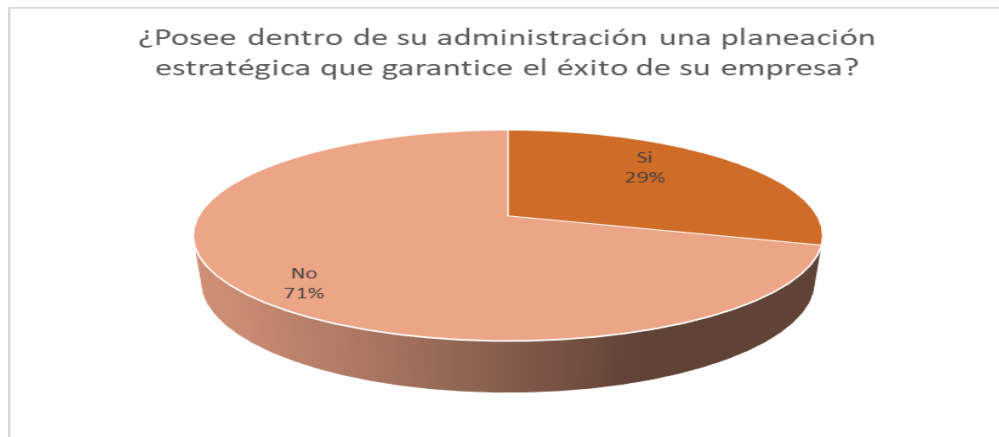
**Gráfica No. 02**



Fuente: elaboración propia, año 2020

El 72% de los encuestados conoce la importancia de contar con un plan de negocios, mientras que el 28% no tiene conocimiento de cuán importante es contar con uno para su empresa, lo que significa que se interesarían en poseer uno para ser implementado y tener una guía adecuada de los procesos a seguir.

**Gráfica No.03**



Fuente: elaboración propia, año 2020

En esta gráfica, se puede observar que, en su mayoría, los encuestados no conocen la importancia de poseer un plan de negocios para su empresa, sin embargo, gráficamente se puede observar que un 71% no cuenta con éste, mientras que una pequeña población el 29% si poseen una planeación dentro de su administración, por lo que reconocen que la gestión en este sentido si puede ser de gran beneficio para éstas.

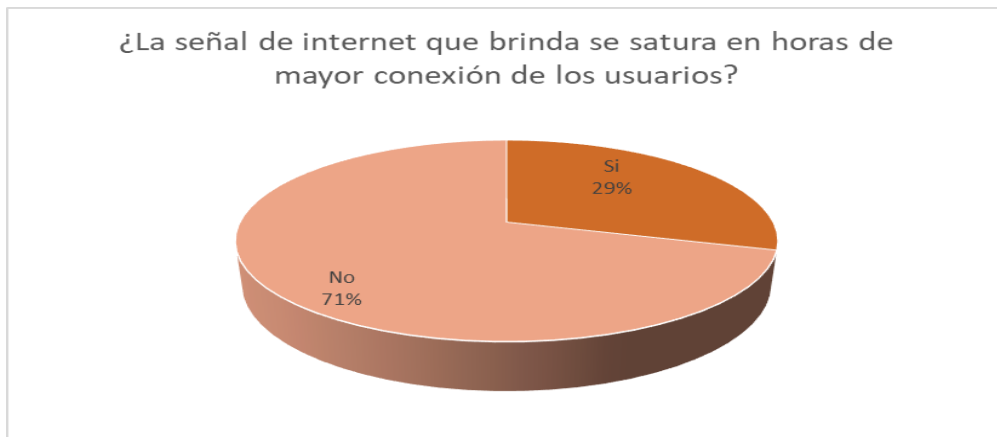
### Gráfica No. 04



Fuente: elaboración propia, año 2020

Un 88% de los proveedores de internet inalámbrico, si satisface a su cliente final con la cobertura que posee, mientras que un 12% cuenta con una deficiencia en su cobertura, lo cual evidencia al conocer e identificar las necesidades que tienen sus clientes su acercamiento a éstos.

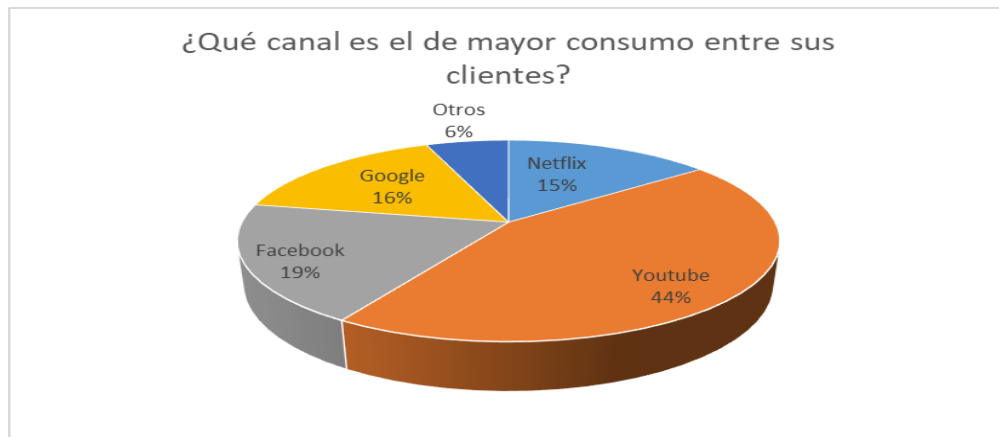
### Gráfica No. 05



Fuente: elaboración propia, año 2020

Según los datos reflejados en la gráfica, se estableció que los sujetos de investigación poseen un ancho de banda holgado para evitar la saturación, siendo un 71% de los encuestados, los que benefician a sus usuarios en este sentido, mientras un 29% no ha podido administrar de forma adecuada los recursos que poseen, para proveer un servicio de internet que satisfaga en todo sentido a sus clientes.

## Gráfica No. 6

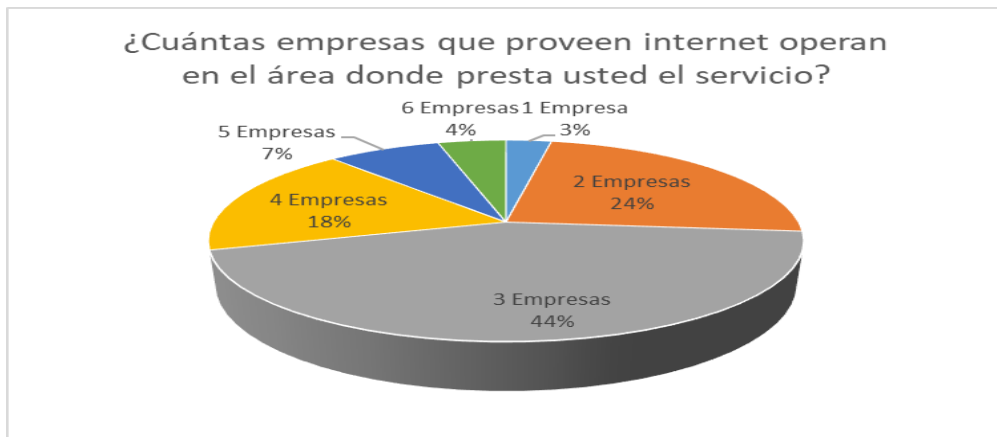


Fuente: elaboración propia, año 2020

En cuanto al mayor consumo que tienen los usuarios en la navegación del internet, se refleja en la encuesta, sobresaliendo que un 44% visita Youtube, mientras que un 19% ingresa a la red social Facebook, el 16% de los encuestados indicaron que el canal que más visitan sus clientes es Google, sin embargo, el 15% comentó que sus usuarios tienen más descargas en Netflix y un 6% comentó que navegan en distintas páginas.



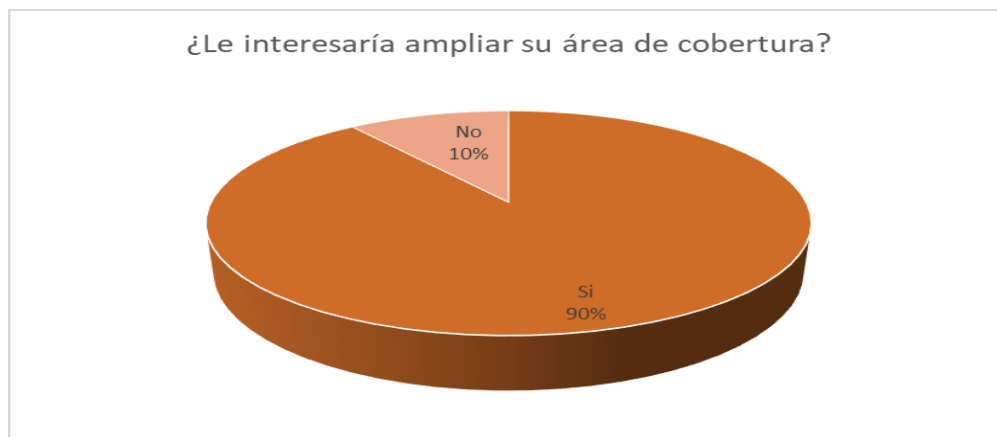
**Grafica No. 7**



Fuente: elaboración propia, año 2020

La presente gráfica, refleja que la competencia entre los proveedores de internet es inevitable, y con mayor porcentaje, el 44% en donde tres empresas proveen internet en la misma área del encuestado, mientras un 24% tiene como competencia 2 empresas más operando en la su área, así mismo un 18% tiene como competencia otras 4 empresas que prestan el mismo servicio

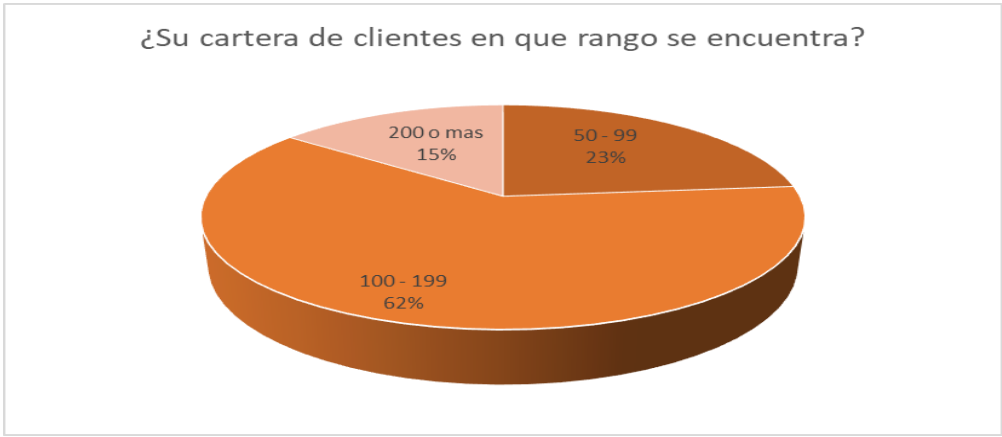
### Gráfica No. 8



Fuente: elaboración propia, año 2020

Como se puede observar en la gráfica un 90% de los encuestados están interesados en ampliar la cobertura, por lo cual deben de implementar desde ya un buen plan de negocios, que sea factible, con el fin de lograr así, el crecimiento de estos empresarios, y tan solo un 10 % indicó que no están interesados en ampliar el área de cobertura de lo que actualmente proveen.

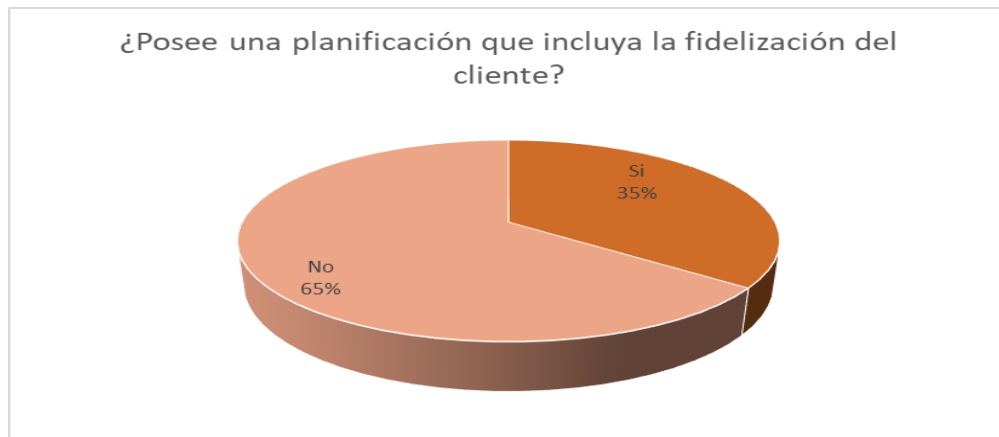
### Grafica No. 9



Fuente: elaboración propia, año 2020

Los resultados reflejados en la gráfica dan a conocer que un 62% de los encuestados tienen una cartera de clientes en un rango de 100 a 199, mientras que el 23% posee una cartera pequeña de clientes, y el 15% de los encuestados cuenta con una amplia cartera de clientes siendo mayor a 200 usuarios, por lo que se podría decir que utilizando de una manera adecuada y ordenada los recursos podrían ampliar el número de los clientes.

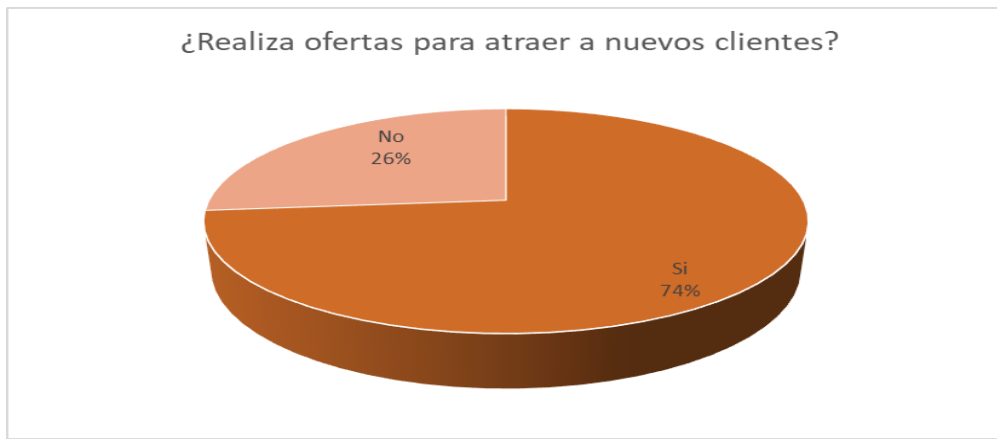
**Gráfica No. 10**



Fuente: elaboración propia, año 2020

La gráfica indica que un 65% de los encuestados no posee una planificación que incluya la fidelización de su cliente, únicamente un 35% si posee una, lo que indica que muchos de los encuestados no conocen la importancia que es tener al cliente satisfecho, y eso es uno de los motivos por el cual no han tenido el crecimiento que se debería ya que pueden atraer nuevos clientes, pero al mismo tiempo perder los clientes actuales.

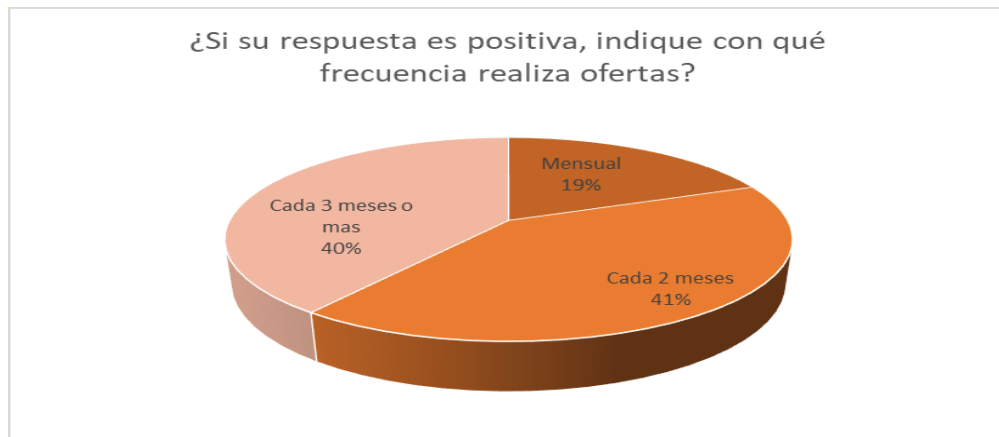
### Gráfica No. 11



Fuente: elaboración propia, año 2020

Cómo se puede observar en la gráfica un 74% de los encuestados si realizan ofertas para atraer nuevos clientes, mientras el 26% no las realizan, a pesar de que la mayoría realiza promociones frecuentes, el crecimiento no se ha dado por no contar con un plan de fidelización.

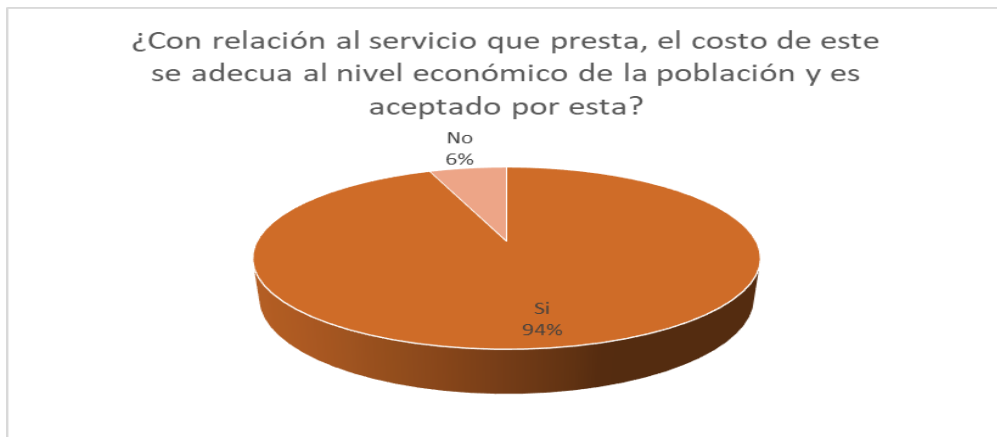
**Gráfica No. 12**



Fuente: elaboración propia, año 2020

El 19% de los proveedores de servicio de internet inalámbrico realizan diferente tipo de ofertas de forma mensual, con el fin de atraer nuevos clientes, mientras un 41% de cada dos meses, y con relación al 40% estos realizan sus ofertas de atracción de nuevos clientes de forma trimestral, lo cual da a conocer que éstos necesitan estrategias comerciales que les ayude a conseguir números mayores de clientes para así, tener un mejor crecimiento.

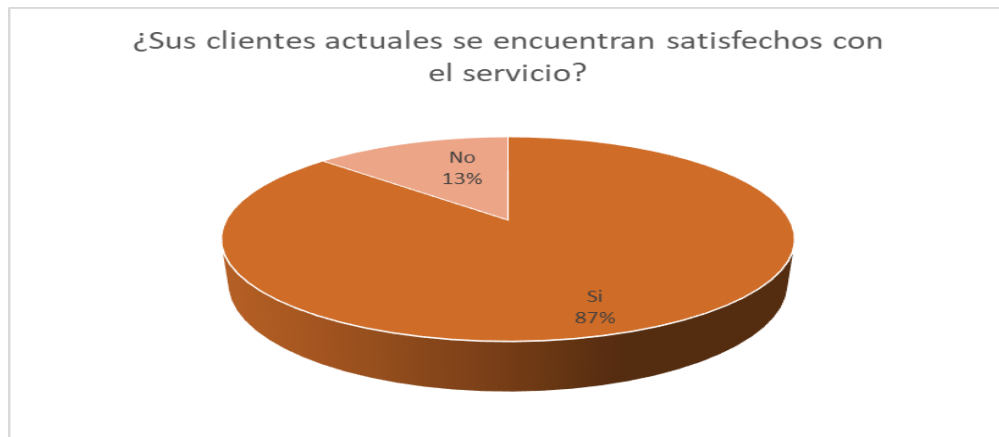
### Gráfica No. 13



Fuente: elaboración propia, año 2020

Tal y como lo evidencia la gráfica, se observa que el 94% de la totalidad de las empresas encuestadas, si se preocupan por adecuar los precios del servicio de acuerdo al nivel económico de la población, misma que es aceptada de forma conforme por ésta, y tan solo el 6% tiene costos que no se relacionan con el nivel socioeconómico de la población en donde prestan sus servicios.

## Gráfica No. 14



Fuente: elaboración propia, año 2020

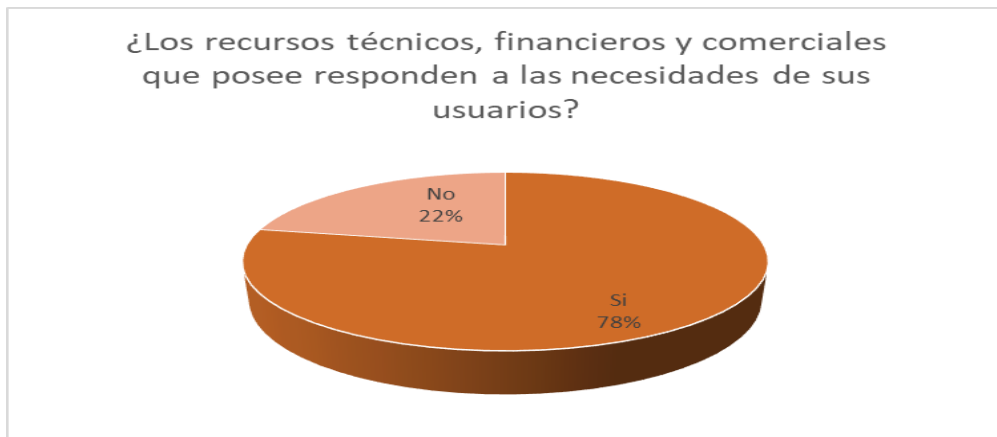
De conformidad al parámetro reflejado en la gráfica, la mayoría de los usuarios de los proveedores de internet inalámbrico, se encuentran satisfechos con el servicio que se les presta, contrario al 13% que manifiesta no estar satisfecha con el mismo.

¿Por qué?

De acuerdo con lo indicado por la mayoría de las personas encuestadas, un 80%, en sus respuestas afirman que, se hallan satisfechas por el servicio debido al precio que se les cobra por el mismo, ya que éste resulta un 20% más bajo en comparación al valor que en la actualidad cobran las empresas comerciales más fuertes en este campo, en modalidad distinta.



### Gráfica No. 15



Fuente: elaboración propia, año 2020

El 78% indica que, si logra satisfacer las necesidades de los usuarios, mientras que el restante 22% aduce que tiene debilidad en estos para poder dar cumplimiento a la exigencia de sus clientes.

## **Capítulo 3**

### **Discusión y conclusiones**

#### **3.1 Extrapolación**

Las redes han sido a través de la historia, la tecnología decisiva de la era de la información, las cuales tienden a operar, sobre todo, a través de plataformas de comunicaciones inalámbricas, las que proporcionan la ubicuidad de una comunicación multimodal e interactiva en cualquier momento, con la ventaja de libertad en sus límites de espacio.

Cuando se habla de internet, no se está refiriendo a algo novedoso, en virtud que, Arpanet, se desarrolló en 1969 el cual logró llegar a los usuarios particulares hasta la década de 1990, cuando el Ministerio de Comercio de Estados Unidos liberó su uso.

Esta situación se convirtió en el inicio y propagación del servicio por todo el mundo, a velocidades extraordinarias, lo cual permitió que en el año 1996 el número de usuarios se incrementara a 40 millones, lográndose establecer, que para el año 2013 la suma de usuarios se llegase incrementar a dos mil quinientos millones, de los cuales la mayoría radica en el continente asiático.

La expansión de éste fue tan rápida, que se llegó al extremo de verse restringido su uso durante determinado tiempo, derivado a la dificultad que representaba su instalación en aspecto de infraestructuras de telecomunicaciones terrestres.

Esta situación afectó de manera drástica, el servicio a los usuarios, pero pronto varió debido al surgimiento o nacimiento de las comunicaciones inalámbricas a principios de este siglo, al extremo que, para el año de 1991, ya existían 16 millones de usuarios alrededor del mundo, situación que permite afirmar que gran parte de la población a nivel mundial, se encuentre conectada a esta modalidad de internet.

Dentro de sus ventajas, esta forma de servicio permite que se den diferentes anchos de banda, eficiencia de operación y precios más cómodos, aspecto que significa que esta prestación sea más accesible para todo tipo de sociedad a nivel mundial, lo que indica que éste hoy día se ha convertido

en el centro de las diferentes redes de comunicación, que permite producir y distribuir cualquier información digitalizada.

En relación con la introducción del internet en Guatemala, el mismo fue brindado en 1991, por las compañías Citel y ProData, a través de las redes Geonet y Delphi, así como por la Empresa Guatemalteca de Telecomunicaciones (Guatel).

Según datos revelados del Banco Mundial y apoyado por los de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en Guatemala, de los 17 millones de habitantes aproximados existentes a nivel República, de cada 100 personas, sólo 16 tienen acceso a internet, y a pesar de esas limitaciones el país en Centroamérica con más de 3.01 millones de usuarios de Facebook, y un aproximado de 300 mil en Twitter. [https://republica.gt/2014/05/16/la-importancia-del-internet-en-guatemala\\_fc3dc1/Recuperado 13-3-2020](https://republica.gt/2014/05/16/la-importancia-del-internet-en-guatemala_fc3dc1/Recuperado%2013-3-2020).

Así mismo, se debe tener claridad en que la comunicación en el mundo globalizado, privilegia el soporte de internet, ya que el envío de mensajes o paquetes informativos puede ser de un modo más amplio, los cuales son recibidos por grupos de individuos, no como unidad, sino por segmentos que establecen sus tiempos y sus espacios de forma casi individualizada, ya que de manera técnica, todos los mensajes se pueden recibir al mismo tiempo, pero dependen del deseo y de la urgencia del usuario si los consulta o no.

Es así, como estas operaciones se puede realizar en cualquier momento a través del internet, a diferencia de otros medios como la prensa, la radio o la televisión. La información que tiende a correr en la red es diversificada y especializada para un gran público global, pero, aunque es global no refleja un todo compacto, sino segmentos en los que cada individuo espera información y servicios personalizados.

Al hablar de globalización no necesariamente se hace realidad una aldea global; por el contrario, las parcelas, las localidades que la forman impulsan la alta visibilidad de sus individualidades, aunque con técnicas y modos globales; así, el internet es el medio ideal para mostrar de manera global las individualidades de cada localidad, ya que a través de este, se socializan nuevos modos de comunicación y formas que estaban cayendo en desuso, pues las adecuó a la tecnología y al ritmo de vida de jóvenes y adultos.

Estas formas de comunicación presentan una gran atracción y hasta modalidades de adicción por intercambiar ideas con conocidos y desconocidos. El Internet y sus vías de comunicación provocan cambios también de identidad, pues a veces es fácil aparentar y buscar u ofrecer identidades alternativas, acordes al interlocutor.

En ocasiones, cuando se entra en este juego de múltiples posibilidades, puede establecerse una comunicación muy despersonalizada, pues se llega a un enmascaramiento y a una distancia no sólo geográfica, sino también emocional.

El Internet permite, técnicamente, una comunicación tanto rural como urbana; en países en vías de desarrollo, por razones socio-económicas esto puede no ser totalmente viable, pero aun así ha potenciado no sólo la comunicación individual sino la de grupos, no sólo los oficiales sino los que representan minorías y oposiciones, como activistas sociales, buscadores de identidades étnicas, redes de investigadores, fanáticos del campo de la música y la televisión.<http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art49/art49-3.htm>. Recuperado el 18-3-2020

Con estas comunicaciones multidireccionales y lideradas por personas o grupos de personas, podemos tener y conocer diferentes puntos de vista sobre un problema o un tema cualquiera (una votación, una guerra, un descubrimiento de laboratorio, una declaración política o religiosa, entre otras).

Si bien es cierto que quien tiene más recursos o más entusiasmo, o un plan comercial y/o promocional agresivo, puede colocar más mensajes en la red y hacer parecer que la satura (lo cual no es real), siempre hay espacio para colocar nuestra información o la información local que hará más rica la globalidad.

Si no queremos depender de una sola luz ni abreviar de un solo canal informativo, Internet nos brinda la posibilidad de apertura, a cambio de esfuerzo y deseos de que la información de nuestra localidad sea encontrada y leída en la red.

De manera individual, ésta es una vía para acceder a la pluralidad y a la diversidad en la red, pero a nivel de país, cuando se aspira a crecer y a ofrecer a la población una riqueza informativa que le permita tomar las mejores decisiones para vivir y competir en un mundo global, se requiere de políticas nacionales de información que incluyan contenidos informativos y aspectos de

telecomunicaciones y computación, así como compromisos de acceso libre y educación para lograrlo.

En consecuencia, a pesar de todas las bondades del internet, la falta de acceso a éste, básicamente tiende a obedecer a la escasez de recursos económicos que tiene la mayoría de la población, así como a la ausencia en sectores rurales que tienen las empresas que brindan los servicios de telecomunicaciones por lo difícil de la introducción del servicio, situación que obliga a ampliar el ancho de banda en Guatemala, en donde aún las empresas de telecomunicaciones ofrecen limitado este servicio debido a su alto costo y a la saturación de datos que la red tiene hoy en día.

Al ver esta problemática y lo que representa en sí, para el desarrollo de un país, es así como nace el negocio de WISP (Wareless Internet Service Proveedor) como un medio más, en este campo, el cual opera por medio de la compra de ancho de banda a las compañías de telecomunicaciones existentes en Guatemala.

Un WISP es un proveedor de servicios de internet que permite a los usuarios conectarse a un determinado punto de acceso por medio de una red inalámbrica, esta metodología ofrece servicio de banda ancha que permite a los clientes acceder a internet desde cualquier lugar dentro de la zona de cobertura.<https://www.check-fiber.com/que-es-un-wisp/> Recuperado 20-3-2020

Las conexiones inalámbricas deben contar con las condiciones siguientes:

- Los usuarios deben localizarse en un radio de 12 kilómetros de la antena,
- Línea de vista directa entre el sitio en donde se encuentra la antena y el usuario,
- Uso de frecuencias de 2.4 GHz o 5.8 HGz según las regularizaciones locales, y
- Equipos compatibles entre sí, del transmisor como del receptor.

Los proveedores de este servicio ofrecen los recursos de software y hardware, los que son necesarios para que por medio de ellos se obtenga una excelente conexión de internet.

Dentro de las ventajas de un servicio WISP se contempla que su funcionalidad no requiere de un cableado estructurado para poder prestar el servicio de internet, como lo hacen otras instituciones que prestan similar servicio, por lo que esta modalidad viene a convertirse en una solución efectiva y eficiente para particulares en zonas rurales o población de recursos económicos limitados.

De conformidad a la evolución de la tecnología inalámbrica, este tipo de negocio (operador WISP) está creciendo de forma muy acelerada, lo cual está permitiendo competir con las dos grandes empresas que operan en Guatemala, en la actualidad, tanto en lo que respecta a precios, como a equipo e infraestructura.

Entre los muchos beneficios que brindan los WISP se encuentra el poder contar con una amplia cobertura sin necesidad de tener una gran infraestructura en el área donde se opera, recuperar la inversión del negocio de una forma escalable, conforme aumenta la demanda de usuarios, esto hace que el retorno de la inversión sea más rápida y efectiva, por lo que el WISP empieza a recuperar lo invertido y obtener ganancias en reducido tiempo.

El negocio del WISP, para implementar su infraestructura debe colocar una pequeña torre que está compuesta por los equipos siguientes:

- Mástil: Con estructura vertical de gran altura que va anclado al suelo o al techo de algún inmueble, y en este se colocan las antenas que el proveedor tenga a bien requerir, las cuales dependerán de la cantidad de usuarios a atender,
- Sectores de servicio: Antenas con ángulo de apertura específica, que cubran zonas puntuales con características particulares,
- Antenas omnidireccionales: Las cuales deben de poseer un ángulo de apertura con un rango de 360°,
- Enlace de internet: Contratar un ancho de banda con cualquier operador que dependerá de los clientes que desea conectar,
- Electrónica de red: Se utiliza para interconectar todo el equipo a través del cableado de red o fibra, y
- Sistemas centrales: Los sistemas son los encargados de gestionar el ancho de banda, el servicio a los usuarios, la gestión del ancho de banda de los usuarios, la seguridad de la red y de los usuarios, redundancia de la infraestructura, gestión del direccionamiento público, copias de seguridad.

Por lo descrito con anterioridad, este giro de negocio, dentro de sus bondades, está él no requerir permisos municipales para prestar el servicio, siendo lo único que se necesita, un espacio adecuado, para la colocación de todo el equipo y así comenzar con el emprendimiento.

En lo que se refiere a la calidad de servicio esto dependerá de varios factores según los requerimientos de red, por lo que se debe hacer una evaluación de los puntos siguientes:

- Asignación del ancho de banda de una manera o forma diferenciada,
- Procurar evitar de manera adecuada el congestionamiento de la red,
- Definición concreta de las prioridades, esto de acuerdo con el tipo de tráfico que más consumen los usuarios del servicio, y
- Configuración de forma óptima del tráfico de la red.

En la actualidad, en la República de Guatemala, operan sesenta y ocho (68) proveedores de servicio de internet inalámbrico, quienes desarrollan sus operaciones, dentro y fuera de la ciudad capital, mismos que se convirtieron en los sujetos de esta investigación a quienes se le aplicaron los instrumentos y posterior al análisis de los resultados obtenidos del trabajo, cuyo fin fue el establecer si el uso de un plan de negocios para proveedores de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala, es o no funcional, se procedió a extrapolar la información más relevante y existente con la encontrada.

Como resultado de esto, se logró detectar que el mayor porcentaje de proveedores que tienden a prestar este servicio de internet bajo la modalidad inalámbrica, no poseen un plan de negocios para su empresa, y a pesar de que tienen el conocimiento sobre la importancia y beneficios que conlleva poseerlo, reconocen que éste les puede garantizar con mayor certeza el éxito de sus negocios.

Hay que resaltar que una de las finalidades específicas de las ciencias mercadológicas es apoyar a las instituciones privadas o públicas en todo lo relacionado a la comercialización de sus productos o servicios, en virtud de que esta ciencia les viene a dar un agregado de valor a los consumidores, por medio de técnicas y tácticas enfocadas en entender todas las necesidades de sus públicos objetivos.

Si se toma en consideración, los conceptos vertidos con anterioridad, se puede deducir que cada uno de los proveedores que prestan servicio de internet inalámbrico, a pesar de no contar con herramientas mercadológicas que en su momento mejorarían el flujo de sus negocios, éstos han adoptado un rol de emprendedores con visión, y al respecto de lo descrito, según Allen & Meyer (2007) define el emprendimiento como: “El proceso de reconocer una oportunidad, probarla en el mercado y reunir los recursos necesarios para entrar en un negocio” (p.2), por lo que la economía estudia como las personas utilizan sus escasos recursos para perseguir sus sueños y deseos y se adentran a una aventura sin miedos y emprenden el negocio por lo que Allen & Meyer confirman: “No todo el mundo es empresario o empresaria pero la actitud empresarial permite identificar a quien realmente lo es” (p.7).

Por lo que, éstos proveedores, apoyados por la Ciencia de la Mercadotecnia la cual se basa en el conocimiento profundo del comportamiento de los consumidores que lo hace a través de la investigación de forma científica de los mercados, con la finalidad de entender las necesidades de éstos y encontrar la forma más asertiva de satisfacerlas, por medio de los recursos y estrategias mercadológicas que cada marca implemente para lograr estos objetivos.

Y para el logro de ello, se hace necesaria e importante la creación e implementación de un plan de negocios, en donde como primera instancia, se plantearán las bases y directrices del mismo, a través del análisis, el estudio del giro de negocio, la organización y planificación para ejecutar el proyecto.

Esta acción podrá facilitar y detallar la orientación de cada área de la empresa, donde es necesario estructurar el plan por fragmentos lo cual facilitará hacer un detalle profundo de cada aspecto que compete a cada área de la entidad, para así y de esta manera, poder perfeccionar la idea del negocio a emprender, para lo que se necesitará establecer lo siguiente:

- **Resumen ejecutivo**

En este espacio se deberá establecer las necesidades de la institución, como lo es el nivel de capital y financiación de recursos materiales y humanos, así como los objetivos que se desean alcanzar.



- **Descripción del negocio**

En este apartado se deberá incluir una reseña del giro del negocio, detallando que productos o servicios tendrá a bien ofrecer,

- **Estudio de mercado**

Se hará un estudio con la finalidad de definir el mercado meta, es decir tener claridad de donde se desea incursionar,

- **Análisis de la competencia**

Es necesario realizar un análisis minucioso sobre los posibles competidores, todo con la finalidad de poder desarrollar estrategias de diferenciación en el mercado.

- **Estrategias de venta y marketing**

Se debe definir las acciones que se van a implementar para promocionar el servicio o producto que se desea impulsar, y

- **Financiación de la empresa**

Este aspecto se deberá incluir al final de la elaboración del plan de negocios, pero su presencia es vital, debido a que en el mismo se incluyen los gastos iniciales y fijos hasta los costes y se hace una estimación aproximada de ingresos según el precio del bien o servicio que se pretende.

Por lo regular, la mayoría de las personas que inician un negocio, tienden a hacerlo sin efectuar una planeación, situación que les lleva en la mayoría de los casos a un fracaso en menos de un año, por lo que el hecho de hacer un plan de negocios, tiende a brindar muchos beneficios que ayudarán a dirigir y administrar un negocio.

Al momento de iniciar un negocio, el objetivo que se percibe a través de este radica en alcanzar el éxito, pero en la mayoría de las ocasiones por no tener herramientas que orienten, se desconoce el rumbo que se debe tomar de acuerdo a la comercialización y requerimiento del producto o servicio.

Cuando se realiza un plan de negocios, apegado a la realidad, esto lleva a tener muchos beneficios que, en la mayoría de los casos, varios emprendedores desconocen, por lo que se dan a conocer algunos de estos.

- **Objetivos claros**

Todo negocio tiende a definirse por tener objetivos concretos, tanto estratégicos como objetivos específicos los cuales indicarán el rumbo correcto que se debe tomar para alcanzar las metas definidas,

- **Proyecciones firmes**

En el plan de negocios se describirá el dato sobre el mercado meta, la competencia, las ventas, los costos y procesos que se necesitan para el buen funcionamiento del negocio, para que este logre una efectividad en lo que hace,

- **Administración del efectivo**

Esta acción se desarrolla de forma adecuada, para enlazar las proyecciones de ventas, costos, activos, gastos y deudas que posee la institución,

- **Cronograma de actividades**

Con la implementación del plan de negocios, se debe de establecer las fechas y eventos importantes para ser ejecutados dentro del periodo previamente establecido por la empresa.

Cuando se realiza un plan de negocios a conciencia, donde se toman en consideración todos los aspectos que el mismo requiere, esto permitirá monitorear de forma constante los alcances que se ha obtenido y si existe alguna irregularidad, corregir los mismos para llegar a una efectividad laboral.

### **3.2 Hallazgos y análisis general**

Toda investigación, que tiende a dar insumos para la elaboración de un Artículo Científico, por la naturaleza de esta y los enfoques que se utilizan, procura encontrar respuestas a fenómenos estudiados y a través de la aplicación de diferentes tipos de estrategias mercadológicas poder minimizar o solucionar los mismos.

Por tal razón, posterior a la indagación realizada, a los sujetos de la investigación, por medio de las encuestas, se logró encontrar una serie de hallazgos, que le dan fundamento al trabajo realizado, como lo es, que muchos de estos emprendedores, dedicados a prestar servicio de internet inalámbrico, no poseen un nivel académico alto, y adolecen de una carrera profesional ya que en su mayoría, únicamente alcanzaron a finalizar el nivel primario; sin embargo, hay que reconocer y valorar, que éstos poseen poder adquisitivo y han logrado llegar a ser emprendedores exitosos por ser personas autodidactas, lo cual les ha beneficiado en su negocio, por realizar muchas actividades con su propio ingenio y sabiduría, que les ha permitido llegar a conocer las necesidades de la población a la que se dirigen y emprender su negocio sin conocimiento alguno.

Sin duda alguna lo que más evidencian estos emprendedores, positiva es una excelente actitud y un alto nivel de optimismo, los cuales se verían más potencializados si llegasen a contar con planes estratégicos que les ayuden a mejorar todos los aspectos presentes en una organización, como lo es en el área financiera, de infraestructura y comerciales las cuales tendrían un exitoso crecimiento.

Se ha logrado establecer que de acuerdo a lo investigado por los proveedores de internet inalámbrico, que el noventa y cuatro por ciento de sus clientes se encuentran satisfechos con el servicio que se les presta por concepto de precio, que a diferencia de las grandes compañías de telecomunicaciones ofrecen un bajo costo en un veintiocho por ciento del precio del mercado, siendo un promedio cien quetzales de cobro mensual por un servicio de dos mega bytes por segundo, que para una familia con recursos limitados pueda tener acceso a este servicio que en la actualidad es de suma importancia para el desarrollo de la población guatemalteca.

Así mismo, los resultados indicaron que un cuarenta y un por ciento de los proveedores de servicio de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala, realizan ofertas para atraer nuevos clientes, pero tan solo un treinta y cinco por ciento tiene una estrategia para fidelizar a sus clientes actuales, por lo que se puede observar que uno de los motivos que no tienen un rápido crecimiento es porque mientras atraen nuevos clientes otros cancelan el servicio.

### 3.3 Conclusiones

- Por medio del estudio realizado se logró establecer que al implementar y aplicar de manera adecuada un plan de negocios por parte de los proveedores de internet bajo la modalidad inalámbrica sus empresas adquieren mayor efectividad en el servicio que prestan y su rentabilidad mejora al convertirse en negocios altamente rentables.
- Los entrevistados coincidieron en que al contar con un plan de negocios sus recursos técnicos, financieros y comerciales se maximizan lo cual redundando en una mejora en sus operaciones provocando una mejor posición dentro del mercado con mayores probabilidades de expansión.
- Se estableció que el 71% de los proveedores de este servicio no cuentan con un plan de negocios que les facilite y oriente las estrategias comerciales que deben implementar para prestar un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes.
- En relación al área de cobertura que cada una de las empresas presta este servicio a la población demuestra que el 81%, por el equipamiento que posee si abarca el espacio para el cual fue diseñado lo que evidencia un nivel de satisfacción de los usuarios, caso contrario con el porcentaje restante, los cuales necesitan ampliar sus equipos para lograr la fidelización de los mismos.

## 4. Referencias

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). **Fundamentos de Marketing** (8 ed.) Pearson: Prentice Hall. México D.F
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado y Pilar Baptista L. (2006) **Metodología de la Investigación**. Editorial McGrawHill. México, D.F
- FinchB.,(2002) **Como desarrollar un Plan de Negocios**. (1 ed.) Editorial Gedisa. España
- Sherwin, Elton B. **Como planear y dirigir un negocio de tecnología exitoso: Internet, computación, software, servicios, productos,...** Editorial Panorama, 2004. México, D. F
- Castells, M., (2001) **La galaxia Internet** – Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona
- Herrera, E.,(2009) **Introducción a las telecomunicaciones modernas** (1 ed). Editorial Limusa.
- Check Fiber Company** (Abr 10, 2019) Qué es un WISP recuperado de: <https://www.check-fiber.com/que-es-un-wisp>
- Banda Libre Comunicaciones** (abril 12, 2017) Qué tipos de servicios puedes ofrecer en un negocio WISP recuperado de: <https://bandalibre.es/tipos-servicios-puedes-ofrecer-negocio-wisp>
- OpenMind BBVA El **impacto de internet en la sociedad**: una perspectiva global recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global>
- CreceNegocios (22 Ago 2019) **Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno**, recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios>

## **Anexos**

## Anexo 1



Facultad de Ciencias Económicas  
Licenciatura en Mercadotecnia

Plan de negocio para proveedores de servicio de internet inalámbrico en la ciudad de Guatemala

El propósito de esta encuesta es de carácter académico y su finalidad radica en establecer si los proveedores de este servicio cuentan con una planeación estratégica que mejore su campo de acción. Por la colaboración prestada muy agradecida.

Instrucciones: Marcar con una “X” la respuesta que crea oportuna.

1. ¿Tiene conocimiento del objetivo de un plan de negocios?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

2. ¿Conoce la importancia de tener un plan de negocios para su empresa?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

3. ¿Posee dentro de su administración una planeación estratégica que garantice el éxito de su empresa?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

4. ¿La cobertura con la que cuenta, satisface al cliente final?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

5. ¿La señal de internet que brinda se satura en horas de mayor conexión de los usuarios?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

6. ¿Qué canal es el de mayor consumo entre sus clientes?

Netflix\_\_\_\_ Youtube\_\_\_\_ Facebook\_\_\_\_ Google\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_

7. ¿Cuántas empresas que proveen internet operan en el área donde presta usted el servicio?

\_\_\_\_\_

8. ¿Le interesaría ampliar su área de cobertura?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

9. ¿Su cartera de clientes en que rango se encuentra?

50-99 \_\_\_\_\_ 100-199\_\_\_\_ 200 o mas\_\_\_\_\_

10. ¿Posee una planificación que incluya la fidelización del cliente?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

11. ¿Realiza ofertas para atraer a nuevos clientes?

Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_



12. ¿Si su respuesta es positiva, indique con qué frecuencia realiza ofertas?

Mensual\_\_\_\_\_

Cada 2 meses\_\_\_\_\_

Cada 3 meses o mas\_\_\_\_\_

13. ¿Con relación al servicio que presta, el costo de este se adecua al nivel económico de la población y es aceptado por esta?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

14. ¿Sus clientes actuales se encuentran satisfechos con el servicio?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

15. ¿Los recursos técnicos, financieros y comerciales que posee responden a las necesidades de sus usuarios?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_