



UNIVERSIDAD SAN LORENZO



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,
EMPRESARIALES Y TECNOLOGICOS

Cátedras: Metodología de la Investigación Social.

Introducción a la Economía.

Catedráticas: Lic. Limpia Ortigoza – Lic. Selva Arzamendia.

Curso: 1º

Carrera: Administración de Empresa.

Ciudad del Este

-

Paraguay

Año 2.012

Hoja de Aprobación

Visto la presentación del Trabajo de Investigación en las Materias: Metodología de la Investigación Social - Introducción a la Economía con el Tema:

“Competencias en Servicios de Telefonía Celular”

La coordinación de la Universidad San Lorenzo:

Aprueba

Desaprueba

El tema presentado.

Lic Limpia Ortigoza Melgarejo

.....

Lic. Selva Arzamendia

.....

Índice

Introducción-----	5
Planteamiento del Problema-----	6
Objetivo General-----	7
Objetivos Específicos-----	8
Preguntas de Investigación-----	9
Justificación-----	10
Hipótesis-----	11
Variables-----	12
Marco Teórico-----	13 - 38
Diseño Metodológico-----	39
Trabajo de Campo-----	40 – 46
Conclusión-----	47
Bibliografía-----	48

Introducción

La telefonía celular, es un sistema de comunicación inalámbrico que utiliza la tecnología de celdas, las que se enlazan a través de radio bases y antena permitiendo su expansión y cobertura.

Su historia comienza durante la 2ª guerra mundial a razón de la necesidad de comunicación y fue durante este holocausto, que se crean los primeros equipos, seguido de la investigación y desarrollo. Hasta que a principios de la década de los años 80 la empresa de tecnología y comunicación Ericsson, lanza al mercado mundial los primeros celulares, llegando a nuestro país de la mano de un grupo inversor en los años 90.

Su expansión y masificación ha sido progresivo, podemos recalcar el gran impacto que tiene en nuestra economía considerado uno de los negocios que más aporta al fisco, con más de seis millones de usuarios, generando empleo en el país y se calcula que unas cincuenta mil personas dependen directamente del negocio lo que fortalece en gran medida nuestra sociedad.

El ingreso al mercado de este sistema de comunicación ha abierto las puertas a otras empresas que entran a competir por ganar nuevos usuarios, utilizando todas las estrategias de libre mercado disponible. La cual fundamentaremos, desarrollaremos y demostraremos que está libre competencia favorece directamente a los clientes o usuarios de la telefonía celular.

Descripción del Problema

Una de las empresas más competitivas en el ámbito de la comunicación en el siglo XXI es la telefonía celular, este fenómeno se da a nivel mundial y nuestro país no se escapa de esa realidad. Se puede observar que en las empresas de la comunicación, en especial las de telefonías celulares, existen una verdadera competencia por el marketing que despliegan para captar el interés del usuario.

Planteamiento del Problema

¿Cómo se da la competencia entre las empresas de telefonía celular de Ciudad del Este?

¿En qué medida beneficia la competencia a los usuarios?

Objetivo General

Determinar el grado de incidencia de la competencia entre las empresas de telefonía celular y sobre la conducta del consumidor.

Objetivos Específicos

- ❖ Conocer las empresas que ofrecen Telefonía Celular en Ciudad Del Este.
- ❖ Identificar el tipo de marketing que utilizan las empresas de telefonía celular para incursionar en el mercado
- ❖ Identificar los servicios que ofrecen las empresas de telefonía celular en Ciudad Del Este para satisfacer a sus clientes
- ❖ Determinar la preferencia de los usuarios respecto a los servicios que ofrecen las empresas de telefonía celular de Ciudad Del Este.

Preguntas de Investigación

- ❖ ¿Cuáles son las empresas de telefonía celular que operan en Ciudad Del Este?
- ❖ ¿Qué tipo de marketing utilizan las empresas de telefonía celular para incursionar en el mercado?
- ❖ ¿Qué servicios ofrecen las empresas de telefonía celular de Ciudad Del Este, para satisfacer a sus clientes?
- ❖ ¿Cuál es la preferencia de los usuarios con respecto a los servicios que ofrecen las empresas de telefonía celular de Ciudad del Este?

Justificación

Teniendo en cuenta que las empresas de telefonías celulares que operan en nuestra ciudad, invierten una fortuna en marketing para captar clientes, hemos decido investigar más afondo sobre el tema, a los efectos de demostrar cuál es la empresa que cuenta con mejor servicio, si los usuarios de la misma reciben beneficios y cuáles son los servicios más utilizado por los usuarios.

Consideramos que la investigación dará a conocer datos relevantes que ayudara a fomentar el interés de los consumidores, empresarios, estudiantes y a la vez generar un grado de conciencia en ellos.

Hipótesis

- ❖ La competencia entre las empresas de telefonía celular beneficia directamente a los consumidores o usuarios del servicio, y en consecuencia a todos los actores del mercado en el marco Económico.
- ❖ El marketing que más utilizan las empresas de telefonía celular son las promociones de servicios.
- ❖ El 80% de los usuarios de Ciudad del Este, utilizan los servicios de llamadas y mensajes.
- ❖ Las tendencias de preferencia de los usuarios están entre las empresas TIGO y PERSONAL en Ciudad del Este.

Variables

- ❖ Empresa: TIGO, PERSONAL, CLARO, VOX.

- ❖ Servicios: llamadas, mensajes, presta saldo, envió de dinero, internet.
- ❖ Interés de los consumidores.
- ❖ Competencia

Telefonía Celular



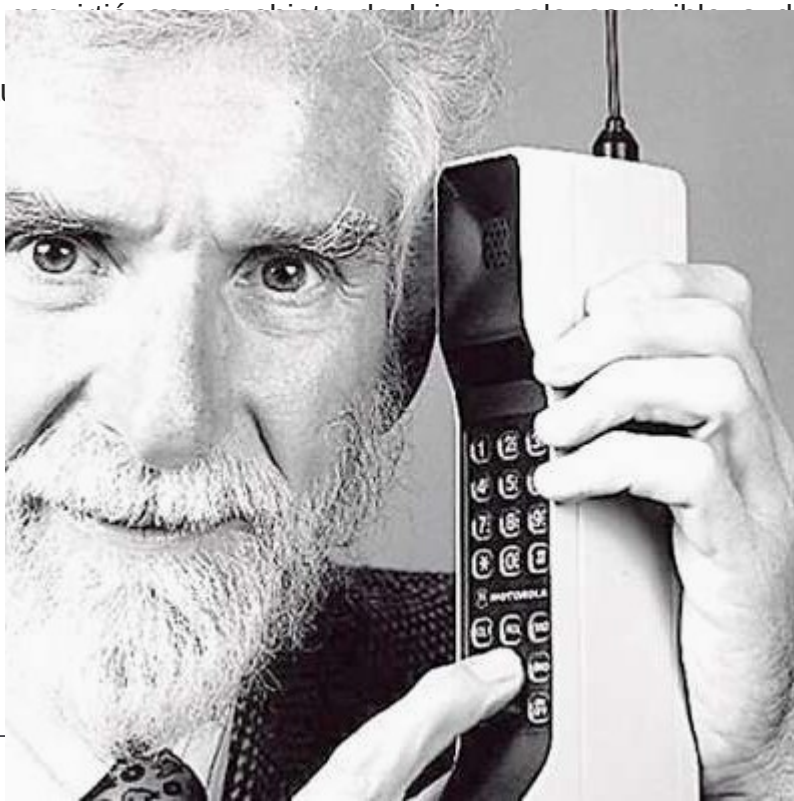
1. Historia del Teléfono Celular

El teléfono celular se remonta a los inicios de la Segunda Guerra Mundial, donde ya se veía que era necesaria la comunicación a distancia, es por eso que la compañía Motorola creó un equipo llamado Handie Talkie H12-16, que es un equipo que permite

el contacto con las tropas vía ondas de radio que en ese tiempo no superaban más de 600 Khz. (kilohertzio. Mil ciclos por segundo).

Fue sólo cuestión de tiempo para que las dos tecnologías de Tesla y Marconi se unieran y dieran a la luz la comunicación mediante radio-teléfonos, Martín Cooper, pionero y considerado como el padre de la telefonía celular, fabricó el primer radio teléfono entre 1970 y 1973, en Estados Unidos, y en 1979 aparecieron los primeros sistemas a la venta en Tokio (Japón), fabricados por la Compañía NTT. Los países europeos no se quedaron atrás y en 1981 se introdujo en Escandinavia un sistema similar a AMPS (Advanced Mobile Phone System).

1.1. El primer teléfono celular: Éste es el primer teléfono celular de la historia, el abuelo de los que conocemos en la actualidad. Su nombre es Motorola DynaTAC 8000X y apareció por primera vez en el año de 1983. Era algo pesado, 28 onzas (unos 780 gramos) y medía 33" x 9" x 4.5cm.". Obviamente era analógico, y tenía un pequeño display de LEDs. La batería sólo daba para una hora de conversación u 8 horas en stand-by. La calidad de sonido era muy mala, era pesado y poco estético, pero aún así, había personas que pagaban los USD \$3,995 que costaba, lo cual lo convirtió en un símbolo de estatus y de poder para determinadas esferas sociales, al



Los primeros en utilizarlos fueron hombres de negocios, ejecutivos y personal de alto poder adquisitivo, en primer término porque el desarrollo socioeconómico de una empresa depende estar comunicado eficazmente, conectado con proveedores, clientes, empleados, gobiernos y organismos reguladores. Otra causa de este uso acotado se debía a los elevados costos que estos servicios implicaban por la falta de competencia entre las compañías de telefonía celular que obligan a bajar los precios y a mejorar los problemas técnicos.

Hacia 1984, la compañía logro vender 900.000 teléfonos, cantidad que se estaba pensado alcanzar recién en el año 2000.

1.1.1- Primera generación de los teléfonos celulares: La primera generación comprende desde la aparición del primer teléfono celular en el mercado mundial conocido como "el ladrillo" (DynaTac 8000X) hasta finales de los 80. Estos eran caracterizados por ser de tecnología analógica para uso restringido de comunicaciones orales. La tecnología predominante en esta generación fue la AMPS (Advanced Mobile Phone System)

1.1.2- Segunda generación de los teléfonos celulares: La segunda generación hace su aparición en la década de los 90, en su mayoría son de tecnología digital y tienen ciertos beneficios muy valorados. A finales de la década se produce la fiebre por los teléfonos celulares, la gente común se agrega a la lista de usuarios, favorecidos por el tipo de cambio y la competencia entre diferentes compañías. Las tecnologías predominantes son: GSM (Global System por Mobile Communications); IS-136 (conocido también como TIA/EIA136 o ANSI-136) y CDMA (Code Division Multiple Access) y PDC (Personal Digital Communications), éste último utilizado en Japón.

1.1.3- Tercera generación de los teléfonos celulares: Se inaugura la masificación de los teléfonos celulares. En estos años los teléfonos celulares se encuentran provistos de un chip, tarjeta SIM, donde se encuentra ingresada toda la información.

Una de las causas más importantes de la extensión en el consumo hasta llegar a capas humildes de la sociedades la existencia en el mercado de teléfonos GSM de lo que se llama "bajo rango", como los Nokia 1100, Sagem XT, Motorola C200 o C 115, Alcatel, Siemens A56 o Sony Ericsson T106, todos a precios muy económicos y rodeados de promociones. Sin embargo la necesidad de pertenencia, de alcanzar cierto status social no deja de estar presente, el celular además de su uso comunicativo no deja de tener un valor simbólico de pertenencia de clase, tanto en los jóvenes como en los altos ejecutivos que aun hoy siguen beneficiándose con sus servicios.

En 2001 se lanza en Japón la 3G de celulares, los cuales están basados en los UMTS (servicios General de Telecomunicaciones Móviles). En este caso se dio uno de los pasos finales en lo que es la telefonía móvil y la Informática. La novedad más significativa fue la incorporación de una segunda cámara para realizar video llamadas, es decir hablar con una persona y verla al mismo tiempo por medio del teléfono móvil.

2- Antecedentes a nivel Mundial

Las telecomunicaciones es un negocio que se ha afianzado mediante los avances tecnológicos a nivel mundial, según datos de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), entes que rigen y regulan el servicio a través de las 108 países asociadas, solo el sector de la telefonía celular representa el 40 por ciento de los 1,5 billones de dólares americanos al año y van en una curva de crecimiento constante cada año en el rango del 9 por ciento, los suscriptores del servicio en todo el mundo ya duplican a los usuarios de la telefonía fija. En la última década ha registrado modificaciones de amplio alcance con la introducción de la competencia en un sector que antes era principalmente monopolístico en todos los países.

Tomamos E.E.U.U, y España para los antecedentes mundiales, el primero por ser el país que da nacimiento al servicio y el segundo por la hispanidad que nos une.

En Estados Unidos existen más de 180 operadores móviles, aunque sólo 4 de ellos operan a nivel nacional: Verizon, AT&T, Sprint y T-Mobile. El resto de operadores móviles se dividin entre regionales, locales y virtuales.

Verizon Wireless, con más de 108 millones de clientes, es la mayor compañía móvil de Estados Unidos. , con capital accionario dividido en 45 por ciento por Vodafone y 55 por ciento por Verizon Communications.

Según datos del año 2010, recopilados por la OMC, el 96 por ciento de la población de los Estados Unidos cuenta con teléfonos móviles.

Móviles vs Población

Las empresas ejercen una fuerte competencia entre ellas por conseguir el liderazgo del mercado, los actores comerciales, promociones y campañas publicitarias en un mercado de más de 300 millones de usuarios, buscan atraer a los consumidores ofreciendo nuevas tecnologías, valores agregados en los servicios, las empresas proveedoras de los equipos celulares cumplen un papel preponderante entre las que se encuentran la Estadounidense Appel, (iPhone 4S, el mejor equipo a la fecha), la Canadiense Black Berry, y la Samsung (androide) compiten por ser los mejores en innovaciones.

La llegada de la telefonía móvil a España se produjo en 1976, con la puesta en servicio del "Teléfono automático en vehículos" (TAV) por la entonces Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE). Este sistema estaba limitado a Madrid y Barcelona, y sólo podía emplearse en vehículos.

El mercado español de la telefonía móvil se ha caracterizado históricamente por la escasa competencia, especialmente en el precio de las llamadas, como se desprende de su historia (fue monopolio hasta 1995) y de las afirmaciones hechas en numerosas ocasiones por asociaciones de consumidores (la Asociación de

Consumidores de Asturias o FACUA) el propio órgano regulador, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), e incluso la Audiencia Nacional, que en alguna de sus decisiones ha calificado el mercado de "oligopolio estrecho". Es el primer país en contar con una ley de competencias por lo que deja un antecedente muy importante en la historia de las telecomunicaciones en el sector de la telefonía celular.

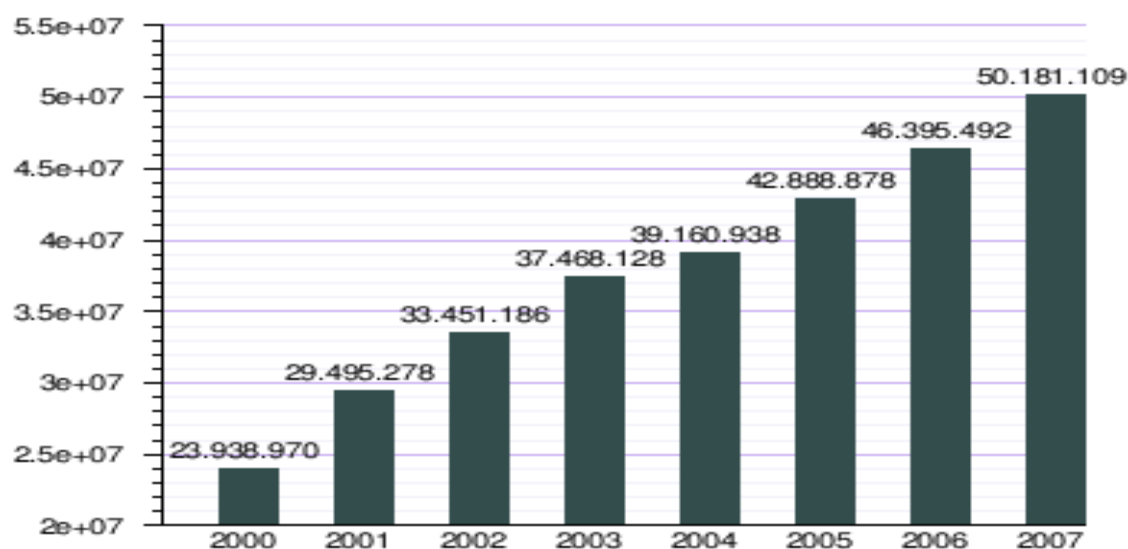
En 2007, la Comisión Nacional de la Competencia abrió un expediente sancionador contra los tres mayores operadores ante acusaciones de presunta concertación de precios. El expediente se resolvió en diciembre de 2008 con la propuesta de multar a Movistar por conducta muy grave, al haber cometido presuntamente una falta contra el artículo 1 de la ley 16/1989 de Defensa de la Competencia, por haber anunciado un cambio de precios con mayor antelación de la necesaria para, presuntamente, facilitar a la competencia el cambio de sus tarifas de igual manera. Tras un recurso por la empresa afectada, Telefónica, la CNC resolvió en julio de 2009 que no había quedado "suficientemente acreditada" tal concertación: "no se ha podido demostrar que Telefónica anunciara sus tarifas con una antelación y unos procedimientos anormales".

En enero de 2011, la CNC abrió un nuevo expediente a las tres mayores compañías del mercado, Movistar, Vodafone y Orange, a resultas de una denuncia por "un posible abuso de posición de dominio, individual y colectiva" en la fijación de condiciones a los operadores móviles virtuales.

Según cifras de diciembre de 2011, el número de líneas de telefonía móvil para comunicación personal era de unos 56.189.478, frente a 47.157.822 habitantes, siendo la tasa de penetración de 111,5 líneas por cada 100 habitantes. El total de líneas de servicios de telemetría o telecontrol (M2M) era de 2.510.608, lo que hace un total de

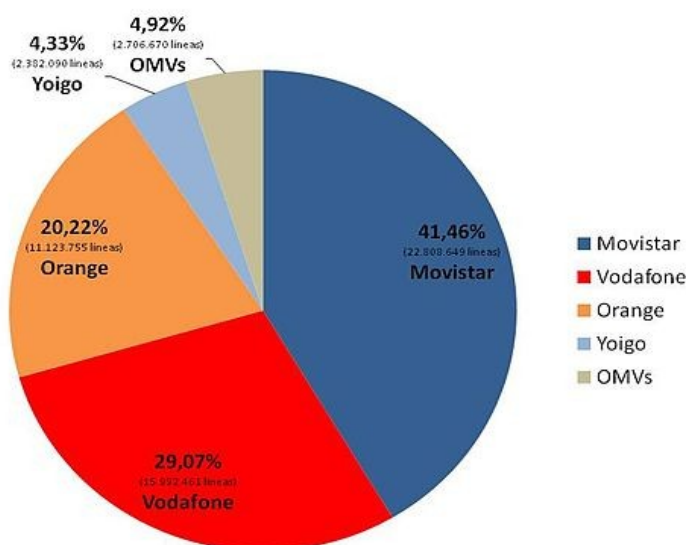
líneas operativas de 58.700.086. De las líneas personales, el 42,12% corresponden al sistema de cobro prepago y el 57,88% restante a pos pago (también denominado contrato).

Existen cuatro operadores con red propia (es decir, que gestionan el servicio completo por sí mismos) y un número de operadores móviles virtuales que ronda la veintena.



División menor: 1.000.000 líneas (la escala comienza en 20.000.000).

Fuente: Observatorio Red.es. Gráfica elaborada por Wikipedia.



Actualmente, la inmensa mayoría de los abonados españoles emplean el estándar digital GSM, empleado por las tres mayores compañías y sus OMVs, asociados. También está en uso el estándar UMTS de telefonía móvil de 3G, para el cual disponen de licencia estos tres operadores y un cuarto llegado al mercado en diciembre de 2006.

Las tres mayores compañías (Movistar, Vodafone y Orange) tienen implantado en sus redes el estándar de banda ancha HSDPA con mayor o menor extensión de cobertura.

España es uno de los países de la Unión Europea con mayor extensión y calidad de cobertura; según un estudio del Ministerio de Industria de 2006, el 98% del territorio español cuenta con cobertura GSM, por delante de países como Francia, Italia o Alemania.

3- **Antecedentes a nivel América Latina**

Es después de Asia la región del mundo con mayor número de suscriptores, registrando cerca 530 millones de usuarios.^[1] La penetración de telefonía celular en la región llega al 90% de la población y en casos como Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Paraguay y Venezuela el número de líneas es igual o superior a la cantidad de habitantes de esos países^[2]

Brasil tiene 188 millones de usuarios, lo que lo hace el mercado más grande de Latinoamérica y el quinto país a nivel mundial, mientras que Cuba con menos de 700 mil conexiones y una penetración del 6% de su población lo relega a los cinco países con menor porcentaje de usuarios en todo el mundo.

Así lo asegura la firma de análisis Wireless Intelligence, con sede en Londres, que recopila las cifras oficiales de suscripciones móviles en todos los países.

"En los últimos años hemos visto como se expande la tecnología celular en América Latina. En particular en Brasil, la inversión ha sido amplia. En el último trimestre del año también hemos visto una gran inversión en mercadotecnia en dicha zona lo que está trayendo mayor demanda", aseguró a BBC Mundo Joss Gillet, analista de la empresa.

"Hay una creciente demanda por obtener nuevos servicios en la región. En comparación con los saturados mercados europeos, en América Latina hay bastante espacio para crecer". (Recopilado de la agencia de noticias BBC de Londres)

Los datos obtenidos hablan que existe una fuerte puja por el control o penetración de los grandes conglomerados de la telefonía celular en todos los países de la región, la competencia los lleva a crear alianzas , fusiones de pequeños Grupos , que al sentirse sobrepasados por los capitales multimillonarios toman la decisión de la venta o fusión de capital accionario para no desaparecer , en el siguiente resumen podemos apreciar la supremacía de alguna empresa y su presencia en los países mas importantes por el capital más importante que buscan retener, que son los clientes, la estrella que brilla en el horizonte de estas empresas

En resumen tenemos:

1-Telefonica, presente en 10 países de la región incluyendo el nuestro.

2-Claro, presente en 8 países en la región, con una diferencia pequeña.

3- Millicom, en 3 países.

País	Marca	Matriz	Líneas	Mercado
Argentina	Claro	América Móvil	17.900.000	35%
Brasil	Claro	América Móvil		
Chile	Claro	América Móvil		
Colombia ^[4]	Claro	América Móvil	33.489.221	66%
Ecuador	Claro	América Móvil		
Paraguay	Claro	América Móvil	405.000	6%
Perú	Claro	América Móvil		
Uruguay	Claro	América Móvil		
Bolivia	Tigo	Millicom	2.308.000	
Paraguay	Tigo	Millicom	3.573.500	56%
Colombia	Tigo	Millicom/ETB/EPM	5.673.119	11%
Argentina	Movistar	Telefónica	16.800.000	33%
Argentina	Personal	Telefónica	15.300.000	30%
Chile	Movistar	Telefónica		
Colombia	Movistar	Telefónica	11.391.072	22%
Ecuador	Movistar	Telefónica		
Paraguay	Personal	Telefónica	1.982.200	31%
Perú	Movistar	Telefónica		
Uruguay	Movistar	Telefónica		
Venezuela	Movistar	Telefónica		
Brasil	Vivo	Telefónica/Portugal Telecom		

En todos los países de América Latina han pasado en una primera etapa por el monopolio en la telefonía celular, la historia de cada país así lo afirma y que fue ejercido por alguna empresa estatal o por la empresa que desembarco en forma inicial, estas etapas de transición dieron en gran medida una ventaja de posicionamiento que es presente hasta hoy en día en algunos países, luego de que la expansión diera paso a la entrada de nuevas empresas, creándose así la competencia.

Cada país en América ha sufrido con el monopolio, hoy la competencia y el poder económico de los grupos.

France Télécom vendió su parte de la compañía a los inversores locales del Grupo Wertheim, los que más tarde vendieron el 8% de su participación a Telecom Italia. Con esta reforma del capital, Telecom Italia, controlada por Telefónica de España, se posicionó como socio controlante de la compañía. Además, Telefónica, por medio de su otra controlada en el país, Telefónica de Argentina, aseguró un monopolio en las telecomunicaciones del país. La actual propiedad de la compañía corresponde a:

- 54,74% de Nortel Inversora S.A., controlada por Sofora Telecomunicaciones, consorcio compuesto por:
- Grupo Wertheim (32%)
- Telecom Italia (68%) (socio controlante) = TELEFONICA
- 41,5% comercializado en bolsa
- 4,21% participación de los empleados

4- **Antecedentes en Paraguay**

En nuestro país la historia de la telefonía celular, se inicia en 1992 con la puesta en operaciones de la empresa Telecel S.A (Telefonía Celular del Paraguay), hoy denominada TIGO perteneciente al grupo Millicom Comunicaciones, lanza el servicio de tecnología AMPS (siglas en ingles) (Sistema Analógico Móvil Personal), esto la posiciona durante 6 años como el único operador monopolizando el mercado, de la telefonía celular permitiéndole afianzarse en la captación de cliente.

En octubre de 1997, a través de una licitación pública internacional, la empresa Núcleo S.A para la marca Personal, gana la concesión de la segunda banda de servicio de telefonía celular, iniciando operaciones en junio de 1998.

Núcleo S.A., está conformada como sigue, en 32.5% por ABC Comunicaciones (grupo paraguayo) y en 67.5% por Telecom Personal, grupo Telecom, conformado por W de Argentina – Inversiones S.L. y TIM (Telecom Italia Mobile) del grupo Telecom Italia

Personal es la empresa que inauguró la libre competencia en el mercado de las Telecomunicaciones en Paraguay, introduciendo la tecnología Digital, y generando una gran expectativa en los consumidores su imagen fresca y juvenil pronto conquista a los clientes.

El 12 de Mayo de 1999, Hola Paraguay S.A, para su marca VOX COMUNICACIÓN DIGITAL, inicia sus operaciones comerciales en el mercado paraguayo, como empresa pionera en la prestación de servicios de telefonía móvil con tecnología GSM siendo propietaria al operador japonés KDDI y Toyotoshi Holding. Posicionándose con la 3ª operadora de telefonía celular en Paraguay

El 9 de julio del 2010 La estatal Compañía Paraguaya de Comunicaciones (COPACO) confirmó la firma de un memorándum de entendimiento con las propietarias de la telefónica móvil Vox. En el documento, ambas partes manifestaron su voluntad de realizar la compra-venta de acciones de la empresa de telefonía celular. Vox pasó a formar parte de la empresa estatal paraguaya en agosto de 2010, siendo adquirida de la empresa Hola Paraguay S.A. por la estatal.

En el año 2000, surge como competidora AMX Paraguay denominada, Porthable de Hutchinson Telecomunicaciones International Ltd., una unidad del conglomerado Hutchinson Whampoa Ltd. de Hong Kong, y luego de operar 5 años, en nuestro mercado, decide el traspaso en julio del 2005, a la multinacional CTI Movil, que ya operaba en Argentina y Uruguay, perteneciente a America Movil del magnate de las comunicaciones el mexicano Carlos Slim. Entre marzo y abril del año 2008, y por buscar la supremacía de la marca, se realiza el cambio de nombre de CTI Móvil a CLARO, en la región y países de Centro América. Es la 4ª competidora del mercado Paraguay.

Estas cuatros empresas Tigo, Personal, Claro y Vox, compiten en nuestro país, por la supremacía comercial, los datos recientes posicionan a la empresa Tigo como la número uno a nivel nacional con 3.6 millones de abonados según últimos informes proporcionados por la matriz Millicom lo que representa el 57% del total de líneas activas en el país, en Alto Paraná y por los resultados de nuestra investigación la empresa Personal con 45% de penetración ocupa el primer lugar seguida por Tigo con el 44% en un empate técnico las dos empresas Claro y Vox se dividen el 11% restante,

La estrategia de marketing y competencia se basa en la presencia agresiva de la marca, con letreros, toldos, murales, gigantografías, afiches, en locales comerciales

relacionados con el negocio de telefonía celular entre estas dos empresas Personal y Tigo, lo cual comprobamos fácil mente en un recorrido por el centro y barrios de nuestra ciudad, a mas de la publicidad, de televisión, radio y prensa escrita.

Todos estos medios para acercarse a los consumidores fortalecen los demás actores del mercado, podemos citar, fabricantes de toldos, letristas, pintores, herreros, imprentas, empresas publicitarias, medios de comunicación, generando empleos indirectos en forma permanente, demostrando una de nuestras hipótesis.

Informes de medios periodísticos recientes nos muestran que la búsqueda por la preferencia de los consumidores es ilimitada, ofrecer nuevos servicios, innovar he impactar a futuros clientes es la estrategia presente.

Para Tigo; Personal, Vox, y Claro son Incompetentes.

Las empresas de telefonía móvil, continúan disparando gruesas municiones en la guerra que se desato a raíz del acuerdo de compra de empresas del grupo clarín (entre ellas Cable visión y los derechos del futbol local) por parte de TIGO, en Paraguay por USD 150 Millones.

Luego del reclamo hecho en Diputados por ejecutivos de la firma Personal, Claro y Vox (quienes aducen que Tigo tendrá un monopolio), la empresa denunciada salió a responder oficialmente a través de su abogado Javier Parquet, y su gerente de relaciones institucionales, Carlos Díaz.

El gerente ratifico que no existirá monopolio por parte de TIGO. Aseguro que esto es meramente una excusa por parte de las demás telefonías a raíz de su incompetencia para mejorar sus productos y servicios. Añadió que cuando la empresa

de televisión fue ofertada en el mercado, todas las telefonías mostraron interés en adquirirla pero luego desistieron. Dijo que esto demuestra que las otras operadoras y COPACO, no tienen deseos de seguir invirtiendo fuerte en el país, a diferencia de Tigo, que se arriesga a realizar una operación millonaria en medio de una crisis política.

Subrayo también que confía en que Conatel terminara aprobando el negocio ya que no se viola ninguna ley o reglamento.

Las cifras; 3.600.000, clientes tiene Tigo, en telefonía móvil y 210.000 en internet.

A través de un comunicado en la fecha, Tigo recuerda que las empresas en Paraguay invierten bajo las reglas de libre mercado. Tigo tiene más del 60% del mercado de la telefonía móvil y este año festeja 20 años como pionera en el sector.

Transcripción de los puntos que más consideramos importantes del comunicado de prensa de TIGO. En fecha viernes 24 de agosto 2012

“Telecel, S.A entiende que: La economía de mercado, es el sistema de organización económica caracterizado por el libre intercambio de bienes y servicios subordinados al juego de la oferta y la demanda. En el predominan la libre competencia la sana concurrencia y la igualdad de oportunidades.

TELECEL S.A. ha logrado su prestigio y ascendencia en el mercado no en base a prácticas irregulares o conductas impropias en el comercio; muy por el contrario, la elevada productividad corporativa de TELECEL S.A se sustenta en el ejercicio de las herramientas que le proporciona la legítima competencia en una economía de mercado libre y garantista.

El monopolio se presenta únicamente, cuando en el mercado existe solo una empresa que ofrece un bien o un servicio y no se halla sometida a competencia

efectiva. En el ámbito de las telecomunicaciones nacionales nada más alejado de la realidad, ya que el resto de las operadoras compiten efectiva y permanentemente con ella para consolidar y apuntalar su participación en el mercado

Los segmentos de mercado conquistados y la preferencia de los usuarios se basan en la eficiencia integral en sus prestaciones, y las integrantes inversiones que TELECEL S.A. ha comprometido en nuestro país .No se puede hablar de monopolio cuando en el mercado de internet y de Cable distribución existe un porcentaje de penetración de aproximadamente 8% y 35% respectivamente; hecho que refleja la amplitud y extensión del espacio sujeto a sana competencia mercantil.

Ninguna norma de defensa a la competencia en el planeta (donde nuestra competencia tiene posición dominante) reprime el hecho de gozar una posición predominante en el mercado SINO LA EXPLOTACION ABUSIVA DE TAL CONDICION. Es inaudito pretender impedir la realización de una operación absolutamente lícita y se encuentra transparente como las que nos ocupa basados en conjeturas y suposiciones, presumiendo que nuestra empresa incurrirá en práctica distorsivas y desleales.

TELECEL S.A. con absoluta convicción afirma que la adquisición de las operaciones de CABLEVISION PARAGUAY, no es sino la ratificación definitiva de nuestra histórica voluntad de servir mejor al usuario de nuestros servicios, asegurándole a futuro idénticas y mejores prestaciones a las que se encuentra habituada TELECEL S.A. cuentan Paraguay con competidores muy poderosos a nivel mundial con predominancia en varios mercados del mundo, es esta la prueba más contundente para reafirmar y acreditar nuestras afirmaciones”

“Telecel ¡20años en Paraguay!”

Podemos agregar y mencionar las nuevas aplicaciones que se darán en corto tiempo a nivel nacional, que darán la opción a los clientes de permanecer con su número móvil y pasarse de una operadora a otra sin que este número cambie, lo que denominan las operadoras de telefonía celular como PORTABILIDAD NUMERICA, como mencionan en el siguiente artículo publicado en fecha 13 y 14 de septiembre de este año.

Telefónicas iniciaron guerra, por atraer y retener clientes!

Desde el próximo 30 de noviembre el cliente de cualquier compañía de telefonía móvil podrá cambiar de línea sin la necesidad de perder su número. De esta manera las firmas del rubro ya inician sus campañas de idealización y seducción de clientes la primera en manifestar una fuerte movida es PERSONAL, ya que subsidiara el costo de portabilidad numérica (PN).

Francisco Gutiérrez gerente de relaciones institucionales de la firma destaco el compromiso que posee la compañía con la nueva facilidad para el abonado y señalo que desde la empresa realizaremos el mayor esfuerzo para que el proceso demande el menor tiempo posible.

En análisis, el Presidente de la consultora Signals Telecom de Uruguay, José Otero, manifestó en base a la implementación en otros mercados anteriormente el impacto de la PN en números de usuarios que cambia es mínimo muy poco menos del 1% y en mercados donde ha sido muy exitoso llega al 2%. Sin embargo el impacto es muy positivo en términos de mejorar calidad de servicio, cobertura, oferta a los consumidores.

Transcripción del artículo, Ultima Hora viernes 14 de setiembre Economía, pág., 21

Portabilidad Numérica gratuita es la tendencia de operadoras.

La portabilidad numérica será el próximo caballo de batalla de las telefónicas y es por ello que las campañas están adoptando diversas estrategias, tanto para retener a sus actuales clientes como para atraer a los nuevos. Tigo anuncia ayer que absorberá el 100% de los costos de servicio de portabilidad. La empresa administradora del servicio es El Corte Inglés. Esta cobrará Gs. 21.864 (4,8 dólares) a las operadoras por cada usuario que logre portar.

Trabajo de Campo – Análisis de Datos

1. Marca las empresas de la telefonía celular que conozcas y el orden de importancia.

Enumerado: 1, 2, 3, 4.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....).

Según los encuestados, las empresas de telefonía celular que más conocen, es 35% TIGO y 32% PERSONAL

2. Marca los servicios que conozca y que ofrecen las empresas de telefonía celular.

3. Marca cuál es la empresa de telefonía celular que tiene el mejor servicio.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....).

La empresa PERSONAL con un 59% es la que tiene el mejor servicio.

4. Marca cual es la empresa de telefonía celular que tiene la mejor cobertura.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....).

TIGO con un 45% es la que cuenta con mejor cobertura, según la encuesta realizada.

5. Marca cual es la empresa que brinda la mejor atención al cliente.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....).

Según la encuesta realizada PERSONAL con un 58% es la que brinda mejor atención al cliente.

6. Marca cual es la empresa, cuenta con presencia de marca o venta de algún servicio, más cercano a tu domicilio.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....).

La empresa PERSONAL con un 43% cuenta con mayor presencia de marca.

7. ¿Por qué crees que las empresas de Telefonía Celular compiten en el mercado?

Marca solo una respuesta:

¿Para ganar más clientes?	
¿Por qué quieren ganar más dinero?	
¿Para satisfacer sus necesidades?	

¿Por quieren aparentar ser número uno?	
--	--

Las empresas de Telefonía Celular compiten en el mercado, según nuestros encuestados el 48% opinan, para ganar más clientes.

8. Marca cuál es la empresa de telefonía celular que crees es la número uno en el país tiene y el mejor servicio.

TIGO (.....) PERSONAL (.....) VOX (.....) CLARO (.....)

La empresa de telefonía celular que creen nuestro encuestado es PERSONAL con 62% la número uno en el país tiene y el mejor servicio.

9. ¿Qué opina sobre la competencia entre las empresas de telefonía celular?

Excelente (.....) Muy Buena (.....) Buena (.....) Mala (.....).

La competencia entre las empresas de telefonía celular, es BUENA con 39% según los encuestados.

10. ¿Crees que la competencia entre las empresas de telefonía celular favorecen a los clientes?

Mucho (.....) Poco (.....) Nada (.....).

La competencia entre las empresas de telefonía celular favorecen a los clientes,
50% opinan que MUCHO.

11. ¿Qué factores crees que interesa a la hora de elegir una empresa de telefonía celular?

Precio (.....) Cobertura (.....) Nombre (.....) Servicios (.....) Logo (.....)

Según nuestros encuestados, en la hora de elegir una empresa de telefonía celular, un 39% por ciento tienen en cuenta la cobertura.

12. ¿Cuál es el servicio que mas utiliza normalmente?

Enumero del 1 al 5 según orden de utilidad.

Llamadas (.....) Mensajes (.....) Internet (.....) Presta de Saldo (.....) Envío de
Dinero (.....)

Con 25% cada los servicios que mas se utiliza normalmente son los MENSAJES –
PRESTA SALDO.

Diseño Metodológico

Tipo de investigación: descriptivo, se describen los hechos tal cual como se presentan y el diseño es no experimental por qué no se manipulan las variables, y es Cuantitativo porque se vale de estadísticas.

Población: Pobladores de la Ciudad del Este, zona céntrica, aproximadamente, 500 personas de 20 a 40 años de edad.

Muestra: 150 personas de Ciudad del Este, El procedimiento para obtener la muestra fue con el método aleatorio simple.

Instrumento: Encuesta formada por 12 preguntas cerradas y de opción múltiple.

Conclusión:

Las cuatros empresas de telefonía celular, Tigo, Personal, Claro y Vox, compiten en nuestro país, por la supremacía comercial.

La estrategia de marketing y competencia se basa en la presencia agresiva de la marca, con letreros, toldos, murales, gigantografías, afiches, en locales comerciales relacionados con el negocio de telefonía celular, lo cual comprobamos fácil mente en un recorrido por el centro y barrios de nuestra ciudad, a más de la publicidad, de televisión, radio y prensa escrita.

Todos los datos recopilados en la investigación nos muestran el nivel de las empresas del sector, las opiniones corporativas e individuales de sus representantes a nivel Gerencial, son contundentes al exponer sus ideas con relación a sus competidores, podemos interpretar que los intereses por el posicionamiento de la marca es LA DE SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES de igual manera comulga con la imagen que perciben nuestros encuestados.

Los servicios que ofrecen las empresas de telefonía celular, y se encuentran en la preferencia de los usuarios, el de PRESTAMO DE SALDO 25%, MENSAJES 25%, LLAMADAS 24% , INTERNET 21% ,y en el de ENVIOS DE REMESAS 5%.

La empresa de telefonía celular PERSONAL con el 62% ocupa el primer lugar según el resultado del trabajo de campo.

Bibliografías.

<http://www.kolmee.com/blogmee/2012/05/companias-de-telefonía-movil-en-estados-unidos>

<http://www.tigo.com.py>.

<http://www.personal.com.py>.

<http://www.claro.com.py>

<http://www.vox.com.py>.

<http://www.camarainternacionaldecomercio.com.org>.

<http://www.bbc.com>

<http://www.millicom.com/>

<http://www.evaluamos.com/2011/internal.php?load=detail&id=13024>.

[http://www.ultimahora.com/home/index.php?
p=resultado&porPagina=10&pagina=2&order=1&orderdesc=1&strFind=Para+TIGO&str
Find=Para+TIGO&strWhere=1&idNotaCategoria%5B
%5D=5&valRango=30&fechaDesde=21%2F08%2F2012&fechaHasta=25%2F09%2F20
12&UH_ED=1](http://www.ultimahora.com/home/index.php?p=resultado&porPagina=10&pagina=2&order=1&orderdesc=1&strFind=Para+TIGO&strFind=Para+TIGO&strWhere=1&idNotaCategoria%5B%5D=5&valRango=30&fechaDesde=21%2F08%2F2012&fechaHasta=25%2F09%2F2012&UH_ED=1)

<http://www.lanacion.com.py/archivo.php>