

MERCADO POTENCIAL PARA SOLUCIONES DE TELECOMUNICACIONES EN CLIENTES DE SEGMENTOS VERTICALES ESPECÍFICOS

Paola Chicaiza

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables; Escuela Politécnica del Ejército, Sangolquí, Ecuador

lore1187@yahoo.com

Resumen: La aportación mayoritaria al producto interno bruto PIB por parte de las empresas de los sectores económicos de Explotación de Minas y Canteras, Construcción y Actividades de Alojamiento; el crecimiento en la rentabilidad de las empresas que prestan servicios de telecomunicaciones y, el continuo avance en las tecnologías de la información TIC y su desarrollo en el país, dan lugar a nuevos planteamientos con alternativas innovadoras en soluciones de telecomunicaciones para las empresas. El mercado actual de las empresas que proveen servicios de telecomunicaciones abarca a los grandes operadores, dejando entre ver la oportunidad de que amplíen su oferta de mercado a empresas de segmentos verticales específicos, en especial a aquellos sectores económicos que han crecido significativamente los últimos años. En función de lo mencionado, el propósito del estudio fue enfocado en obtener datos específicos de los factores que provocan la incertidumbre para determinar clientes potenciales de soluciones de telecomunicaciones integrales en empresas de segmentos verticales específicos. Los principales objetivos planteados incluyeron comprobar la naturaleza de las soluciones de telecomunicaciones requeridas, identificar como se encuentran conformada la infraestructura en las empresas del estudio, sus necesidades y expectativas en soluciones de telecomunicaciones, determinar las necesidades insatisfechas y los factores de decisión de compra y selección de proveedores. El tipo de investigación realizado en el estudio fue descriptivo-cuantitativo en función de obtener datos específicos que permitiesen realizar un análisis estadístico y cuyos resultados estrecharan el grado de incertidumbre acumulado. El levantamiento de la información fue efectuado a través de cuestionarios realizados a empresas de segmentos verticales específicos del Distrito Metropolitano de Quito. Los datos recolectados fueron analizados mediante la aplicación de métodos estadísticos. Los resultados obtenidos reflejan una demanda insatisfecha y un mercado potencial dentro del segmento seleccionado.

Palabras clave: soluciones integrales de telecomunicaciones, segmentos verticales específicos, explotación de minas y canteras, construcción, alojamiento.

Abstract: The majority contribution to gross domestic product GDP by the companies of the economic sectors of Mining and Quarrying, Construction and Hosting Activities, the growth in the profitability of the companies providing telecommunications services and continued progress in the ICT information technology and its development in the country, leading to new approaches with innovative alternatives in telecommunications solutions for businesses. The current market for companies that provide telecommunications services covering large operators, leaving between seeing an opportunity to expand their market offering specific verticals companies, especially those economic sectors that have grown significantly in recent years.

Based on the above, the purpose of the study was focused on specific data of the factors causing uncertainty to determine potential customers integrated telecommunications solutions in specific vertical business segments. The main objectives included ascertain the nature of the required telecommunications solutions, identify and infrastructure are made in companies in the study, their needs and expectations in telecommunications solutions, identify unmet needs and purchasing decision factors and selection suppliers. The research conducted in this study was descriptive quantitative depending on specific data that would allow statistical analysis and the results will narrow the cumulative uncertainty. The collection of information was done through questionnaires to companies in specific vertical segments of the Metropolitan District of Quito. The collected data were analyzed by applying statistical methods. The results show an unmet demand and a potential market within the selected segment.

Key words: integrated telecommunications solutions, specific vertical segments, mining and quarrying, construction and hosting activities.

I. Introducción

Las empresas de clase mundial trabajan al mismo tiempo en la continuidad e innovación de sus procesos y aprenden a enfrentarse al medio ambiente con éxito. Son exitosas porque han logrado encontrar y mantener una ventaja competitiva que les permite sobresalir y diferenciarse del resto de las empresas de su industria. La ventaja competitiva de una empresa es el resultado de la madurez que han alcanzado los procesos de la cadena de valor en una búsqueda constante de la mejora continua. Para Michael Porter (1985), la estrategia empresarial no puede tener éxito a menos que añada valor tanto a las unidades de negocio, como a los accionistas.

Desde la última década del siglo XX las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han aportado mayoritariamente en el crecimiento y expansión de las empresas; y en la actualidad son una herramienta clave de apoyo en el logro de la competitividad de una empresa.

La importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) es ratificada por las empresas que las utilizan, su uso, como parte de una planificación estratégica adecuadamente planteada para el logro de los resultados organizacionales, aporta en tres elementos claves para el logro de la competitividad de la empresa: eficacia, desempeño y calidad.

Según Galarza, E., Hidalgo, M., Proaño, C., Sandoval, M., (2011) la importancia de las PYMES en Ecuador reside en su capacidad competitiva, cuando en condiciones adecuadas, es incorporada al proceso productivo. Galarza y otros consideran además que a medida que la microempresa se expande económicamente, crece la demanda de servicios de apoyo para el sector siendo uno de estos las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

El crecimiento económico del país se ha visto reflejado en el crecimiento del Producto Interno Bruto PIB en los últimos cinco años (Banco Central del Ecuador, 2011). Los sectores económicos de Explotación de Minas y Canteras, Construcción y Alojamiento han aportado en mayor porcentaje con el PIB demostrando su acelerado crecimiento económico. Por otro lado, el crecimiento del índice de uso de las telecomunicaciones en las empresas del país es cada año mayor, por lo tanto también crece la rentabilidad de las empresas que

prestan servicios de telecomunicaciones. Según Stanton W., Etzel M. y Walker B. (2004), los mercados metas se seleccionan atendiendo a las oportunidades.

Actualmente en Ecuador existen empresas que atienden las necesidades de los grandes operadores de servicios de telecomunicaciones que demandan de redes móviles y fijas, tecnologías ópticas e IP, así como de otros productos y servicios de telecomunicaciones; sin embargo siendo socios de confianza para estos operadores de servicios de telecomunicaciones, la empresas no han penetrado en el mercado de segmentos verticales específicos.

Luego de realizar un análisis causa-efecto, se concluyó que el desconocimiento de la oferta, de la demanda, de la competencia y de la conformación de las soluciones de telecomunicaciones requeridas, genera incertidumbre en determinar a los clientes potenciales para los servicios de telecomunicaciones, ocasionando directamente el desconocimiento del mercado potencial al que debe enfocar los esfuerzos en función de ampliar la oferta de mercado. Según Malhotra N. (2004), solo se puede diseñar y realizar una investigación del problema de investigación de mercados si éste se encuentra definido con claridad.

El método científico fue utilizado para resolver el problema y minimizar la influencia de la subjetividad en la resolución del mismo.

Para la obtención de la línea base de información se planteó la realización de una investigación de mercados que fue dividida en una fase exploratoria y una descriptiva. En la investigación exploratoria se trabajo con un marco teórico, datos secundarios y entrevistas de profundidad a expertos de la industria. La investigación descriptiva tomó como entrada los resultados de la investigación exploratoria para el planteamiento de la hipótesis y posterior realización de la investigación del mercado que fue realizada en el primer cuatrimestre del año en curso, con el objetivo de obtener información relacionada con soluciones de telecomunicaciones en empresas que forman parte de los sectores económicos de explotación de minas y canteras, construcción y actividades de alojamiento.

Los resultados obtenidos de la investigación de mercados permitieron comprobar la hipótesis planteada y al mismo tiempo establecer claramente las estrategias y planes de acción requeridos para la creación de una nueva línea de negocio enfocada a clientes verticales específicos en una empresa de telecomunicaciones donde los grandes operadores de telecomunicaciones constitúan la principal fuente de ingresos para la empresa.

El artículo expresa el propósito del mismo resumiendo el fundamento lógico del estudio de mercado, las técnicas, métodos y herramientas utilizadas. La evaluación de los resultados y la discusión son abordadas incluyen tablas y gráficos que muestran la información de manera más versátil. Se presenta además una comparación entre las aportaciones de la investigación actual y el marco de referencia considerado. Finalmente se presenta los resultados más relevantes del trabajo de investigación realizado.

II. Metodología

Jany J. (2001) afirma que uno de los sistemas a aplicar para la toma de decisiones adecuadas es el método científico, mismo que “proporciona al investigador un camino para llegar finalmente a la decisión adecuada, ya que una o varias de sus hipótesis tienen que ser correctas”.

El planteamiento de Jany J. fue adoptado en el presente trabajo que tomó como referencia la metodología de investigación científica, siguiendo por lo tanto los lineamientos de la observación del fenómeno, el planteamiento de la hipótesis, su comprobación y, finalmente, la predicción del futuro.

La observación del fenómeno, el planteamiento de la hipótesis y su comprobación, se sustentan en la investigación de mercados, que según Kinnear T. y Taylor J. (2006) es una herramienta valiosa en la evaluación de cursos alternativos de acción, fue diseñada y ejecutada en las fases exploratoria y descriptiva.

El diseño de la investigación exploratoria incluye el planteamiento del marco teórico referencial y conceptual, los datos secundarios y entrevistas de profundidad.

La investigación descriptiva abarcó la definición del problema, el planteamiento de los objetivos, el planteamiento de la hipótesis “El mercado potencial más atractivo para el servicio dirigido a clientes de segmentos verticales específicos de empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones es la industria de la Explotación de Minas y Canteras” y, el diseño de la investigación de mercados.

El tipo de investigación seleccionada para el estudio de mercado fue la investigación descriptiva-cuantitativa enfocada a obtener datos específicos para un posterior análisis estadístico con resultados que disminuyeron significativamente el grado de incertidumbre alcanzado.

El método utilizado para la recolección de datos fue el método cuantitativo a través de encuestas dirigidas a empresas. La población objeto de estudio incluyó a las grandes empresas de los sectores económicos de Explotación de Minas y Canteras, Construcción y Actividades de Alojamiento ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito mismas que resultaron del análisis de los datos secundarios realizados en la fase de diagnóstico. La metodología de selección de la muestra utilizada en el estudio de mercado fue probabilística estratificada mediante muestreo aleatorio simple con marco muestral y además a través de proporción poblacional.

La determinación del tamaño de la muestra fue realizada utilizando un criterio conservador mediante el uso de proporciones y considerando una validez estadística del cinco por ciento.

Finalmente se ejecutó el trabajo de campo, el procesamiento de la información y la obtención de los resultados aplicando los métodos estadísticos de Correlación, ANOVA y Ji Cuadrada.

Por otro lado, la predicción del futuro se sustenta en los pronósticos de demanda y oferta planteados sobre el marco de referencia proporcionado por la investigación de mercados. Según Philip K., Gary A. (2003), una estrategia de marketing brillante no sirve de mucho si la empresa no la implementa debidamente.

III. Evaluación de resultados y discusión

La línea base tomada como referencia para el estudio de mercados fue en función de los resultados al análisis de los datos secundarios y al estudio exploratorio realizado.

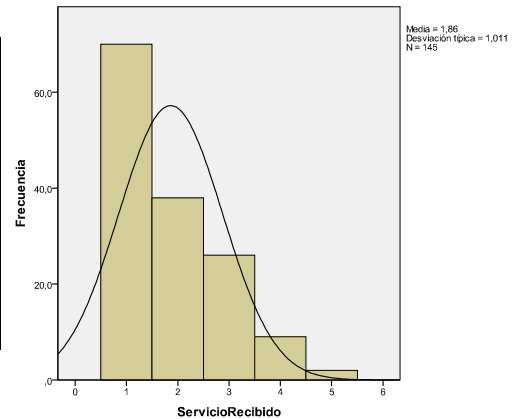
Los resultados más relevantes obtenidos del estudio de mercado se presentan a continuación.

En lo que refiere a la demanda insatisfecha, todas aquellas empresas que calificaron al servicio de telecomunicaciones recibido como “Malo” y “Regular”, son incluidas como parte de esta demanda.

Tabla 1.

Calificación dada al servicio de telecomunicaciones recibido en las empresas del sector económico de Explotación de Minas y Canteras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Malo	70	46,4	48,3	48,3
	2 Regular	38	25,2	26,2	74,5
	3 Bueno	26	17,2	17,9	92,4
	4 Muy Bueno	9	6,0	6,2	98,6
	5 Excelente	2	1,3	1,4	100,0
	Total	145	96,0	100,0	
Perdidos	0	6	4,0		
Total		151	100,0		



Nota Realizado por: Lorena Chicaiza.

La escala de medición incluyó valores del 1 al 5 donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto. La calificación mínima en promedio obtenida fue de 1,78 y la calificación máxima en promedio obtenida fue de 1,94. El nivel de confianza utilizado para el cálculo de intervalos fue del 95 por ciento.

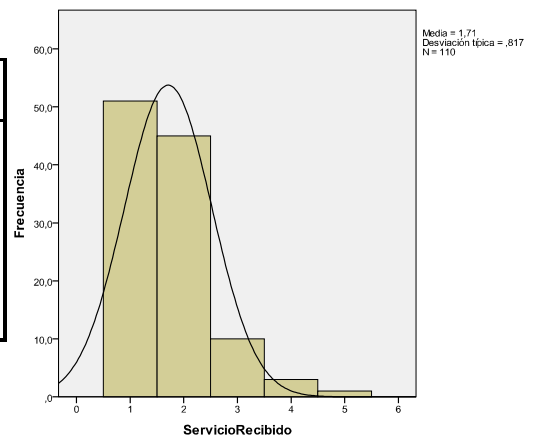
El resultado obtenido indica que en promedio las empresas del sector de Explotación de Minas y Canteras califican como “Regular” al servicio recibido de instalación y/o implementación de soluciones de telecomunicaciones.

En el sector económico de Explotación de Minas y Canteras el 74,5 por ciento de la población constituye la demanda insatisfecha.

Tabla 2.

Calificación dada al servicio de telecomunicaciones recibido en las empresas del sector económico de la Construcción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	23	43,4	46,0	46,0
	Regular	16	30,2	32,0	78,0
	Bueno	9	17,0	18,0	96,0
	Muy Bueno	2	3,8	4,0	100,0
	Total	50	94,3	100,0	
Perdidos	0	3	5,7		
Total		53	100,0		



Nota Realizado por: Lorena Chicaiza.

La escala de medición incluyó valores del 1 al 5 donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto. La calificación mínima en promedio obtenida fue de 1,64 y la calificación máxima en promedio obtenida fue de 1,78. El nivel de confianza utilizado para el cálculo de intervalos fue del 95 por ciento.

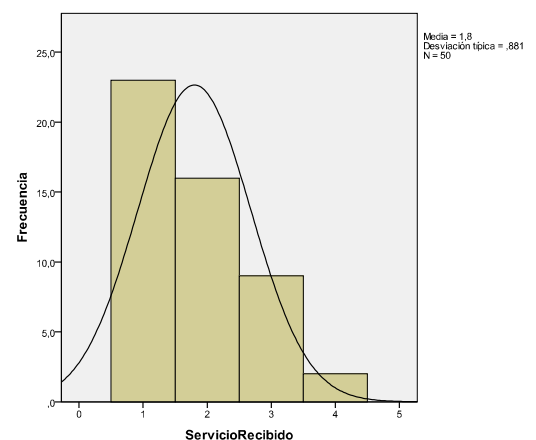
El resultado obtenido indica que en promedio las empresas del sector de la Construcción califican como “Regular” al servicio recibido de instalación y/o implementación de soluciones de telecomunicaciones.

En el sector económico de la Construcción el 87,3 por ciento de la población constituye la demanda insatisfecha.

Tabla 3.

Calificación dada al servicio de telecomunicaciones recibido en las empresas del sector económico de Actividades de Alojamiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	51	45,9	46,4	46,4
	Regular	45	40,5	40,9	87,3
	Bueno	10	9,0	9,1	96,4
	Muy Bueno	3	2,7	2,7	99,1
	Excelente	1	,9	,9	100,0
	Total	110	99,1	100,0	
Perdidos	0	1	,9		
	Total	111	100,0		



Nota Realizado por: Lorena Chicaiza.

La escala de medición incluyó valores del 1 al 5 donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto. La calificación mínima en promedio obtenida fue de 1,72 y la calificación máxima en promedio obtenida fue de 1,88. El nivel de confianza utilizado para el cálculo de intervalos fue del 95 por ciento.

El resultado obtenido indica que en promedio las empresas del sector de Actividades de Alojamiento califican como “Regular” al servicio recibido de instalación y/o implementación de soluciones de telecomunicaciones.

En el sector económico de Actividades de Alojamiento el 78,0 por ciento de la población constituye la demanda insatisfecha.

Respecto al cambio de las soluciones de telecomunicaciones actualmente implementadas en las empresas de los sectores económicos del estudio, por una solución de telecomunicaciones integral, se presenta a continuación el análisis sobre la base de la media obtenida y cómo los sectores económicos del estudio ven el atractivo del mercado.

Tabla 4.

Media obtenida en los sectores económicos de Explotación de Minas y Canteras, Construcción y Actividades de Alojamiento, respecto a cambiar la solución actual de telecomunicaciones por otra integral.

Pregunta	Equivalencia	Sector Económico	Media
Definitivamente no lo compraría	1	Explotación de Minas y Canteras	3,08
Quizás no lo compraría	2		
No estaría seguro	3	Construcción	3,03
Quizás lo compraría	4		
Definitivamente lo compraría	5	Actividades de Alojamiento	3,00

Nota Realizado por: Lorena Chicaiza.

Las calificaciones máximas en promedio obtenidas en los sectores de Explotación de Minas y Canteras, Construcción y Actividades de Alojamiento fueron de 3,14; 3,09 y 3,07

En promedio las empresas de los sectores económicos en estudio no están seguras de cambiar su solución actual por una solución de telecomunicaciones integral que incluya consultoría, diseño, instalación y configuración de equipos e implantación de la solución total en sus empresas sin hacer nada más que pagar. El principal motivo de no hacerlo involucra al temor de que se dañe la infraestructura actual

Del análisis de los resultados obtenidos se concluye que el sector económico de Explotación de Minas y Canteras figura como mercado potencial para el servicio dirigido a clientes de segmentos verticales específicos para empresas de servicios de telecomunicaciones, sin embargo no es específicamente el más atractivo ya que los resultados obtenidos del análisis estadístico de datos muestra en general que no existe relación entre los sectores económicos a los que pertenecen las empresas que forman parte del estudio y las variables que permiten eliminar la incertidumbre en determinar el mercado potencial, por lo tanto, los sectores económicos de la Construcción y de Actividades de Alojamiento también figuran como mercado potencial para las empresas de servicios de telecomunicaciones, en consecuencia, existe un mercado potencial sobre el cual se puede enfocar esfuerzos para atender las necesidades insatisfechas presentes.

IV. Trabajos relacionados

Según Galarza, E., Hidalgo, M., Proaño, C., Sandoval, M., (2011) el desarrollo de la empresas en el país se ha caracterizado por una gran diversidad de iniciativas realizadas por una pluralidad de actores; recalcan sin embargo que en la medida que la microempresa se expande en importancia en la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo al sector por parte del estado y de instituciones públicas y privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales involucradas con el desarrollo del sector. Afirman que los cambios tecnológicos, sobre todo los relacionados con las TIC, han tenido un efecto importante en el modo de administrar las organizaciones y lo seguirán obteniendo. Mencionan además que las TIC han creado la capacidad de superar el confinamiento físico de sólo poder trabajar

dentro de un lugar específico de la empresa. Los miembros de una organización pueden desempeñar su trabajo en cualquier lugar y momento, utilizando herramientas a su alcance facilitando cumplir tareas con mayor eficiencia e incrementando su rendimiento laboral, tales como; el internet, los ordenadores de escritorio, portátiles y otras formas de TIC.

El estudio de mercado realizado, reafirma lo planteado por Galarza y otros, en como el uso de las TIC en las empresas se reinventan como un herramienta necesaria e inherente en el desarrollo y competitividad de las empresas. Parte del éxito en el desarrollo de las empresas es mérito imputable al uso de las tecnologías de la información, así como también el fracaso es atribuible al uso inadecuado de las mismas.

La contribución del presente estudio está entonces en la demostración de la factibilidad a favor de las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones para ampliar su oferta de mercado a clientes de segmentos verticales específicos, una línea de negocio diferente a la ya establecida con los grandes operadores de telecomunicaciones.

V. Conclusiones y trabajo futuro

La rentabilidad alcanzada en los últimos cinco años en las empresas que pertenecen a la industria de telecomunicaciones, el crecimiento en el país del Producto Interno Bruto PIB en los sectores económicos de Explotación de Minas y Canteras y de la Construcción; y, la aportación de las telecomunicaciones en la economía y en el desarrollo de la sociedad, se convierten en conjunto, en un justificativo válido en las empresas de la industria para seguir invirtiendo en las TIC y ampliar la oferta en un mercado de telecomunicaciones creciente.

La existencia del problema alrededor de la determinación de un mercado potencial para ampliar la oferta en la industria en las empresas que atienden a los grandes operadores de telecomunicaciones, fue corroborada mediante el análisis causa-efecto que demostró que la incertidumbre ocasionada en la determinación de un mercado potencial es causada por el desconocimiento de la oferta, demanda, competencia y portafolio de productos y servicios de telecomunicaciones en el mercado actual.

El propósito de la investigación de mercado fue enfocado a disminuir la incertidumbre en la determinación de un mercado potencial para soluciones de telecomunicaciones integral, y su ejecución permitió obtener datos que disminuyeron notablemente la incertidumbre alcanzada.

El estudio de mercado realizado evidenció la existencia de un mercado potencial para soluciones integrales de telecomunicaciones en clientes de segmentos verticales específicos donde la demanda insatisfecha incluye al 74,5 por ciento de las empresas del sector económico de Explotación de Minas y Canteras, al 87,3 por ciento de las empresas del sector económico de la Construcción y al 78 por ciento de las empresas del sector económico de Actividades de Alojamiento.

Con los hallazgos obtenidos en el presente estudio, en adelante, queda expuesto el planteamiento que considere la reducción de los actores en la cadena de servicios de telecomunicaciones, con el único objetivo de mejorar los procesos para lograr efectividad, eficiencia y eficacia, donde prime la reducción de costos en miras de alcanzar una mejor rentabilidad para las empresas de telecomunicaciones y a la vez un mejor servicio para el usuario final.

Referencias Bibliográficas

Banco Central del Ecuador. (2011, Noviembre 24). *PREVISIONES MACROECONÓMICAS 2011-2012. PREVISIÓN ANUAL: PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (Miles de Dólares)*. Extraído el 12 de marzo de 2012 desde:

<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/PIB/PrevAnual.xlsx>

Galarza, E., Hidalgo, M., Proaño, C., Sandoval, M. (2011). Evaluación del uso de las TICS en el desempeño de las PYMES ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Latacunga. Tesis de Maestría publicada, Escuela Politécnica del Ejército. ESPE Ecuador.

Jany J. (2001). Investigación de Mercados. Un enfoque para el siglo XXI. Segunda Edición. El método científico aplicado a la investigación de mercados. 63

Kinnear T., Taylor J. (2006) Quinta Edición. Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado.

Malhotra N. (2004). Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Importancia de la definición del problema. 33,87

Philip K., Gary A. (2003) Fundamentos de Marketing. 6ta Edición. Conexión con los consumidores. 61-66

Porter M. (1985) Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. 1era Edición.

Stanton W., Etzel M. y Walker B. (2004) Fundamentos de Marketing. Planeación Estratégica de Marketing, 56-61.