



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRÁCTICO**

**ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO INTERNET FIJO DE
LA EMPRESA CNT EP EN EL CANTÓN EL TRIUNFO**

CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ

**2015
UTE B-2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Marketing.

TUTOR

ING. RUTH SABRINA ROJAS DÀVILA, Mgs.

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

LCDA. PATRICIA TORRES FUENTES, MGS.

Guayaquil, a los 6 del mes de Mayo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ**

DECLARO QUE:

El componente práctico del Examen Complexivo **ANALISIS DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO INTERNET FIJO DE LA EMPRESA CNT EP EN EL CANTON EL TRIUNFO** previa a la obtención del Título de Ingeniería en Marketing, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complejo referido.

ATUTOR:

CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Christian Gabriel Aldaz Gómez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: **ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO INTERNET FIJO DE LA EMPRESA CNT EP EN EL CANTON EL TRIUNFO**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad.

ATUTOR:

CHRITIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a mi amado Dios ser maravilloso que hizo posible que lleve a cabo este sueño.

A mis padres Juan Aldaz y Fanny Gómez por siempre ser incondicionales y darme el apoyo en todo momento incluso en los momentos en los que les fallé.

A mi esposa Jennifer Delgado por confiar en mí y por brindarme el apoyo y la ayuda necesaria, gracias por cada palabra de aliento que no hacían otra cosa que impulsarme hacia la culminación de mi carrera universitaria.

A mi mejor amigo José Herrera por toda la ayuda que supo brindarme en los momentos más duros.

A toda mi familia por siempre de alguna u otra manera supieron ayudarme.

Al Economista Servio Correa por siempre tener la predisposición de ayudarme y por toda la paciencia que supo tener conmigo.

Dios los bendiga a todos ustedes.

CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ

DEDICATORIA

Este ensayo es dedicado de manera muy especial y única a nuestro amado Dios ya que sin él nada de esto fuera posible.

De igual manera dedico este ensayo a mis padres Juan Aldaz y Fanny Gómez a quien les debo toda mi vida ya que han sabido guiarme por el mejor camino y a pesar de haberles fallado en muchas ocasiones siempre estuvieron prestos a darme todo el apoyo.

A mi esposa Jennifer Delgado que ha sido un apoyo fundamental en todo momento y que a pesar de todas las adversidades ha sabido siempre darme una palabra de aliento.

A mis queridos hijos Alejandrino y Sofía que son mi inspiración para seguir adelante y poder darles lo mejor de este mundo.

A mi mejor amigo José Herrera que también creyó en mí y me supo brindar su apoyo incondicional y supo estar a mi lado en los momentos felices pero también en los momentos difíciles.

Al Economista Servio Correa por toda su ayuda y paciencia que supo tener conmigo en todo este tiempo hasta poder llegar a la culminación de mi carrera.

INDICE GENERAL

| | |
|---|-----|
| INTRODUCCIÒN..... | 1 |
| DESARROLLO | 3 |
| DEFINICION DEL PROBLEMA..... | 3.1 |
| OBJETIVO GENERAL | 3.2 |
| ANÀLISIS FODA | 4 |
| ANÀLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER | 5 |
| MARKETING MIX | 7 |
| CONCLUSION | 16 |

RESUMEN

El presente ensayo analizará el posicionamiento del producto INTERNET FIJO que brinda la operadora CNT EP en el cantón el Triunfo, provincia del Guayas.

Se describirá todo el avance tecnológico que ha alcanzado la empresa pública CNT EP con su producto EASYNET FAST BOY (internet fijo ilimitado) y como ha alcanzado un posicionamiento optimo dentro de este cantón.

Todo el posicionamiento y participación de mercado que se ha alcanzado se basa en las promociones y en la disponibilidad técnica lo que hace a la empresa CNT EP una operadora diferenciadora en el cantón El triunfo.

A pesar de tener ingresos de ventas diarias también queremos analizar por qué la empresa tiene una fuga de clientes para lo cual se realizarán encuestas para así poder determinar las causas que están provocando malestar en nuestros clientes.

Se planteará ejecutar estrategias que permitan seguir fortaleciendo a CNT EP como empresa líder en proveer servicio de internet.

Palabras clave: Posicionamiento, participación de mercado, encuestas, líder.

INTRODUCCIÒN

En el Ecuador y en todas partes del mundo existe desde tiempo atrás la tendencia marcada en el uso masivo del servicio de Internet Ilimitado dentro del segmento residencial que es donde nos enfocaremos en el presente ensayo.

En el Ecuador cada tres de diez ecuatorianos utiliza el servicio de Internet, la razón más importante para utilizar el Internet es la educación y el aprendizaje con un 40 % de los encuestados. Mientras el 27,2 % lo hace para obtener información y el 22,4 % para comunicarse (*INEC, 2013*).

La utilización de Internet en Ecuador se incrementó en 3,3 puntos con un 29 % de ecuatorianos que utilizaron Internet en el 2010 frente al 25,7 % del 2008 (*INEC Y Intel, 2013*)

El avance tecnológico que se viene suscitando es motivo de este ensayo ya que tenemos que tener muy en claro cuál es el posicionamiento de la empresa CNT EP ya que la competencia libra una dura batalla día a día para ganar mercado.

Dentro del territorio ecuatoriano nos encontramos con una gran variedad de compañías tradicionales que proveen el servicio de Internet Fijo como CNT EP, CLARO, TV CABLE, UNIVISA, TELCONET, NETLIFE, INTERNET LA TRONCAL, INTERNET DE LA FAMILIA SANCHEZ, INTERNET PESANTEZ entre otros pero no todos tiene cobertura en el cantón El Triunfo ni todos manejan promociones.

Se emplearán técnicas de la Administración Estratégica como el análisis FODA y el Marketing Mix, con las cuales se desarrollaran estrategias que permitan el análisis y el incremento en el posicionamiento del producto INTERNET FIJO CNT EP.

En la actualidad el consumo de este servicio ya no tiene un rango de edad específico o que la brecha sea pequeña, ahora no encontramos que el consumo empieza desde temprana edad y se extiende hasta personas consideradas adultas mayores.

En este ensayo se analizará el actual posicionamiento de la empresa CNT EP con su producto FAST BOY internet ilimitado en el cantón el Triunfo y se buscará el mecanismo para mejorar dicho posicionamiento, para lo cual se analizará a la competencia poniendo más énfasis a las operadoras que tienen participación dentro del cantón.

DESARROLLO

Stephen P. Robbins (2010) “La planeación implica definir los objetivos de la organización, establecer estrategias para lograr dichos objetivos y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades de trabajo. Tiene que ver tanto con los fines (qué) como con los medios (cómo)” (pag.144)

Definición del problema

La necesidad de establecer el posicionamiento del producto internet fijo en la categoría residencial de la proveedora CNT EP en el cantón El Triunfo.

Sistematización del problema

Determinar la principal causa por la que existe fuga de clientes.

Cuál sería la estrategia que nos permitirá impulsar la contratación del servicio FAST BOY?

Objetivo General

Elaborar una propuesta que permita incrementar la participación de mercado y disminuir la cancelación de los contratos de parte del cliente.

Objetivos específicos

Entre los objetivos específicos se determinan los siguientes:

- Disminuir la cancelación de contratos.
- Realizar un análisis interno de la empresa
- Analizar las estrategias actuales que se están ejecutando dentro del campo de comercialización.
- Especificar estrategias futuras para mejorar la comercialización de producto.

Análisis FODA

Se empezará con una breve y muy simple definición del análisis FODA:

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados (MatrizFODA,2011)

Fortalezas:

- Disponibilidad técnica en casi todo el cantón.
- Alto posicionamiento en la mente del consumidor.
- Agencia totalmente moderna con caja propia para cobro de servicio lo que era un requerimiento urgente de parte de nuestros clientes.

Oportunidades:

- Aprovechar la no disponibilidad técnica de la competencia.
- Extender las redes telefónicas en conjunto con los puertos de internet (proyecto en camino).
- Competencia no legalizada.

Debilidades:

- Falta de respuesta inmediata del departamento técnico.
- Deficiencia en el call center.
- Inconsistencias en el Sistema al momento de ejecutar promociones.
- Requisitos para la contratación de los servicios.
- Tendido telefónico obsoleto.

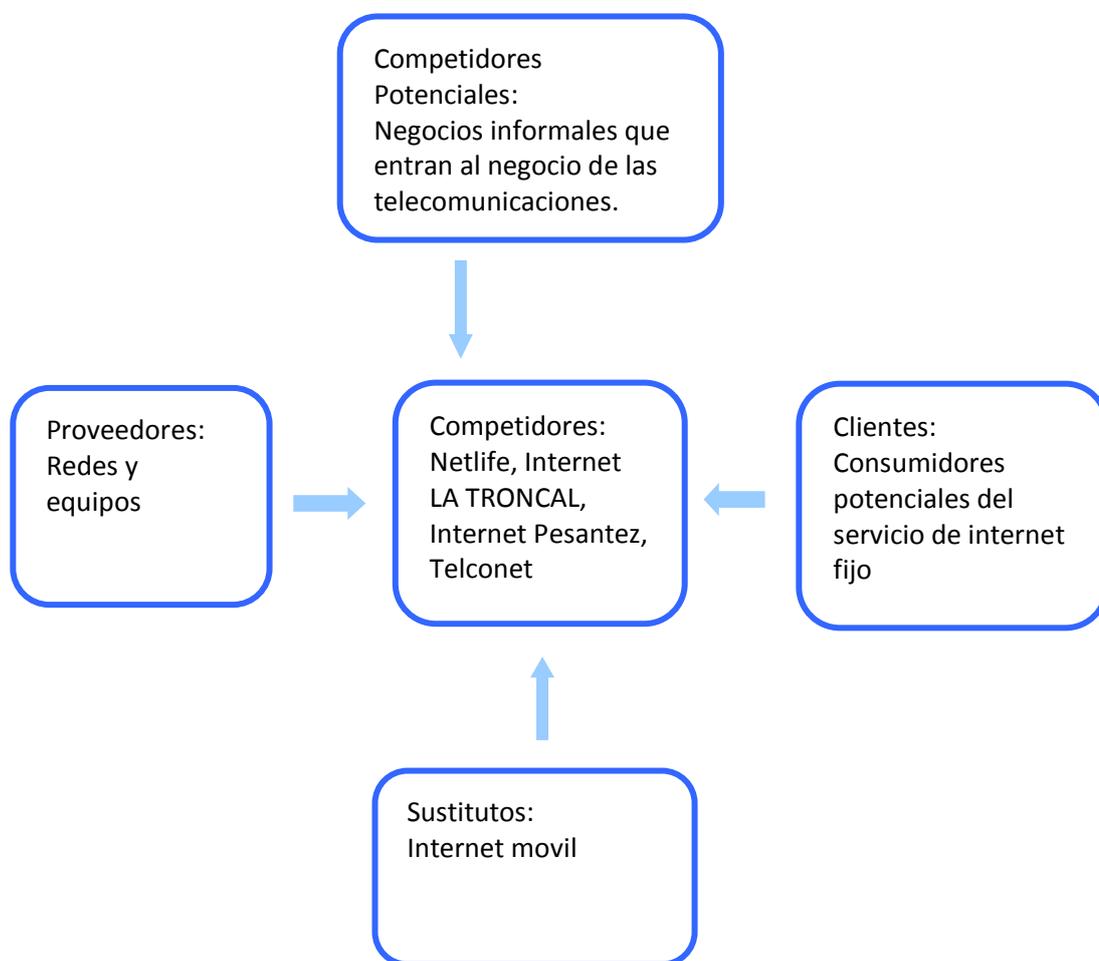
Amenazas:

- Promociones de la competencia.
- Invierno que provocan desbordamiento de ríos que afectan al cableado.
- El flujo de transporte pesado que arrancan el cableado.

La conclusión después de este breve análisis a la empresa CNT EP específicamente en el cantón El Triunfo tiene todo un ambiente favorable para seguir creciendo en posicionamiento y en participación de mercado aprovechando todas las fortalezas y oportunidades en conjunto con las estrategias de marketing que se plantearan sean ejecutadas para disminuir las debilidades y que las amenazas no tengan un impacto desfavorable para la comercialización del producto.

Análisis de las Cinco fuerzas competitivas de Porter

GRÁFICO # 1



FUENTE: CNT, (2014)

ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE POTER:

- **Competidores potenciales:** En el cantón el Triunfo existió el ingreso al mercado de empresas que a pesar de no tener los permisos que la ley obliga tener prestaban servicios de internet a los pobladores, aunque muchas de estas empresas fueron obligadas a suspender sus servicios todavía nos podemos dar cuenta que existen este tipo de operadores que por el seguimiento que se la hadado solo existen dos que proveen los servicios de manera clandestina. En la actualidad esta amenaza se le dará una calificación de BAJA ya que las operadoras que un alto nivel de posicionamiento en ciudades grandes no se muestran interesadas en ingresar al cantón.
- **Proveedores:** En el caso de los proveedores principales que CNT EP tiene son los mismos que tienen las otras operadoras que prestan el servicio de internet como por ejemplo el proveedor que se encarga de la creación de las redes y con los cuales se manejan contratos a largo plazo. Este punto lo consideraremos ALTA por existir pocos proveedores que redes que nos permiten brindar el servicio de internet fijo.
- **Clientes:** en ese punto lo calificaremos de BAJA la amenaza ya que contamos con clientes que tienes una alta demanda del servicio de internet, que, a pesar de alguna variación en los precios seguirá consumiendo nuestros servicios.
- **Sustitutos:** En este punto la EMPRESA CNT EP cuenta con el INTERNET MOVIL el cual es un producto que se está trabajando para su pronto lanzamiento en el CANTON EL TRIUNFO.
- **Competidores:** Los competidores actuales que tiene CNT EP en el cantón El Triunfo se la considera BAJA ya que no cuentan con la infraestructura técnica por lo que se les hace imposible abarcar una mayor porción en el mercado

Otro punto muy importante que se llevará a cabo es el análisis de las 8 PS del Marketing de servicios dentro de la empresa CNT EP y su servicio Fast Boy internet ilimitado:

- **Producto:** Internet Banda Ancha ilimitado en su categoría residencial

IMAGEN # 1



- **Precio:** a continuación se detalla los diferentes planes que en la actualidad oferta CNT EP, los cuales hacen a CNT EP una empresa diferenciadora dentro del cantón El Triunfo.

TABLA # 1

LISTA DE PRECIOS PLANES INTERNET FAST BOY

| PLANES | COSTO MENSUAL | VELOCIDAD DE SUBIDA | INSCRIPCION |
|----------|---------------|---------------------|-------------|
| 3 Mbps | 18 | 1 Mbsp | 50 |
| 5 Mbps | 24.9 | 3 Mbsp | 50 |
| 10 Mbps | 36 | 3 Mbsp | 50 |
| 15 Mbps | 49.9 | 3 Mbsp | 50 |
| 25 Mbps | 80 | 3 Mbsp | 50 |
| 50 Mbps | 110 | 5 Mbsp | 50 |
| 100 Mbps | 180 | 10 Mbsp | 50 |

Fuente Sitio Web www.cnt.gob.ec

Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

- **Plaza:** este ensayo se realiza tomando como localidad el cantón El Triunfo ubicado a una hora de la ciudad Guayaquil, a continuación se adjunta cuadro con los datos de la población.

TABLA # 2

| TOTAL DE POBLACION | | | |
|---------------------------|--------|-------|--------|
| EL TRIUNFO | URBANO | RURAL | Total |
| | 34,863 | 9,915 | 44,778 |
| Total | 34,863 | 9,915 | 44,778 |

Fuente Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

Adicionalmente se detallan otros datos muy importantes que nos ayudan a tener a saber cómo está el mercado de consumidores de internet fijo.

TABLA # 3

| TOTAL DE HOGARES CON DISPONIBILIDA DE INTERNET | | | | |
|---|-----|-------|-------|--------|
| EL TRIUNFO | SI | | NO | |
| | 636 | 5.58% | 10764 | 94.42% |

Fuente Censo De Población y Vivienda 2010
Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

TABLA # 4

| DISPONIBILIDAD DE COMPUTADORA | | | |
|--------------------------------------|-------|--------|--------|
| EL TRIUNFO | Si | No | Total |
| | 1,035 | 10,365 | 11,400 |
| Total | 1,035 | 10,365 | 11,400 |

Fuente Censo De Población y Vivienda 2010
Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

Promoción: En la actualidad CNT EP tiene la promoción de CERO COSTO DE INSTALACION y el 10% o el 15% de descuento al valor mensual del servicio, dichas promociones están en función de algunas condiciones que se describen a continuación:

- Presentando factura de otra operadora con vigencia de tres meses.
- Si los pagos mensuales los realizan por débito bancario.

- Contratando dos o más servicios obtiene cero costo de instalación más el descuento mensual

IMAGEN # 2



Fuente Guía Comercial CNT EP

- **Procesos:** este punto se enfocara en una pequeña descripción especificando el proceso desde que el cliente se acerca a la agencia a solicitar el servicio de internet CNT EP hasta la instalación del servicio:
 - Documentación: cedula, certificado de votación y si el caso lo amerita la cuenta bancaria.
 - Tiempo de atención máxima en la agencia 15 minutos.
 - Tiempo de instalación 24 horas o máximo 48 horas, este punto cabe recalcar que en la agencia El Triunfo lo estamos ejecutando sin novedad alguna dando a la empresa UN PLUS que la competencia no lo tienen.
 - Cliente debe presentar copia de cedula al técnico de turno.
- **Physical (entorno):** el entorno donde se lleva a efecto la interacción con el cliente está siendo totalmente renovado lo que ha llevado que el cliente se sienta totalmente importante al ver como pasaron de tener una Agencia con infraestructura obsoleta a una totalmente moderna, donde incluso el cliente puede tener la experiencia de probar el servicio antes de adquirirlo.
- **Personal:** El talento humano designado para la Agencia El Triunfo ha sido totalmente renovado y capacitado en atención al cliente de igual manera el departamento técnico está siendo capacitado no solo en temas técnicos sino en relaciones con el cliente interno y externo para así hacer sentir seguro a

nuestros clientes actuales de seguir con nuestros servicios y a los potenciales de adquirirlos.

- **Productividad (calidad):** la productividad de CNT EP está dada en función de las ventas realizadas las cuales a su vez están en función de las diferentes campañas publicitarias que se ejecutan con una regularidad de cada mes siempre buscando dar una atención y un servicio de calidad.

Después de haber analizado las 8 Ps que encierran ofrecer servicios procederemos a verificar las brechas que podrían estar aportando para la fuga de clientes que está sufriendo CNT EP en su servicio INTERNET FAST BOY.

Brecha del conocimiento: se trabajará en la búsqueda constante para analizar el nivel de satisfacción que tienen los clientes una vez contratado el servicio, para lo cual trabajaremos en fortalecer las relaciones postventa.

Brecha de los estándares: realizaremos una campaña interna donde trabajaremos con el cliente interno para que puedan analizar y entender cuáles son los estándares de calidad que tiene establecido la empresa, adicionalmente se seguirá trabajando en la comunicación de las metas mensuales que tienen cada uno de los trabajadores desde la parte comercial hasta la técnica.

Brecha de a entrega: en este punto la empresa en general ya está trabajando en diferentes estrategias que describimos a continuación:

- Incentivos para que el personal de alguna u otra manera haga cumplir los estándares en las prestaciones de servicios, uno de los incentivos que más no ha ayudado son las comisiones o también llamados remuneración variable.
- Material para que el empleado cada día adquiera conocimiento para habilidades en el trato con el cliente y la entrega optima del servicio.

Brecha de las comunicaciones internas: esta brecha en muchas ocasiones ha traído problemas internos en la empresa ya que los departamentos pertinentes lanzan productos nuevos sin tener la respectiva capacitación al personal que están encargados del proceso de venta (asesores comerciales) o incluso en muchas

ocasiones el producto nuevo no está totalmente parametrizado con los sistemas transaccionales.

Para que esta brecha sea cada vez más pequeña se ha dispuesto la capacitación respectiva antes de cualquier lanzamiento de productos nuevos, esta nueva disposición la hemos alcanzado en reuniones de trabajo entre la Gerencia de Ventas, Jefes zonales, Supervisores e incluso asesores comerciales.

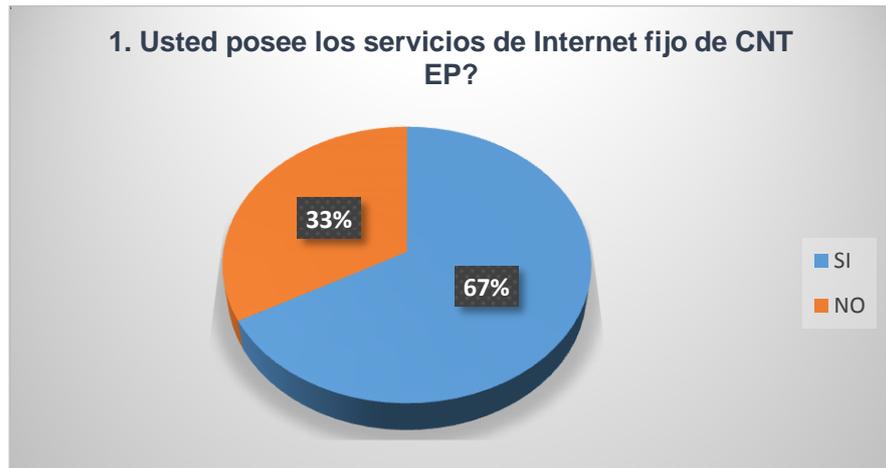
Brecha de las percepciones: Esta brecha se la ha cerrado casi en su totalidad ya que hemos creado en casi todas nuestras agencias ambientes donde el cliente pueda tener la experiencia de utilizar nuestros servicios en este caso específico la utilización del servicio de internet CNT EP lo que nos ayudó a fortalecer la credibilidad en la calidad de nuestro servicio.

Brecha de la interpretación: En este punto se hará referencia en cómo se está trabajando en la Agencia El Triunfo, en cada reunión de trabajo que se mantiene con el personal de venta se hace referencia en tener una comunicación clara y precisa con el cliente sobre las promociones, características, los pro y los contras que tengan los productos para evitar que el cliente en un corto tiempo desista de nuestros servicios, además preocuparnos de despejar todas las dudas que se le puedan crear al cliente al momento de revisar alguna publicidad lanzada sobre el servicio de INTERNET FAST BOY ya que buscamos es crear un vínculo con nuestros clientes a largo plazo.

Brecha del servicio: esta brecha está en función de cómo se vayan cerrando las otras seis anteriores.

A continuación se presentará una encuesta que se realizó en la Agencia El Triunfo donde se buscará analizar el posicionamiento que tiene la empresa CNT EP con su producto FAST BOY internet ilimitado en relación a las otras operadoras que también comercializan este producto dentro del cantón.

GRÁFICO # 1



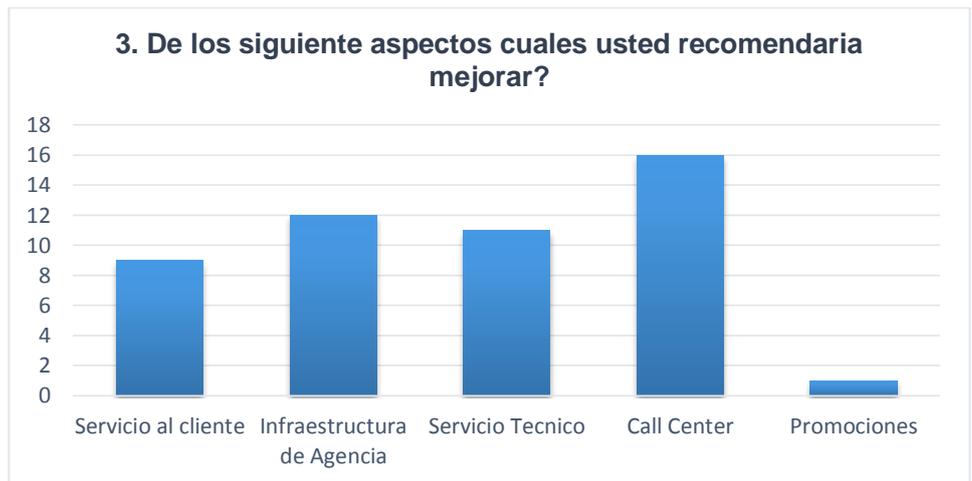
Fuente Encuesta aplicada en el Cantón El Triunfo
Elaborado por CHRISTIAN GABRIEL ALDAZ GOMEZ

GRÁFICO # 2



Fuente Encuesta aplicada en el Cantón El Triunfo
Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

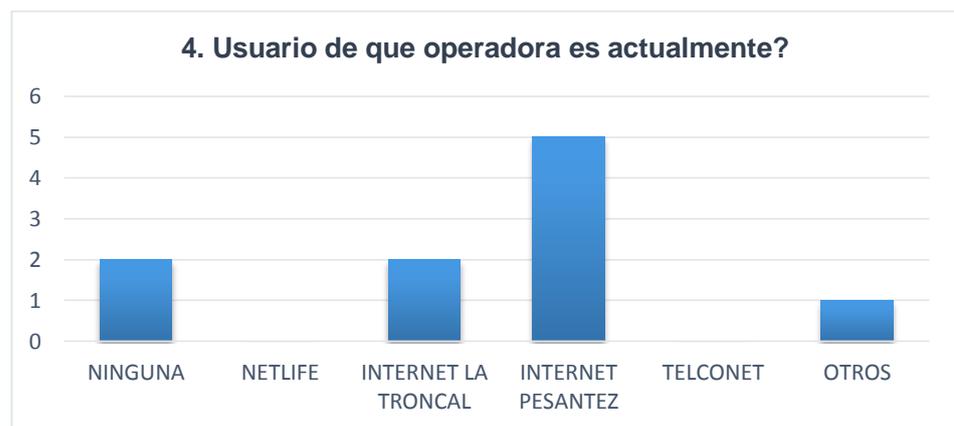
GRÁFICO # 3



Fuente Encuesta aplicada en el Cantón El Triunfo

Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

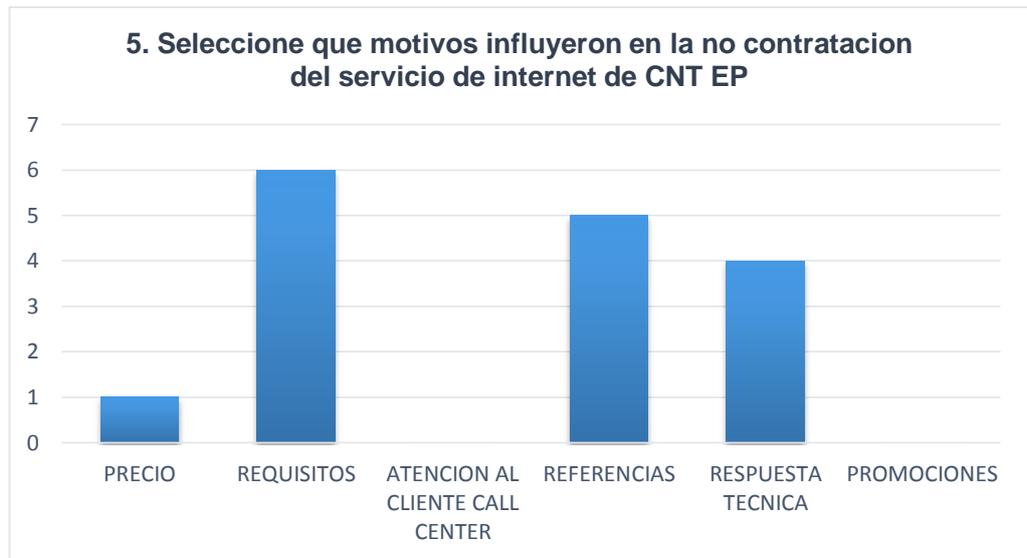
GRÁFICO # 4



Fuente Encuesta aplicada en el Cantón El Triunfo

Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

GRÁFICO # 5



Fuente Encuesta aplicada en el Cantón El Triunfo

Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

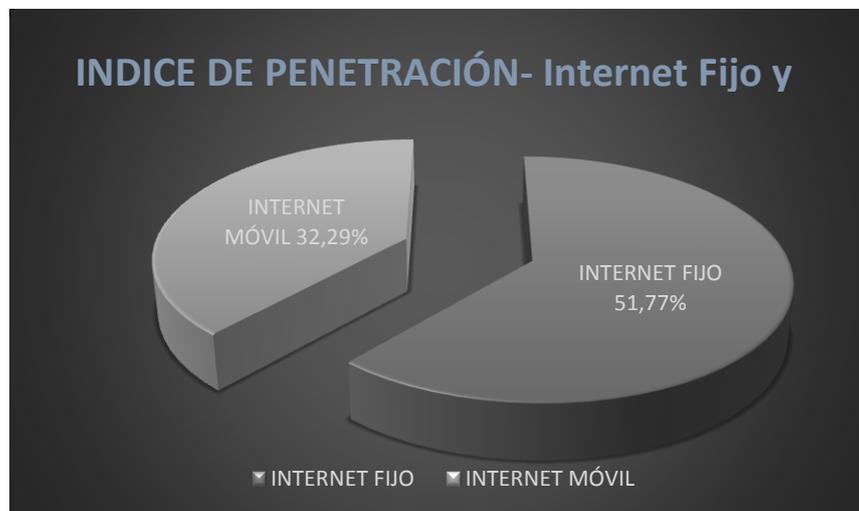
Una vez obtenido los resultados de la encuestas se analiza y se confirmar que el posicionamiento de la empresa CNT EP con su producto FAST BOY es buena ya que de una muestra de treinta personas veinte tienen contratado los servicios con CNT EP, ocho con otras operados y dos de los encuestados no poseen el servicio de internet.

Otro punto muy importante que nos brinda una de las preguntas es que la mejora en la infraestructura de la agencia tiene un impacto muy favorable en el posicionamiento que tiene la marca CNT EP ya que si bien es cierto el cantón El Triunfo contaba con una agencia súper obsoleta en la actualidad se está trabajando en una remodelación total lo que permitirá brindar a este cantón un lugar moderno y con un talento humano renovado capacitado, adicionalmente el cliente requiere que la atención al cliente por medio del call center sea mejorado por lo que trabajará en conjunto con la Gerencia Nacional en talleres para encontrar mejoras en este departamento tan importante en la interacción con el cliente.

Adicionalmente analizaremos por qué los clientes prefirieron contratar con otra operador y no con CNT EP, el resultado en su mayor porcentaje fue por los requisitos que pide la empresa al momento de contratar los servicios como son: copia de cedula, papel de votación y planilla básica, tener contratado el servicio de línea fija y no tener problemas en el buró de crédito cuando las otras operadoras solo están contratando con copia de cedula.

A continuación se presentarán dos cuadros que nos mostrará que el servicio de Internet Fijo tiene una penetración de mercado arriba del cincuenta por ciento en comparación a un producto que lo podemos considerar sustituto como lo es el Internet móvil lo que hace a este mercado muy llamativo y competitivo.

GRÁFICO # 6



Fuente Supertel 2014

Elaborado por Christian Gabriel Aldaz Gómez

CONCLUSIONES DEL ENSAYO

Las conclusiones del presente ensayo se basan en los análisis y en la información que se recopiló y que anteriormente se detallaron.

El mercado de Internet Fijo sigue teniendo un crecimiento año tras año lo que hace que este Mercado sea aún más competitivo por lo que la empresa CNT EP tendrá que implementar constantes estrategias para no perder el posicionamiento que mantiene en el cantón El Triunfo.

Luego del Análisis FODA que se realizó la Agencia El Triunfo trabajará implementado mejoras internas como en el proceso de venta ya que se trabajará con la nueva herramienta que provee el Registro Civil donde podemos visualizar la cedula en línea y así podemos hacer más ameno el momento de la contratación.

En Conjunto con el Departamento Técnico se seguirá trabajando en los tiempos de respuestas a los llamados de los clientes.

Existe un Mercado que todavía le va a permitir seguir creciendo a la empresa CNT EP con su producto Fast Boy internet ilimitado para lo cual se recomienda implementar estrategias de ventas tales como PUERTA A PUERTA y trabajaremos en la recuperación de cartera de cliente mediante llamadas telefónicas.

Con el posicionamiento y participación de mercado que CNT EP mantiene en el cantón El Triunfo se recomienda trabajar en planes de fidelización con los clientes actuales mediante llamadas telefónicas periódicas consultando sobre la efectividad de nuestros servicios logrando de esta manera hacer sentir importante al cliente y adicionalmente obtener información para mejoras continuas en nuestro servicio.

BIBLIOGRAFIA

Stephen Robbins, (2010), *Administración*, Pearson Education, México, 10ma. Edición

Christopher Lovelock, (2009), *Marketing de Servicios*, Pearson Education, Mexico, Sexta Edición.

Royal J. Best, (2007), *Marketing Estrategico*, Pearson Education, Madrid, Cuarta Edición.

Philip Kotler, (2008), *Fundamentos del Marketing*, Pearson Education, México, Octava Edición.

Pedro J. Reinares Lara, (2002), *Marketing Relacional*, Pearson Education, Madrid, Segunda Edición.

Juan Larrea y José Riofrio, (2010), *Censo del uso de internet, recuperado* (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-por-provincias/>)

Corporación Nacional de Telecomunicaciones, (2014), *publicación de ofertas comerciales*, recuperado (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-por-provincias/>).

PORTER, M. (2007), *Estrategia Competitiva*, Primera Edición, Editorial Alfaomega, Estados Unidos.

Jean-Jacques Landin (2009), *Dirección de Marketing*, Segunda Edición, Editorial McGRAW-HILL/INTERAMERICANA, Mexico D.F.

El Diario (2010), *Crecimiento del uso de internet fijo, Ecuador, recuperado de* (<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/342011-crece-uso-de-internet/>).

ANEXO

A continuación se detalla el formato de encuesta que se llevó a cabo en el cantón El Triunfo

1. Usted posee los servicios de Internet Fijo de CNT EP

SI

NO

2. Con respecto al servicio de internet fijo usted se encuentra:

- Muy satisfecho
- Algo satisfecho
- Satisfecho
- Nada Satisfecho

3.Cuál de los siguientes aspectos usted recomendaría mejorar en CNT EP?

- SERVICIO AL CLIENTE
- INFRAESTRUCTURA DE AGENCIA
- SERVICIO TECNICO
- CALL CENTER
- PROMOCIONES

4. Usuario de que operadora es actualmente?

- NINGUNA
- NETLIFE
- INTERNET LA TRONCAL
- INTERNET PESANTEZ
- TELCONET
- OTROS

5. Seleccione que motivos influyeron en la no contratación del servicio de internet con CNT EP

- PRECIO
- REQUISITOS
- ATENCION AL CLIENTE CALL CENTER
- REFERENCIAS
- RESPUESTA TÉCNICA
- PROMOCIONES