

**UNIVERSIDAD FASTA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Licenciatura en Administración de Empresas**

**Trabajo Final Integrador**



**RED DIGITAL**

**Alumna: Karina Wittenkamp**  
**Tutor: Lic. Walter Adrián Constante**  
**Año: 2024**

## RESUMEN EJECUTIVO

La Usina Popular Cooperativa tiene un fuerte posicionamiento en la ciudad de Necochea y Quequén como una empresa de servicios al socio, principalmente brindando el servicio de energía eléctrica. El proyecto de inversión aquí planteado tiene como objetivo principal ingresar en el sector de las telecomunicaciones brindando un servicio de 3Play Televisión, Internet y Telefonía, aprovechando el crecimiento de este mercado, esta propuesta se diferenciaría por un enfoque en la atención personalizada, un servicio unificado y con una conexión rápida y estable, a un precio que el socio pueda pagar en un 20% aproximadamente por debajo de la competencia, teniendo en cuenta siempre la obligación social y compromiso con la comunidad local de participar en el crecimiento de las localidades mencionadas, contribuyendo al desarrollo tecnológico, con una Red de Fibra Óptica y la tecnología necesaria para poder lograrlo. Es importante aclarar que la inversión inicial será realizada con recursos propios de la cooperativa, por un total de \$ 364.531.597,00

Este proyecto cuenta con un plan de implementación y un equipo capacitado de 10 personas para el sector de telecomunicaciones en el primer año, que dependería del Gerente General y el Consejo de Administración de la Cooperativa, esperando sumar a 11.520 clientes aproximadamente al finalizar el tercer año, el cual representa el 24,60 % de la demanda total de las ciudades de Necochea y Quequén.

El análisis económico realizado ha demostrado ser rentable superando la tasa mínima requerida de rendimiento, la TIRM refleja la eficiencia del proyecto con el 83,73 %, un VAN de \$ 1.090.851.807,00 y recuperando la inversión inicial a los 18 meses. Estos datos respaldan la viabilidad del proyecto a largo plazo en el sector de las telecomunicaciones.

Este es un buen momento para realizar el proyecto de Red Digital, las comunicaciones son esenciales en la vida diaria, afectan la forma en que las personas se relacionan, hacen negocios, aportan un aumento en la productividad, el acceso eficiente a internet genera oportunidades, recreación, entretenimiento, trabajo y educación, es una fuente de progreso y es necesario brindarle a las ciudades de Necochea y Quequén una conexión local, rápida, segura y estable.

## ÍNDICE

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	2
<b>Índice</b> .....	3
<b>Introducción</b> .....	5
<b>La Idea del Negocio</b> .....	5
Misión .....	7
Visión .....	7
Valores .....	7
<b>Diagnóstico Organizacional</b> .....	8
Macro Entorno .....	8
Análisis PESTEL .....	8
Micro Entorno .....	21
Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas (Porter) .....	21
Matriz EFE .....	23
Matriz Perfil Competitivo (MPC) .....	24
Matriz EFI .....	26
Matriz de Grupos Estratégicos .....	27
Análisis FODA .....	27
<b>Mercado Objetivo</b> .....	29
Investigación de Mercado .....	29
Cálculo de la Demanda Potencial Total .....	35
Establecimiento de Objetivos .....	36
<b>Desarrollo del Nuevo Negocio</b> .....	36
Análisis de las 4P (Producto - Plaza - Promoción - Precio) .....	36
<b>Producción y Operaciones</b> .....	41



Recursos Tangibles.....	41
Recursos Intangibles - Organigrama .....	42
Tecnología Utilizada .....	47
Localización.....	50
Proveedores .....	50
Producción.....	50
Exigencias de calidad por parte de los clientes .....	50
Sistema de control de calidad, servicio técnico .....	51
<b>Presupuesto</b> .....	51
Presupuesto de Ingresos .....	51
Presupuesto de Egresos .....	54
Flujo de fondos anuales .....	57
<b>Recomendaciones Finales</b> .....	59
<b>Conclusiones</b> .....	60
<b>Anexos</b> .....	61
Anexo I: Investigación de mercado .....	61
Anexo II: Recibos de Sueldo del Personal .....	65
Anexo III: Cálculo de capital de trabajo requerido para el proyecto .....	69
Anexo IV: Flujos de fondos mensuales para el año 1, 2 y 3.....	70
Anexo V: Cálculo para las amortizaciones de bienes de uso .....	73
Anexo VI: Cálculo de viabilidad y rentabilidad, indicadores financieros, VAN, TIRM, PRI...73	
<b>Bibliografía</b> .....	75

## INTRODUCCIÓN

La Usina Popular Cooperativa de Necochea, brinda servicios de energía eléctrica y servicios sociales, hace más de 50 años en la localidad.

El proyecto de inversión contaría con la incorporación de un nuevo servicio de telecomunicaciones denominado 3Play (Televisión - Internet - Telefonía), el proyecto pretendería cubrir las necesidades actuales de toda la comunidad, ofreciendo el mayor ancho de banda posible mediante una red de fibra óptica.

La UPC, como la mayoría de las cooperativas tiene un fuerte posicionamiento en la comunidad como una empresa de servicios al socio, es de suma importancia ya que los futuros clientes son hoy los socios actuales de energía, tomando la experiencia de otras cooperativas que se iniciaron en el sector de las telecomunicaciones y hoy lideran el mercado en sus ciudades, como la Cooperativa de Tres Arroyos, CELTA, compitiendo con productos y precios similares a las grandes empresas nacionales del rubro.

La UPC, tiene como compromiso social participar en el desarrollo de la comunidad ofreciendo servicios y diversidad, a un precio accesible para todos, como a centros de salud, centros educativos, sociedades sin fines de lucro, centros de jubilados y a toda la comunidad en su conjunto, con este proyecto de inversión se generarían nuevos puestos de trabajo calificados en el área técnica y comercial.

## LA IDEA DEL NEGOCIO

El Proyecto global de UPC para el servicio de 3Play se basa en proyectos técnicos ya aprobados por el ENACOM para la prestación de servicios de Televisión, internet y Telefonía mediante una red FTTH de fibra óptica hasta el hogar.

La UPC debería contar con una red de datos con el mayor ancho de banda posible, que permitiría brindar a todos los socios, los servicios que necesiten, transporte de datos no solo el servicio de 3Play sino, tele medición y tele comando para el servicio eléctrico, cámaras de vigilancia, monitoreo, enlaces punto a punto, tele gestión, educación web, una modalidad que se instaló definitivamente como una manera activa luego de la pandemia 2020, de esta manera se podría disponer de una red digital para la ciudad.

En este momento existe una oportunidad para que las cooperativas en general y eléctricas en particular, a que puedan ingresar al negocio de las telecomunicaciones. Actualmente teniendo en cuenta la baja rentabilidad que posee el sector eléctrico y el crecimiento de las telecomunicaciones es que el proyecto se convertiría también en una necesidad para la empresa ya que el nuevo servicio a desarrollar es un sector del mercado que está permanentemente en expansión por la necesidad que existe actualmente de estar conectados, que va en aumento en el contexto actual, según el estudio de mercado realizado el 84 % de las personas de las localidades de Necochea y Quequén consideran de gran importancia el servicio de internet, la decisión de ingresar al mercado con un valor de un 20 % menor que la competencia en este caso Personal Flow, que brinda un servicio similar al que se pretendería ofrecer a la comunidad, de este modo se permitiría satisfacer una demanda de clientes que buscan disminuir sus costos mensuales y poder llegar a aquellos hogares que se les está haciendo difícil cubrir los gastos básicos y donde el poder adquisitivo se ve afectado por el aumento generalizado de los precios, de esta manera la UPC sostiene su compromiso social con la comunidad y su fin cooperativo.

Los proveedores actuales en las ciudades son Personal Flow, Movistar y Airfibra, con respecto a la velocidad de conexión la que predomina es de 20 Megas a 50 Megas, mayormente utilizada para entretenimiento y trabajo en los hogares, la franja horaria en la que más se utilizan los accesos a internet son desde las 16 a 23 horas. Es por este motivo que el Consejo de administración de la UPC tomaría la decisión de destinar los aportes necesarios para la inversión inicial de este proyecto.

## La Empresa

La Usina Popular Cooperativa fue fundada el 24 de Abril de 1934, iniciando sus actividades de generación de energía eléctrica el 1 de marzo de 1939. Luego se reconvierte como Cooperativa de Obras y Servicios Públicos y Sociales, a fines de los 80 se inicia en el desarrollo de servicios de sepelios, con salas velatorias y la incorporación de servicios de enfermería, médico ambulatorio y traslados en ambulancias, a mediados de los 90 incorpora el servicio de emergencias médicas, luego se crea La Fundación Educacional, ámbito destinado al desarrollo, capacitación y actividades culturales para la ciudad constituyéndose hoy como un referente cultural para nuestra comunidad.

Desde 2008 junto a otras empresas e instituciones se funda la Caja Cooperativa de Créditos del Sudeste.

Actualmente La UPC cuenta con un equipo de dirección altamente comprometido con el interés social, con profesionales de la ingeniería, de sistemas de información, de las ciencias económicas, del derecho, altamente calificado.

El Consejo de Administración está formado por 12 consejeros, incluyendo el Presidente, Secretario y Tesorero, que forman el cuerpo ejecutivo, más dos representantes municipales.

Por la naturaleza de las cooperativas, son empresas societarias sin fines de lucro y representación igualitaria independiente del aporte de capital, donde el fin societario es el desarrollo y el bienestar del socio, por ende de toda la comunidad, ya que los usuarios del servicio de energía son, el socio y su familia, el servicio de energía llega a todos los hogares de Necochea y Quequén.

La estructura de esta nueva unidad de negocios, del servicio de telecomunicaciones, dependería del Gerente General y el Consejo de Administración.

## MISIÓN

Lograr que los socios /clientes accedan con cualquier dispositivo a las soluciones de los servicios de Televisión, Internet y Telefonía, contribuir en forma permanente al progreso de las ciudades de Necochea y Quequén, así mismo a la calidad de vida de sus habitantes.

## VISIÓN

Posicionarnos y ser líderes para la provisión de servicios de Telecomunicaciones y Desarrollos Tecnológicos, en las ciudades de Necochea y Quequén, logrando la fidelización de los socios/clientes como consecuencia de una atención personalizada de los servicios de Televisión, Internet y Telefonía.

## VALORES

**LICENCIAS HABILITANTES:** La Usina Popular Cooperativa de Necochea ha sido pionera en obtener todas las licencias nacionales, que la facultan para prestar los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones en simultáneo.

**LAS PERSONAS:** Se cuenta con los mejores recursos humanos para llevar adelante la propuesta, los cuales lo componen un Director del proyecto, un departamento técnico y un departamento administrativo y de ventas. Nuestro éxito depende de un personal altamente competente que trabaja unido en un lugar seguro y saludable donde se valoran y se reconoce la diversidad, el desarrollo y el trabajo en equipo. Se promueve el progreso y el crecimiento dentro de la empresa de todo el personal.

**CLIENTES:** Son los socios de UPC, para quienes se busca mejorar los servicios, satisfacer sus necesidades y expectativas actuales y futuras, destacando la atención personalizada para cada cliente valorando la relación y comunicación.

**LA MEJOR Y MÁS MODERNA TECNOLOGÍA:** Se trabajaría permanentemente en la investigación de nuevas tecnologías para aplicarlas a nuevos productos y servicios. De esta manera los clientes siempre tendrían disponibles los últimos avances tecnológicos en materia de las telecomunicaciones. El cabezal central de operaciones y las redes tendrían la capacidad para transportar un menú de múltiples servicios digitales y analógicos convergentes con anchos de banda de hasta 100 Mb por domicilio.

**RESPONSABILIDAD:** Se espera el mejor desempeño de las acciones y resultados con la mayor responsabilidad. La dirección establece metas y expectativas claras, apoyar, suministrar y buscar una retroalimentación constante.

**COMUNIDAD:** El compromiso con la comunidad desde una conducta solidaria, ética y responsable, acompañando toda iniciativa para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

## DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

### MACRO ENTORNO

El análisis de los factores políticos, económicos, sociales tecnológicos, ecológicos y ambientales como también legales forman parte del entorno de la organización, los cuales afectan las actividades y desempeño de la misma, este análisis es una herramienta eficaz que se utilizará para identificar las principales fuerzas externas que pudieran afectar el negocio tanto las amenazas como las oportunidades.

### ANÁLISIS PESTEL

#### **Factores Políticos:**

**ESTABILIDAD DEL GOBIERNO:** Este 2023 se cumplieron cuarenta años ininterrumpidos de gobiernos democráticos en la argentina. Para un país que durante casi todo el siglo XX se acostumbró a la inestabilidad política crónica, este es un logro excepcional. El primer gran logro de la democracia argentina es la nula influencia del poder militar en la política. (CLARIN, Negri j, 2023)

**SUBSIDIOS Y APORTES NO REEMBOLSABLES:** Existen recursos para la financiación que provienen del Fondo Fiduciario del Servicio Universal, que de resultar aprobado sería financiado en un 100 por ciento. El objetivo es promover el despliegue de redes de acceso,

con el fin de garantizar los Servicios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a los habitantes de barrios y asentamientos inscriptos en el Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana (RENABAP). En los casos que resulten adjudicatarios licenciatarios de redes comunitarias, la Autoridad de Aplicación podrá incluir los gastos de mano de obra, equipamiento y software; inversiones en materiales e insumos; bienes a adquirir para el desarrollo del proyecto y remuneraciones por servicios para el despliegue de infraestructura y costo de mantenimiento de la Red. Además resultarán inversiones financiadas del Proyecto y susceptibles de recibir aportes no reembolsables (ANR) aquellas comprendidas en las siguientes categorías: Inversiones en infraestructura activa: Todo equipamiento y/o software que permita la actualización de las plataformas de servicios y/o implementación de una red de conmutación de paquetes (Equipamiento de Conmutación, Servidores, Router, Gateway, Modem, OLT, Radioenlaces, etc.) utilizando las interfaces necesarias que posibiliten el aprovechamiento del tendido de la red actual. (ENACOM, 2020)

**CAMBIO DE GOBIENO:** El 19 de noviembre de 2023 se celebró la segunda vuelta de las elecciones presidenciales argentinas donde se eligió un nuevo Gobierno para los próximos cuatro años. Estas votaciones llegaron en un momento crítico para la nación albiceleste, ya que los problemas económicos y sociales fueron una dinámica constante en el mandato de Alberto Fernández, ganador de los anteriores comicios. (STATISTA, Elecciones Nacionales, 2023)

**La asunción de Javier Milei:** Los detalles del Mega paquete de reformas que enviarán al Congreso. Cómo serán las leyes para recortar gastos, reformas impositivas, laborales, entre otras. El elegido por el nuevo Presidente para presidir el Senado reveló que el lunes enviarán el ambicioso plan de reformas al Congreso. La ley ómnibus en la que los equipos de Javier Milei trabajan en secreto aterrizará en el Congreso horas después de la asunción del presidente electo: el lunes 11. "Una vez que asuma el Presidente y el día lunes envíe el paquete de medidas y normas al Congreso habrá que ponerse a laburar todo el tiempo que sea necesario, todo de corrido el verano, es la responsabilidad que tenemos de no perder un solo día para empezar a modificar todo este escenario", remarcó el futuro presidente provisional del Senado, Francisco Paoltroni. Según pudo saber Clarín, no será un paquete de leyes, sino un mismo texto que incluirá todas las modificaciones y se espera que ingrese por Diputados. En esa Cámara imaginan un debate en plenario de comisiones, lo antes posible. La ley incluiría la reducción del Estado. No solo porque el organigrama se va a reducir de 18 a 8 ministerios. Sino porque dentro de esos esquemas también habrá poda de secretarías y direcciones. "Está claro que cuando uno reduce no se acaban todas las funciones, algunas

se eliminarán y otras se readecuaran", aseguró el próximo ministro de Interior, Guillermo Francos. Y explicó que habrá una "reestructuración del organigrama público, donde hoy hay ministerios que están superpoblados que se tendrán que reducir". En el sistema judicial "va a haber un recorte grande. Dentro del esquema de recorte se especula con que se sienten las bases necesarias para avanzar en el futuro con las privatizaciones de empresas del Estado. También se espera que la norma incluya un paquete para desregular la economía y que en ese sentido se plantee la derogación de numerosas leyes vigentes. Sobre el capítulo de infraestructura se plantearía también la estructura legal para poder pasar a un sistema de financiamiento privado "a la chilena", como dice Milei. Esta semana se conoció que la idea es incluir un capítulo electoral, para suprimir las PASO; un punto que podría acercarlos a muchos gobernadores que también quieren eso. Paoltroni, quien también es productor agropecuario, se definió como alguien que viene desde fuera de la política y que no cree en las divisiones entre peronistas y radicales. "El debate es ponernos de acuerdo en las ideas para sacar el país adelante, las divisiones históricas nos han hecho perder mucho a los argentinos. Las elecciones pasaron, ahora hay que ponerse a trabajar para cambiar la historia". Victoria Villarruel volvió este martes a la Cámara alta para mantener una serie de reuniones, con el objetivo de cerrar un acuerdo que le permita alcanzar los 37 votos en la sesión convocada para este jueves y, así, desplazar a las actuales autoridades peronistas del Senado. Sobre un total de 72, el Frente de Todos tendrá desde la semana que viene tiene 33 senadores; Juntos por el Cambio, 24; La Libertad Avanza, 7; y el peronismo disidente, 3. En principio, Villarruel, Vicepresidente, contaría con los 7 propios y con los 24 de JxC. La cuenta da 31. Aún le faltarían 6 para alcanzar la mayoría. Eso es lo que está buscando cerrar contra reloj. (CLARIN, Jazmín Bullorini, 06/12/2023)

#### CONCLUSIÓN:

La estabilidad democrática es un elemento positivo para el desarrollo de un país, el respeto del principio de la mayoría, la existencia de un estado constitucional es sin duda la forma de gobierno justa para una convivencia en armonía, la responsabilidad que tiene el gobierno actual para poder gestionar políticas que favorezcan la prosperidad de sus habitantes, como lo son los subsidios y aportes no reembolsables para el desarrollo de infraestructuras de las telecomunicaciones, brindaría al proyecto en el caso de ser otorgado la posibilidad de brindar el servicio en barrios más necesitados de la ciudad que se encuentran en sus periferias, de esta manera podría realizarse una red que abarcaría prácticamente toda la ciudad, con la adquisición de equipamiento e infraestructura de última generación, siendo estos aportes no reembolsables, no tendría el costo de intereses y devolución del capital empleado de un crédito convencional.

El escenario de incertidumbre que genera la actualidad en lo político, económico y social, atraviesa al país. Ante la asunción de las nuevas autoridades en el cambio de gobierno, a partir del 10 de diciembre de 2023 el nuevo presidente, el economista Javier Milei, líder de la Libertad Avanza, propone una serie de reformas que serán presentadas ante el Congreso, con el fin de recortar gastos e implementar el plan económico para reducir los niveles de inflación y recuperar la credibilidad y un crecimiento sostenible a largo plazo.

### **Factores Económicos:**

**AUMENTO GENERALIZADO DE LOS PRECIOS:** El Nivel general del Índice de precios al consumidor registró un alza mensual de 11,0% en marzo de 2024, y acumuló una Variación de 51,6%. En la comparación interanual, el incremento alcanzó el 287,9%. La división de mayor aumento en el mes fue Educación (52,7%), por los incrementos de las cuotas en los distintos niveles educativos al inicio del ciclo lectivo. Le siguieron Comunicación (15,9%), por las subas en servicios de telefonía e internet, y Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles (13,3%), por alzas en el servicio de electricidad.

La división con mayor incidencia en todas las regiones fue Alimentos y bebidas no alcohólicas (10,5%). Al interior de la división se destacan las subas de Carnes y derivados, Leche, productos lácteos y huevos, Verduras, tubérculos y legumbres y Pan y cereales. Las dos divisiones que registraron las menores variaciones en marzo fueron Restaurantes y hoteles (8,3%) y Equipamiento y mantenimiento del hogar (5,0%). A nivel de las categorías, Regulados (18,1%) lideró el aumento seguida por Estacionales (11,1%), mientras que el IPC Núcleo registró un incremento de 9,4%. El Nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) representativo del total de hogares del país registró en marzo una variación de 11,0% con relación al mes anterior (INDEC, IPC, 12/04/2024)

**RESTRICCIONES EN LAS IMPORTACIONES:** La industria respondió con optimismo a la decisión del gobierno de Javier Milei reemplazar el Sistema de Importaciones de la República Argentina (SIRA) por “un sistema estadístico que no requerirá de la aprobación previa de licencias”, como anunció el ministro de Economía, Luis Caputo, en conferencia de prensa.

“En relación a las medidas anunciadas ayer en materia de importación de insumos para el desarrollo de la industria de las telecomunicaciones, en Telefónica Movistar vemos con optimismo que se instale un proceso ágil y previsible”, dijeron desde la compañía a DPL News. “Somos optimistas”, dijo en la misma línea el presidente de Infraestructura Digital Argentina (IDA), Alejandro Lastra, quien agregó que “estamos a disposición para colaborar en todo lo que favorezca el desarrollo de la industria, sobre todo a las PyMes, que son factor fundamental del ecosistema de las telecomunicaciones de Argentina”. Por su parte, Ariel

Graizer, de Cabase, respondió a este medio que “cualquier medida que ayude a salir del statu quo en que estábamos desde hace varios meses, imposibilitados para adquirir equipamiento crítico o pagar servicios esenciales del exterior para mantener las redes funcionando, es bienvenida”. Al mismo tiempo, hizo hincapié en que “existen aún múltiples cuestiones críticas que tienen que resolverse en nuestra industria en el corto plazo para recuperar previsibilidad y con ella el flujo de inversiones. La falta de definición de un interlocutor validado políticamente para el área complica el abordaje de los temas que hay en carpeta y que debemos resolver para que la infraestructura de internet en Argentina cumpla el rol que tiene como habilitador de múltiples industrias y sea el motor que impulse el desarrollo económico del país”.

Entre las medidas anunciadas por Caputo también está el “sinceramiento” del tipo de cambio oficial a 800 pesos y bajas en los subsidios de gas, energía y transporte; también la reducción a nueve de los ministerios (el de Infraestructura contendrá las políticas relacionadas al sector), el fin de la obra pública y la suspensión de la pauta, entre otros. Habrá que esperar cómo impactará en el sector la fuerte devaluación y la consecuente pérdida de poder adquisitivo de los usuarios. (DPLNEWS, 13/12/2023)

DEVALUACION: El dólar libre registró en 2023 un récord nominal intradiario de \$1.150 para la venta el 13 de diciembre, inmediatamente después de aplicado el salto cambiario de 118,3% anunciado por el ministro Luis Caputo, que elevó al tipo de cambio oficial a la zona de 800 pesos. Debido a esa devaluación histórica del peso, el dólar mayorista finalizó el balance de 2023 con una suba de \$631,29 o 356,3%, desde los \$177,16 del cierre de 2022 a los \$808,45 de este viernes. Este movimiento sirvió para recortar la brecha cambiaria, que quedó en el 26,8%, un rango que para algunos analistas podría allanar el camino para una pronta convergencia entre los distintos segmentos del mercado. (INFOBAE, 31/12/2023)

La inflación de febrero fue de 13,2%, dos puntos menos de los que esperaba el Gobierno de Javier Milei, que consideraba "numerazo" un IPC del 15%. Con esta cifra, la inflación interanual llegó al 276,2%. Si bien el número sigue a la baja, el bolsillo de los argentinos, sigue siendo el más castigado. El próximo índice se conocerá el 12 de abril y se espera un número similar. Además del índice inflacionario, el Indec informó cuál fue el valor de la canasta básica. "Un hogar de cuatro integrantes necesitó \$690.901,57 para superar el umbral de pobreza en febrero de 2024: 15,8% más que el mes previo". Siguiendo esta línea, la consultora de Orlando Ferreres (OJF) estimó que en marzo el costo de vida fue del 12,2% mensual y registró un crecimiento interanual de 288,3%; siendo Educación y Vivienda los rubros que encabezaron las subas (37,5% y 20,6% respectivamente), seguidos por Indumentaria y Salud, que presentaron una variación de 16,8% y 15,1% respectivamente. (IPROFESIONAL, 05/04/2024)

EMPLEO INFORMAL: Dinámico e informal: así es el mercado laboral 2023. El informe del Indec detalló que el porcentaje de asalariados sin descuento jubilatorio, por lo que desarrollan sus tareas de manera informal o no registrada- fue de 36,7% en el primer trimestre del año, con un crecimiento de ocho décimas de punto respecto al 35,9% de igual período de 2022. (EL ECONOMISTA. 2023)

La estadística fría e imparcial que marca un 7,1 de desempleo, implica que 5.400 vecinos de Necochea están desocupados sobre una población económicamente activa de 76.000 personas. Esta tasa se ubicó por debajo del promedio nacional, que fue del 9,5 por ciento, y también por debajo de la media de los aglomerados urbanos de tamaño similar (entre 100.000 y 500.000 habitantes), que fue del 10,2 por ciento. No hay datos oficiales sobre la tasa de empleo informal en Necochea, pero se puede estimar a partir de algunos indicadores. Según el mismo informe del INDEC, el 38,4 por ciento de la población ocupada en Necochea no estaba registrada en el sistema previsional, es decir que no aportaba al sistema jubilatorio ni al sistema de salud. Este porcentaje se ubicó por encima del promedio nacional, que fue del 34,3 por ciento, y también por encima de la media de los aglomerados urbanos de tamaño similar, que fue del 36,6 por ciento. (NOVA BONAERENSE. 2023)

#### CONCLUSION:

El aumento generalizado de los precios impacta negativamente en el proyecto, ya que los costos para brindar el servicio aumentan progresivamente, los incrementos de los precios en relación a los servicios de telecomunicaciones se encuentran por debajo del aumento generalizado de los precios, ya que no es posible trasladar directamente el total de los aumentos al cliente, el mismo debería realizarse progresivamente, de todas maneras, impacta en el consumo afectando las ventas del servicio. El alto índice de empleo informal imposibilita el análisis del comportamiento de este sector de la población, también la abrupta devaluación de diciembre afectó los costos ya que los mismos cotizan en dólares, esta situación disparó los valores de la industria que dependen de insumos y servicios del exterior afectando negativamente a todo el sector, este momento de incertidumbre no sería el mejor escenario.

#### **Factores Sociales:**

NIVEL DE POBREZA: Los resultados del segundo semestre de 2023 correspondientes al total de aglomerados urbanos registraron que los principales resultados de la incidencia de la pobreza y la indigencia. El porcentaje de hogares por debajo de la línea de pobreza (LP) alcanzó el 31,8%; en ellos reside el 41,7% de las personas. Dentro de este conjunto se distingue un 8,7% de hogares por debajo de la línea de indigencia (LI), que incluyen al 11,9% de las personas. Esto implica que, para el universo de los 31 aglomerados urbanos de la EPH,

por debajo de la LP se encuentran 3.193.297 hogares, que incluyen a 12.300.481 personas; y, dentro de ese conjunto, 869.821 hogares se encuentran por debajo de la LI, lo que representa 3.520.174 personas indigentes. Incidencia Con respecto al primer semestre de 2023, la incidencia de la pobreza registró un aumento tanto en los hogares como en las personas, de 2,2 y 1,6 puntos porcentuales (p.p.), respectivamente. En el caso de la indigencia, mostró un aumento de 1,9 p.p. en los hogares y de 2,6 p.p. en las personas. Evolución: A nivel regional se observó un aumento de la pobreza y la indigencia en todas las regiones. (INDEC, 27/03/2024)

Necochea vuelve a sumergirse en la pobreza. En mayo registró un nuevo incremento en la inflación de la localidad bonaerense, escalando al 7,61 por ciento. La consultora bicentenario dio a conocer el índice de inflación en Necochea que por primera vez en meses marcó levemente por debajo de los índices nacionales, de este modo, una familia tipo necesitó más de 215 mil pesos por mes para no caer bajo la línea de la pobreza. Los números de la economía necochense son abrumadores. Según datos proporcionados por el INDEC, el desempleo afecta al 7,1 por ciento de la población activa y se ha incrementado en los últimos años debido a la crisis sanitaria y productiva. Muchas personas han perdido su trabajo o buscan incorporarse por primera vez al mercado laboral sin éxito. (DATA24, 22/06/2023)

ACCESOS A INTERNET: En el cuarto trimestre de 2023 se registraron, en promedio, 8.163.583 accesos a internet fijos. Esto significó un aumento de 2,7% respecto al cuarto trimestre de 2022. Por otro lado, los accesos fijos residenciales crecieron 2,6%, lo que suma un total de 7.743.844; y los accesos fijos de organizaciones totalizaron 419.739, con una suba de 5,9%. (INDEC. 2023)

Según el estudio de mercado realizado en la ciudad de Necochea y Quequén, el 84% de sus habitantes cuentan con acceso a internet, el tipo de conexión más utilizada es por medio de fibra óptica en un 69%, con respecto a la velocidad de conexión la que predomina es de 20 Megas a 50 Megas con un 36 %, el motivo por el cual se contrata el servicio de internet es para entretenimiento y trabajo con un 44% y 38% respectivamente, también se observa que un 57% cuenta con un servicio unificado de Televisión, Internet y Telefonía y se destaca que un 38 % prefiere únicamente el servicio de internet.

TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN: En el cuarto trimestre de 2023, se registró que el 61,0% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora (sean de escritorio, portátiles o tabletas electrónicas) y el 93,4%, a internet (sea red fija o móvil). Además, los datos muestran que, en la Argentina, 90 de cada 100 personas usan teléfono celular y 89 de cada 100 utilizan internet. (INDEC. 2023)

EDUCACION Y TECNOLOGIA: Usos de las TIC según el máximo nivel educativo alcanzado. Entre las variables incluidas, el nivel de instrucción alcanzado muestra diferencias en relación con el uso de celular, computadora e internet. El mayor uso de las tres tecnologías indagadas se observa en la población residente en hogares urbanos cuya educación alcanza el nivel superior y universitario (completo o incompleto), y en segundo lugar, en la población que alcanza el nivel secundario (completo o incompleto). La tecnología de teléfono celular es la que se observa con mayor uso en todos los niveles de instrucción de las personas. El mayor uso de las computadoras se da en personas con nivel de educación superior y universitaria, y en los grupos de edad escolar. (INDEC 2023)

#### CONCLUSION:

El incremento de los valores de pobreza es un impacto negativo para el negocio, sin embargo se registró un incremento del 2,7 % en el cuarto trimestre de 2023 con respecto al 2022 de accesos a internet y 89 de cada 100 personas utilizan internet, esto es un aspecto positivo ya que demuestra que las telecomunicaciones son utilizadas en todos los niveles socioeconómicos de la población, se diferencian algunos aspectos con respecto al uso de las tecnologías de las comunicaciones según el nivel educativo alcanzado, que demuestra que el mayor uso de las tres tecnologías, celular, computadora e internet se da en los niveles de educación universitaria tanto completo como incompleto. Según el principio del cooperativismo de preocupación por su comunidad, el proyecto podrá desarrollar un producto con un valor económico módico para alcanzar el sector con menor poder adquisitivo, ya que no persigue la creación de riqueza, sino colaborar para acceder a un beneficio común.

#### **Factores Tecnológicos:**

AVANCES TECNOLOGICOS: El diseño innovador de la fibra óptica, la innovación radica en un cambio de diseño. Mientras que los cables tradicionales tienen un solo núcleo que lleva múltiples señales de luz, este nuevo tipo de cable consta de 19 núcleos, cada uno capaz de portar una señal independiente. Así, se consigue una notable mejora en la capacidad del cable sin comprometer el tamaño global de la fibra, lo que significa que puede integrarse en la infraestructura existente sin la necesidad de cambios significativos. Un chip de vidrio esencial. El nuevo diseño del cable no habría sido posible sin el desarrollo de un chip de vidrio por parte de investigadores de la Universidad Macquarie en Sydney. Este componente esencial permitió que las señales se alimentaran en cada uno de los 19 núcleos simultáneamente, con pérdidas de luz uniformemente bajas. La ventaja no se limita solo al incremento en la capacidad de transmisión. El nuevo diseño requiere menos procesamiento digital, lo que significa una disminución en la energía requerida por bit transmitido. Este aspecto es crucial en una época donde la eficiencia energética es una prioridad en todas las industrias. (HATSNEW. 2023)

**INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA:** El Gobierno aprobó hoy el llamado a licitación del espectro radioeléctrico para el desarrollo de la tecnología 5G en la Argentina, una medida clave para el desarrollo de las telecomunicaciones y que tendrá un impacto económico decisivo en el futuro inmediato. El impacto del 5G, Se trata de la tecnología que sucede al actual sistema, que soporta la transmisión de gran cantidad de datos, pero que por la latencia -el tiempo que tardan en “viajar” esos datos- aún no pueden desarrollarse actividades como los automóviles autónomos o realizar intervenciones quirúrgicas a distancia y el funcionamientos de equipos y dispositivos inteligentes, debido a la necesidad de que se reduzca casi a cero la transmisión de datos. (INFOBAE 2023)

**TENDENCIAS:** Redes de Fibra Óptica Inteligentes. Son redes que utilizan la inteligencia artificial para optimizar el rendimiento. La inteligencia artificial puede utilizarse para identificar y corregir automáticamente problemas en la red. Esto permite una red más eficiente y fiable. Además, la IA puede utilizarse para predecir los patrones de tráfico y la demanda futuros. Esta información puede utilizarse para configurar la capacidad con antelación y garantizar que la red pueda satisfacer la demanda. Las redes de fibra óptica son ya un elemento esencial de muchas grandes infraestructuras de red. La comunicación por cables ópticos es un pilar fundamental de Internet y ha inaugurado una era de avances tecnológicos sin precedentes. A medida que maduren tecnologías como la 5G, las redes ópticas seguirán desempeñando un papel importante en un mundo cada vez más digital. (ZMSCABLE. 2023)

El auge de la televisión por internet, dejando de lado situaciones más coyunturales derivadas de la geopolítica, una tendencia que parece clara a largo plazo es que el consumo de audiovisual cada vez reposa más sobre internet. En este sentido, IAB habla de televisión conectada para referirse a “contenidos audiovisuales a los que se accede a través de internet, ya sea mediante una Smart TV, una TV analógica (conectada a un ordenador, portátil o consola), a un dispositivo Blue-Ray, un set top box u otros dispositivos con conectividad”. La importancia que ha adquirido internet como canal de consumo de contenidos audiovisuales queda patente en el siguiente dato que ofrece IAB: en España, el 82% de los internautas de entre 16 y 75 años utiliza servicios de contenido audiovisual a través de internet para TV, independientemente del dispositivo de acceso. Se trata de una cifra de población que supera los 27 millones de usuarios. Como es de esperar, este comportamiento no es homogéneo entre la población de distintas edades, y son los jóvenes los que más uso hacen de la televisión conectada 87% de los menores de 30 años, y los mayores los que menos 77% de los mayores de 50. (TELOS FUNDACION TELEFONICA. 2023)

El Motorola Rizr Rollable se ha convertido en uno de los teléfonos del futuro. Es un teléfono que ha sorprendido a propios y extraños con una funcionalidad muy interesante ya que en vez

de plegarse se enrolla sobre sí mismo. Esto ha abierto grandes dudas sobre el futuro de la industria al respecto de los teléfonos plegables. Estos enrollables han resultado muy prácticos a muchos usuarios que han aplaudido este movimiento de la marca asiática. Además, es tan solo un prototipo, así que lo que podría hacerse con esta tecnología es muy interesante a futuro. Podrían refinarse para contar con marcos más pequeños o directamente prescindir de ellos. Habrá que ver también cuál será la jugada de las marcas rivales, ya que pronto podrían imitar esta tecnología o incluso darle una vuelta de tuerca y cambiarla totalmente. Baterías de estado sólido: el móvil del futuro no se va a quedar nunca sin carga. Los teléfonos han encontrado su piedra en el zapato en la autonomía. Se han llevado a cabo grandísimas mejoras en este sentido. Una de las más importantes es la carga rápida. Desafortunadamente, esto degrada la capacidad de la batería, por lo que existen incluso tutoriales para desactivar la carga rápida. Es por este motivo por el que todavía no se termina de dar con la tecla para que consigamos autonomías que superen holgadamente los dos días de uso. Para ello la alternativa podrían ser las baterías de estado sólido. Una tecnología diferente a las actuales de ion-litio. Estas baterías usan electrolitos sólidos por lo que pueden albergar más energía en mucho menos espacio. Esto nos permitiría cargar nuestro teléfono de una manera mucho más rápida y con una duración de la misma increíble. (LA VANGUARDIA. 2023)

TECNOLOGIAS EMERGENTES: LiFi: La firma PureLiFi presentó los últimos avances de su tecnología de conexión luminosa, cómo funciona la nueva tecnología que quiere reemplazar al WiFi usando la luz. La principal novedad es una antena de luz que destaca por ser la primera en cumplir con el estándar global de comunicación de luz 802.11bb, que se encuentra en sus etapas finales de certificación y que es compatible con los equipos de red WiFi 802.11. Los expertos señalan que, como la luz es una onda, al igual el agua y cuenta con una característica conocida como polarización, que describe la dirección en la que vibran las ondas y permite controlar la luz. Al aprovecharse de la luz visible, en determinadas investigaciones han sido capaces de alcanzar los 10 Gbps de velocidad. Esto permite enviar información de forma muy rápida a través de señales ópticas por encima de lo que ofrece actualmente la tecnología Wi-Fi. (CLARIN. TECNOLOGIA. 2023)

Para los operadores de telecomunicaciones, los desafíos en torno a la ciberseguridad van en aumento. Según el EY 2023 Global Cybersecurity Leadership Insights Study, el 53 % de las empresas de telecomunicaciones cree que el costo de las brechas de ciberseguridad para su organización superará los 3 millones de dólares en 2023, frente al 40 % en 2022. El auge de GenAI también está poniendo bajo presión la gobernanza de datos. El último EY CEO Outlook Pulse, encuentra que cuatro de cada cinco empresas de telecomunicaciones coinciden en que la Inteligencia Artificial es una fuerza para el bien, pero más de siete de cada 10 creen que

deben hacer más para mitigar contra los “malos actores” de la IA y prestar mayor atención a las implicaciones éticas de la IA. (EY GLOBAL. 30/11/2023)

#### CONCLUSIÓN:

Los cambios y avances tecnológicos son notables en las mejoras de las telecomunicaciones, la inteligencia artificial en las redes de fibra óptica que permitirían gestionar redes más eficientes y confiables, el impacto del 5G que soporta la transmisión de gran cantidad de datos, equipos más funcionales, las diferentes tecnologías emergentes como es el LIFI, demuestra que la tecnología y las comunicaciones avanzan muy rápidamente para optimizar su uso y se debe mencionar el gran desafío de las empresas de telecomunicaciones para afrontar los costos y mantener una red confiable en cuanto a la ciberseguridad, aunque su implementación en el país de estas tecnologías no sean inmediatas la empresa tiene el compromiso de estar capacitada para poder adaptarse en un futuro a estos avances con una red de infraestructura de fibra óptica propia, actualizada y segura.

#### **Factores Ecológicos y Ambientales:**

**RESIDUOS TECNOLÓGICOS:** Se generan en todo el mundo cerca de 50 millones de toneladas de desechos electrónicos al año. Los últimos años han estado marcados por un fenómeno indiscutible, es el creciente ritmo al que evoluciona la tecnología. Esta velocidad imparable a la que los dispositivos que utilizamos mejora, hace que al poco tiempo de disponer de ellos tengamos que cambiarlos. A veces por simple capricho, otras por necesidad, ya que el avance imparable de tecnología hace que nuestros aparatos se queden obsoletos muy rápidamente, desechamos a diario toneladas de productos electrónicos. Los residuos electrónicos encontramos materiales peligrosos como metales pesados: mercurio, plomo, cadmio, plomo, cromo, arsénico o antimonio, los cuales son susceptibles de causar diversos daños para la salud y para el medio ambiente. En especial, el mercurio produce daños al cerebro y el sistema nervioso, el plomo potencia el deterioro intelectual, ya que tiene efectos perjudiciales en el cerebro y todo el sistema circulatorio; el cadmio, puede producir alteraciones en la reproducción e incluso llegar a provocar infertilidad; y el cromo, está altamente relacionado con afecciones en los huesos y los riñones (NATIONAL GEOGRAPHIC ESPAÑA. 2023)

**TRATAMIENTO PARA RESIDUOS:** El instituto tecnológico adquirió equipamiento para análisis y control de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) y lo cede a través de un convenio para consolidar un vínculo de trabajo que contribuya al control de este tipo de materiales. Los instrumentos fueron adquiridos a través de la coordinación del Centro Regional Basilea para América del Sur. El analizador brindará información precisa sobre los

elementos químicos presentes en los RAEE lo que ayudará a tomar decisiones más acertadas en cuanto a su gestión ambientalmente racional de distintos materiales químicos y desechos. Los RAEE se definen como objetos completos, componentes o restos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) desechados por el consumidor antes o al final de su vida útil. Los AEE abarcan todos los dispositivos que requieren corriente eléctrica o campos electromagnéticos para su funcionamiento adecuado. Los continuos cambios tecnológicos y reemplazo frecuente de AEE dan lugar a un rápido incremento global de residuos en términos de volumen y complejidad. Los empleará la Secretaría de Control y Monitoreo Ambiental, a cargo de Sergio Federovisky, viceministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (INTI. 2023)

**ECOLOGIA Y TECNOLOGÍA:** La etiqueta ECO Cable se basa en un cálculo automático, utilizando criterios reconocidos y medibles según los principales requisitos y marcos normativos. En el marco de la FTTH (Fiber to the Home) Conference 2023, que se realizó en Madrid, España, Prysmian Group anunció el lanzamiento de los primeros cables ópticos con certificación verde gracias a su etiqueta ECO Cable, la primera de productos verdes patentada en la industria. “Los productos ECO Cable tienen como objetivo abordar de manera proactiva las expectativas cada vez más ecológicas del mercado de las telecomunicaciones y de todas las partes interesadas”, dijo Philippe Vanhille, vicepresidente ejecutivo de la división de Telecomunicaciones de Prysmian Group. El ejecutivo agregó que “ahora estamos listos para presentar nuestra gama de productos de telecomunicaciones donde se pueden aplicar los criterios sostenibles medibles y reconocidos, para apoyar la descarbonización de los operadores y proveedores de infraestructura de banda ancha y fortalecer su cadena de suministro verde y su propuesta de valor”. Aunque la fibra es intrínsecamente ecológica, debido a que las redes de fibra completa utilizan mucha menos electricidad que las redes basadas en cobre, la compañía mostró las ventajas de su nuevo producto. “Tiene un enfoque específico en la huella de carbono de los productos de cable, la ausencia de sustancias altamente preocupantes, la reciclabilidad /circularidad, la tasa de entrada de reciclaje, los beneficios ambientales y la eficiencia de la transmisión por cable”. (ELECTRICIDAD la Revista Energética de Chile. 2023)

**Beneficios ecológicos de la Fibra óptica:** La cantidad de energía que hace falta para enviar esa luz a través del cable es mucho menor que la necesaria para mandar las señales eléctricas en los antiguos cables de cobre que se están quedando obsoletos. Así que la fibra óptica no solo significa más velocidad, sino también más eficiencia y menos emisiones. De hecho, la Fibra no solo genera una transmisión de datos rápida, sino que, gracias a ello, ahorra un espacio energético de hasta un 80%. La cantidad de energía que hace falta para enviar esa luz a través del cable es menor que la necesaria para mandar las señales eléctricas en

los antiguos sistemas de cable de cobre. Y es que, ¿sabías que la Fibra óptica necesita siete veces menos energía que el cobre? Y además reduce las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), uno de los principales causantes del cambio climático y el consiguiente calentamiento global. (GUUK. 2021)

#### CONCLUSION:

La visión ecológica y ambiental de la empresa debe adaptarse a las normativas vigentes utilizando una red de fibra óptica certificada como la fibra óptica ECO cable y demás equipamientos que generen el mínimo impacto ambiental.

#### **Factores Legales:**

La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes, USINA POPULAR COOPERATIVA DE OBRAS, SERVICIOS PUBLICOS Y SOCIALES LIMITADA DE NECOCHEA "SEBASTIAN DE MARIA" CUIT 30-54569405-7. Domicilio Legal Avenida 59 N° 1798 Necochea – Pcia de Buenos Aires. Actividad principal: Distribución de Energía Eléctrica Planta de Hormigón y Pavimento División Servicios Sociales y Telecomunicaciones. Inscripción en la Dirección Provincial de Personas Jurídicas de la Provincia de Buenos Aires N° 2090 (09/03/34). Inscripción en el Instituto Provincial de Acción Cooperativa (I.P.A.C) Legajo N° 000248. Inscripción en el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (I.N.A.E.S). Licencia Telecomunicaciones Res. Sc N° 65 Secretaria De Comunicaciones. Res. AFSCA 2251/11 Autoridad Federal De Servicios De Comunicación Audiovisual. Convenio Colectivo De Trabajo 223/75 Sindicato Argentino De Televisión, Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivo Y De Datos.

Impuestos, Tasas y Derechos:

Televisión: Sadaic (1% De La Facturación Bruta del servicio, Menos Las Deducciones) Aadi Capif (0,5 % De La Facturación Bruta del servicio, menos Las Deducciones) Argentores (0,65%) De La Recaudación Bruta del servicio, Menos Las Deducciones. *Las deducciones se refieren al costo de la interconexión del servicio.*

Telefonía: (0,5 % De La Facturación Bruta del servicio, Menos Las Deducciones). *Las deducciones se refieren al costo de la interconexión del servicio.*

Internet: Tasa De Control, Fiscalización Y Verificación TCFYV (0,5 % Facturación Bruta Menos Deducciones) SU Servicio Universal (1 % Facturación Bruta Menos Deducciones) - *Las deducciones se refieren al costo de la interconexión del servicio.*

IVA: 21 %. Impuestos bancarios, débito y crédito 1,2%. Suscripciones: Cámara Argentina De Internet, Cuota De Suscripción, CABASE

Exenciones:

Artículo 20 - Ley del Impuesto a las Ganancias.

Están exentos del gravamen: Artículo 20 - Ley del Impuesto a las Ganancias, inciso d) Las utilidades de las sociedades cooperativas de cualquier naturaleza y las que bajo cualquier denominación (retorno, interés accionario, etc.), distribuyen las cooperativas de consumo entre sus socios.

Impuesto a Las Ganancias Certificado 1302021017581

Ingresos Brutos. Res. 076d001132019

No se aplican tasas Municipales a la comercialización del servicio de telecomunicaciones, las tasa urbanas municipales que están afectadas a la cooperativa son las de alumbrado público, cuidado ciudadano y recolección, se abonan desde la administración central de la UPC.

#### CONCLUSIÓN:

La empresa cumple con las certificaciones y licencias habilitantes para brindar los servicios de telecomunicaciones, si bien las cargas impositivas de televisión, telefonía e internet son significativas, cuenta con el beneficio de las exenciones de Impuestos a las Ganancias y también de Ingresos Brutos por su condición de Cooperativa ya que son asociaciones sin fines de lucro a su vez las tasa municipales no estarían afectadas al proyecto.

## MICRO ENTORNO

### ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS (PORTER)

La lógica del modelo se basa en la afirmación de que existen cinco fuerzas competitivas básicas que, en su conjunto, determinan el potencial de una industria o sector de la economía, cuando las fuerzas son intensas, la empresa puede tener poca oportunidad para superar su rendimiento promedio del sector, cuando estas fuerzas son débiles o no existen, puede ser más fácil superar este rendimiento donde compite. La clave entonces se encuentra en las distintas habilidades que se desarrollarán como organización para enfrentar las de la competencia. El análisis de las cinco fuerzas determinará la rentabilidad a largo plazo del segmento del mercado donde se competirá.

Valorización de las fuerzas:

- **Poder de negociación de los clientes:** BAJO. La ventaja competitiva reside en el conocimiento de futuros clientes ya que son socios de La UPC, la empresa posee una gran base de datos, dado que son clientes del servicio de energía. Existen otras empresas que brindan el servicio con precios competitivos, como Personal Flow, Movistar y Airfibra, por tal motivo el poder de negociación de los clientes es BAJO, ya que tienen la posibilidad de elegir otro producto que se adapte a sus necesidades sin ningún costo adicional, sin embargo no hay un exceso de oferta por sobre la demanda.



- **Rivalidad entre competidores:** MEDIA. Existen competidores mucho más importantes con presencia Nacional y local, el bajo costo que posee el cliente para cambiar de servicio también sería un factor que impactaría y se debería tener en cuenta ya que el crecimiento sería de manera lenta. Sin embargo, estos competidores no están dispuestos a invertir en zonas periféricas de la ciudad a causa del costo de la infraestructura de red que es necesarias para llegar a ellas. Al mismo tiempo, la UPC ya cuenta con una estructura administrativa y de instalaciones en su edificio que están operativas en la actualidad por lo tanto se utilizarían las mismas estructuras ya existentes.
- **Poder de negociación de los proveedores:** ALTO. La existencia de pocos proveedores hace que el poder de negociación sea una tarea difícil, ya que no existen hasta el momento otras opciones de proveedores mayoristas como TELMEX, TELECOM y TELEFONICA como los mayores proveedores de ancho de banda. La UPC cuenta con una buena trayectoria comercial de más de 70 años, y estos proveedores prestan otros servicios de telefonía celular corporativa en el caso de Telmex y Telecom de líneas fijas de telefonía, éstas empresas ya son proveedoras, en el servicio eléctrico.
- **Las Amenazas de nuevos competidores:** Es BAJA, con grandes barreras de entrada, el ingreso al sector de nuevas empresas posee un alto costo ya que se necesita de una infraestructura de red de fibra óptica y equipamiento que requiere de una gran inversión de capital inicial, al mismo tiempo existen regulaciones legales como también de licencias de telecomunicaciones para poder brindar los servicios, que son otorgadas por el estado, el ente regulador es el ENACOM, por otra parte existen empresas que ya están posicionadas en el mercado como Personal Flow y Movistar, mientras que las barreras de salida también son altas, las contrataciones son a largo plazo, se debe garantizar la continuidad del servicio para los clientes afectados durante la transición, y cumplir con las notificaciones a los organismos correspondientes, etc.
- **Amenazas de nuevos productos / servicios sustitutos:** MEDIA. El principal sustituto son las compañías de celulares, el ingreso de nuevos productos en el mercado de las telecomunicaciones es esperado por la rapidez en que surgen los cambios, la utilización de plataformas como como Netflix, Pluto TV You Tube, y otras tecnologías inalámbricas a un bajo costo, como también los cambios en las preferencias de consumidores y otras propuestas innovadoras que puedan surgir en el

mercado, sin embargo en casi todas el cliente se convierte en un usuario de banda ancha y hasta el momento no existe una mejor tecnología que pueda superar la fibra óptica, sin límites de velocidad.

## MATRIZ EFE

OPORTUNIDADES	VALOR	CALIFICACION	V. PONDERADO
Estabilidad de un gobierno democrático	0,08	4	0,32
Subsidios y Aportes NO Reembolsables	0,08	4	0,32
Aumentos de los accesos de internet	0,06	4	0,24
Utilización de la Tecnología de la Información	0,06	4	0,24
Utilización de las TICs en Educación	0,05	4	0,20
Avances Tecnológicos	0,06	2	0,12
Infraestructura Tecnológica	0,05	3	0,15
Tecnologías Emergentes	0,04	3	0,12
Tendencias Tecnológicas	0,03	2	0,06
Inexistencia de Nuevos Competidores	0,06	4	0,24
AMENAZAS			
Ingreso de nuevos competidores internacionales	0,06	1	0,06
Aumento generalizado de los Precios	0,04	1	0,04
Incrementos en los costos de ciberseguridad	0,04	3	0,12
Devaluación	0,04	1	0,04
Empleo Informal	0,04	2	0,08
Nivel de Pobreza	0,03	1	0,03
Riesgos regulatorios impositivos y gurnamentales	0,06	2	0,12
Poder de Negociación de los Proveedores	0,06	2	0,12
Amenaza de Productos y Servicios Sustitutos	0,06	3	0,18
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,80</b>

Del análisis efectuado del entorno de los factores, económicos, políticos, sociales tecnológicos y legales se observa que el proyecto podría realizar acciones estratégicas para poder minimizar las amenazas y maximizar las oportunidades, como la generación de un producto complementario, así mismo se podrían lograr alianzas tanto con un competidor local, como también con proveedores estratégicos al existir solo tres proveedores de Ancho de banda ( TELMEX, TELECOM y TELEFONICA) y algunos de insumos y equipamientos puede verse como una amenaza, una alianza permitiría asegurar el suministro de los materiales necesarios y por otra parte, en el caso de asociarse con el otro competidor se podrían generar volúmenes de compra mayores a un menor costo, a su vez aprovechar las oportunidades, en cuanto al aumento de la utilización de internet, ofreciendo un servicio que se adapte a las tendencias de utilización tanto en la educación como en la información. La infraestructura

tecnológica en la que se enfoca la red de fibra óptica sin dudas es una oportunidad ya que brinda una capacidad infinita de transporte de datos, tiene una larga vida útil, es una tecnología limpia y sustentable ya que se ha comprobado que tiene un impacto positivo a nivel ambiental, ya que reduce la emisión de dióxido de carbono en la atmosfera, además permite el ahorro de energía, puede soportar altas y bajas temperaturas, un tendido de fibra óptica aporta al sector económico local ya que optimiza los servicios y mejora las condiciones de accesos a internet de Banda Ancha con altas velocidades promoviendo las comunicaciones y los negocios en las ciudades de Necochea y Quequén. También se debe mencionar que el sector de las telecomunicaciones cuenta con una barrera alta de ingreso de competidores por el gran costo que implica tanto de inversión como de licencias que son otorgadas por el Ente Nacional de Telecomunicaciones. El puntaje de valor total de esta Matriz es de 2,8 nos indica que la empresa se encontraría por encima del promedio en sus esfuerzos para aplicar estrategias que aprovechen las oportunidades externas y disminuyan sus amenazas.

### MATRIZ PERFIL COMPETITIVO (MPC)

FACTORES IMPORTANTES	UPC DIGITAL			PERSONAL FLOW			MOVISTAR			AIRFIBRA		
	VALOR	CALIF.	V. POND.	VALOR	CALIF.	V. POND.	VALOR	CALIF.	V. POND.	VALOR	CALIF.	V. POND.
Presencia en línea en redes sociales	0,07	2	0,14	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21
Participación en el mercado	0,08	1	0,08	0,08	4	0,32	0,08	3	0,24	0,08	2	0,16
Capacidad de descuentos y promociones	0,08	2	0,16	0,08	4	0,32	0,08	3	0,24	0,08	2	0,16
Variedad de servicios	0,07	2	0,14	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21
Cobertura de red de FO en metros	0,08	2	0,16	0,08	3	0,24	0,08	3	0,24	0,08	3	0,24
Velocidad de conexión	0,08	3	0,24	0,08	3	0,24	0,08	3	0,24	0,08	2	0,16
Atención personalizada	0,07	4	0,28	0,07	2	0,14	0,07	2	0,14	0,07	2	0,14
Capacidad tecnológica	0,06	3	0,18	0,06	3	0,18	0,06	3	0,18	0,06	2	0,12
Reconocimiento de la marca	0,07	4	0,28	0,07	4	0,28	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21
Competitividad en los precios	0,08	4	0,32	0,08	4	0,32	0,08	3	0,24	0,08	3	0,24
Lealtad de los clientes	0,07	3	0,21	0,07	2	0,14	0,07	2	0,14	0,07	2	0,14
Estructura de bajo costo	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21	0,07	3	0,21
Sist. de Gestión de la inform. actualizados	0,06	3	0,18	0,06	4	0,24	0,06	3	0,18	0,06	3	0,18
Comunicación hacia los clientes	0,06	3	0,18	0,06	2	0,12	0,06	2	0,12	0,06	2	0,12
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,76</b>	<b>1</b>		<b>3,17</b>	<b>1</b>		<b>2,80</b>	<b>1</b>		<b>2,50</b>

Los valores revelan las fortalezas relativas de las empresas, el objetivo es asimilar y evaluar la información para el apoyo de la toma de decisiones. Este análisis muestra que Personal Flow es la empresa más fuerte de esta Matriz, sin embargo las áreas claves en la que debería enfocarse UPC para poder mejorar su participación en el mercado, serían, su presencia en las redes sociales que le permitiría captar a clientes indecisos, disconformes o que desconocen el servicio que se ofrece, al mismo tiempo se enfocaría en la optimización de la atención personalizada al cliente y además maximizar la debilidad de su competencia en este aspecto. Es importante mencionar que es necesario el trabajo en la extensión de red

de fibra óptica en toda la ciudad, lo más rápido posible, desde las zonas periféricas hacia el centro, que del mismo modo se encuentra en desventaja con la competencia.

**Presencia en las Redes Sociales**, la información que la empresa transmite en internet a través de sus redes sociales, Instagram, Tik Tok, WhatsApp, X etc. Incluye todas las interacciones y contenido activos que comparte con sus seguidores.

**Participación en el Mercado**, hace referencia a la cantidad de ventas de la empresa sobre el total de las ventas del mercado o del sector al que pertenece.

**Capacidad de Descuentos y Promociones**, son las diferentes estrategias de promoción y ventas que la empresa puede realizar para mantener sus clientes.

**Variación de servicios**, se refiere a la cantidad de diferentes servicios que puede brindar la empresa.

**Cobertura de Red de Fibra Óptica en metros**, dimensión de la red de fibra óptica.

**Velocidad de Conexión**, cantidad de Megas ofrecidos a los clientes.

**Atención Personalizada**, esta estrategia comercial se basa en los aspectos preferenciales de los clientes, en brindar experiencias únicas e individuales personalizar su atención de forma rápida y eficiente.

**Capacidad Tecnológica**, son los conocimientos y las habilidades para adquirir, adaptar, utilizar y mejorar las nuevas tecnologías relacionadas al sector.

**Reconocimiento de la marca**, es una estrategia de Marketing que tiene como objetivo tener la empresa en la mente de los consumidores de una manera positiva.

**Competitividad de los precios**, se refiere a establecer un precio al mismo nivel que la competencia, significa que estos competidores ya han trabajado en la fijación de precios.

**Lealtad de los clientes**, es un proceso donde se crea un vínculo emocional con el cliente y la empresa, con el propósito de impulsarlo a nuevas compras.

**Estructura de bajo costo**, es la capacidad de la empresa en prestar los servicios de manera eficiente con un menor costo y ser más rentable, enfocada a los clientes sensibles a los precios.

**Sistemas de Gestión de la información actualizados** son las herramientas organizativas, técnicas, tecnológicas y de información que se integran en un único sistema para recoger, almacenar, reproducir y organizar la información destinada a la gestión de la organización.

**Comunicación hacia los clientes**, se refiere a la clase de comunicación que mantiene la empresa con los clientes, si da respuestas claras, si toma medidas proactivas, si utiliza un lenguaje positivo, si su comunicación es pasiva, agresiva, asertiva, verbal o escrita.

## MATRIZ EFI

La Matriz EFI es una herramienta de auditoría interna que permite comprender las fortalezas y debilidades de la organización o de cada área de la misma de esta manera formular estrategias que optimicen los procesos internos.

FORTALEZAS	VALOR	CALIFICACIÓN	V. PONDERADO
Velocidad de conexión	0,07	4	0,28
Atención personalizada	0,08	4	0,32
Capacidad tecnológica	0,05	4	0,2
Reconocimiento de la marca	0,06	4	0,24
Competitividad en los precios	0,06	4	0,24
Lealtad de los clientes	0,06	3	0,18
Estructura de bajo costo	0,05	3	0,15
Comunicación hacia los clientes	0,05	3	0,15
Recursos Humanos capacitados	0,06	4	0,24
Sistemas de Gestión de la información actualizados	0,06	3	0,18
DEBILIDADES			
Presencia en línea en redes sociales	0,05	1	0,05
Participación en el mercado	0,06	2	0,12
Capacidad de descuentos y promociones	0,06	1	0,06
Variedad de servicios	0,05	2	0,1
Cobertura de red de FO en metros	0,06	1	0,06
Necesidad de Financiamiento	0,07	1	0,07
Inexperiencia en el sector de las telecomunicaciones	0,05	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,69</b>

Del análisis de la Matriz EFI se observa que la empresa cuenta con una variedad de fortalezas que puede maximizar, como el reconocimiento de la empresa en la ciudad, la lealtad de sus clientes que ya son clientes del servicio de energía, también cuenta con recursos humanos capacitados y especializados en telecomunicaciones como el director del proyecto un reconocido ingeniero de la ciudad, un jefe de operaciones, ingeniero en telecomunicaciones y personal con experiencia en el rubro que será incorporado al proyecto, así mismo se debería trabajar para hacer frente a las debilidades que posee la empresa y mejorar su presencia en las redes mediante un plan de Marketing Digital que le permitiría mayor visualización en las redes sociales accediendo a potenciales clientes y aumentando su participación en el mercado con una atención personalizada y eficiente, del mismo modo tener una comunicación asertiva conociendo las preferencias y brindando experiencias únicas e individuales.

## MATRIZ DE GRUPOS ESTRATÉGICOS

La Matriz de grupos estratégicos es una herramienta que ayuda a las empresas a visualizar las posiciones competitivas de sus rivales en el sector y diagnosticar sus relaciones competitivas.



Como se puede observar en esta Matriz, las variables que se han utilizado son, el precio del servicio ofrecido y la cobertura geográfica de red de fibra óptica para el servicio de 3Play que poseen cada una de las empresas, tanto Airfibra como Movistar no posee una gran cobertura geográfica pero sus precios son bajos, en cambio Personal Flow sí posee una cobertura mayor y sus precios son más altos, sin embargo como se ha mencionado anteriormente UPC ofrecería un precio de un 20% menor con respecto a la competencia y su cobertura en la ciudades de Necochea y Quequén sería mayor abarcando zonas periféricas y barrios humildes, es por ese motivo que podemos visualizar que UPC se encuentra por debajo de Personal Flow con respecto al precio del servicio y con un nivel mayor de cobertura geográfica.

## ANÁLISIS FODA

El propósito esencial del análisis FODA será la generación de estrategias que permitirían realizar acciones con las oportunidades que se puedan aprovechar del entorno y enfrentar los desafíos identificando las fortalezas y reduciendo el impacto negativo que pudieran generar las debilidades de la empresa.

	OPORTUNIDADES		FORTALEZAS
O1	Estabilidad de un gobierno democrático	F1	Velocidad de conexión
O2	Subsidios y Aportes NO Reembolsables	F2	Atención personalizada
O3	Aumentos de los accesos de internet	F3	Capacidad tecnológica
O4	Utilización de la Tecnología de la Información	F4	Reconocimiento de la marca
O5	Utilización de las TICs en Educación	F5	Competitividad en los precios
O6	Avances Tecnológicos	F6	Lealtad de los clientes
O7	Infraestructura Tecnológica	F7	Estructura de bajo costo
O8	Tecnologías Emergentes	F8	Comunicación hacia los clientes
O9	Tendencias Tecnológicas	F9	Recursos Humanos capacitados
O10	Inexistencia de Nuevos Competidores	F10	Sist. de Gestión de la informac. actualizados
	AMENAZAS		DEBILIDADES
A1	Ingreso de nuevos competidores internacionales	D1	Presencia en línea en redes sociales
A2	Incrementos en los costos de ciberseguridad	D2	Participación en el mercado
A3	Aumento generalizado de los Precios	D3	Capacidad de descuentos y promociones
A4	Riesgos regulatorios impositivos y gurnamentales	D4	Variedad de servicios
A5	Devaluación	D5	Cobertura de red de FO en metros
A6	Empleo Informal	D6	Necesidad de Financiamiento
A7	Nivel de Pobreza	D7	Inexperiencia en el sector de telecomunicaciones
A8	Poder de Negociación de los Clientes		
A9	Poder de Negociación de los Proveedores		
A10	Amenaza de Productos y Servicios Sustitutos		

F1,8,9 - O3 : ATRACCIÓN DE NUEVOS CLIENTES A TRAVÉS DE PUBLICIDAD MASIVA, aprovechando el aumento de los accesos a internet como también los beneficios que se obtienen mediante la utilización de una red de fibra óptica y contando con un personal técnico capacitado, se realizaría la publicidad en diferentes medios tradicionales y digitales con una inversión de \$ 150.000 mensuales, tratando de cumplir con el objetivo de captar en la ciudad nuevos clientes y lograr mayor participación en el mercado, se trataría de utilizar las fortalezas internas para maximizar las oportunidades y disminuir las debilidades que posee la empresa.

D7 – O9: CAPACITAR A LA EMPRESA EN EL NUEVO RUBRO, aprovechando las nuevas tendencias tecnológicas y teniendo en cuenta que se realizarían encuentros y capacitaciones periódicas con otras cooperativas que forman parte de la federación de cooperativas, muchas de ellas con experiencia en telecomunicaciones, porque están desarrollando este servicio y tienen conocimientos, se buscaría minimizar la debilidad de la inexperiencia de la empresa en el sector incorporando y comprendiendo sus habilidades.

F10 - A8: PRIORIZACION DEL TENDIDO DE FIBRA ÓPTICA EN ZONAS TODAVÍA NO ABASTECIDAS, mediante la información obtenida de los sistemas de gestión actualizados, se identificarían las zonas de mayor consumo de energía en los nuevos barrios residenciales, donde la competencia aún no ha avanzado con la tecnología de FTTH, solo existen redes inalámbricas de internet, con bajo servicio de conectividad, se debería priorizar

el tendido de red en estos barrios privados donde el poder adquisitivo es mayor considerando el consumo de energía mensual que poseen, con la creación de un abono preferencial de mayor velocidad que permitiría una mayor venta por unidad familiar, minimizando el poder de negociación de los clientes en esas zonas, ya que no cuentan con otro servicio de red de fibra óptica.

A10 - D1: CONTRATACION EXTERNA DE UN EXPERTO EN MARKETING DIGITAL, mediante un enfoque específico para mejorar la presencia en línea de la empresa y posicionándola en el mercado local, para poder minimizar la amenaza de los productos y servicios sustitutos como así también de la débil presencia en las redes.

## MERCADO OBJETIVO

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### Investigación Exploratoria

Según los datos obtenidos del INDEC, en el segundo trimestre de 2023 se registró un aumento de 1,4 % en los accesos a internet fijos respecto al segundo trimestre de 2022. Por otro lado, los accesos fijos residenciales crecieron 1,6%. En cuanto a los accesos a internet móviles, implicó una suba de 5,7% respecto al mismo trimestre del año anterior. Los accesos móviles residenciales tuvieron una variación positiva de 6,1%. En el Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación, en el cuarto trimestre de 2022, se registró que el 62,6% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 92,1%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 90 de cada 100 personas usan teléfono celular y 89 de cada 100 utilizan internet. (INDEC 16/05/2023)

Según revela el estudio "Digital 2023: Global Overview Report" publicado por DataReportal. 6 horas y 37 minutos es el tiempo diario promedio que pasaron en internet los internautas de todo el mundo en el tercer trimestre de 2022 (20 minutos menos que el mismo periodo del año anterior). Ya sea a través de una computadora, un Smartphone o cualquier otro dispositivo, la tendencia que se intensificó en los años más álgidos de la pandemia. Los latinoamericanos, en particular, registran algunos de los tiempos de navegación más elevados de los 46 países analizados. Los internautas de Brasil, Argentina y Colombia destinan más de nueve horas diarias a surfear las web, incluidas las redes sociales. (STATISTA, 20/02/2023)

En 2023, WhatsApp se situó como la red social preferida por los internautas argentinos con cerca del 93% de usuarios de internet interactuando en la plataforma. Le siguieron

Instagram y Facebook como las redes sociales más populares en Argentina, ambas con una participación de más del 85% de los usuarios. (STATISTA RESEARCH DEPARTMENT, 15/10/2023)

También se observa que la TV por cable es uno de los servicios de telecomunicaciones más extendidos en el país. Tiene casi 10 millones de clientes en Argentina, que cuentan con el servicio más expandido de América Latina. La tasa de penetración de la televisión por cable, que se ubica por encima del 80 por ciento de los hogares. Del total de prestaciones de TV por cable disponibles en la Argentina, más de 7,6 millones corresponden a servicios basados en tecnología de cable módem, mientras algo más de 2 millones están soportados en tecnología satelital, según datos del Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), informados hasta septiembre de 2022. Sin embargo, la televisión paga por enlace satelital es un servicio en franco retroceso. Sucede que el satélite no es el mejor soporte tecnológico para el streaming de video, que es hoy uno de los principales servicios que se consumen a través de internet. ¿Qué tiene que ver la TV por cable con internet? A medida que se fue expandiendo la conexión a la red, la TV por cable se fue “subiendo” a la red como parte de la convergencia tecnológica que comenzó a producirse a principios de este milenio, de manera lenta pero sin pausa. Por eso hoy la TV por cable e internet son parte de una misma cosa. Se trata de servicios que se contratan, por lo general, de manera conjunta porque resulta más conveniente desde el punto de vista del precio (también porque es más cómodo y más fácil recibir todo en una misma factura). Pero no se trata de una situación excluyente puesto que todavía es posible contratar el servicio de internet independiente del cable. Hasta septiembre de 2022 se habían contabilizado más de 11 millones de accesos a la red. Podría asegurarse que los 10 millones de servicios de cable tienen contratado en paralelo el servicio de internet, aunque también queda en evidencia que es internet el servicio que gana en adopción. También se advierte, al observar estas dos estadísticas de manera conjunta, que hay un millón más de servicios de internet contratados que de televisión paga. Esto nos revela que la TV por cable viene cada vez más incorporada en los servicios de internet, en la actualidad, se ofrecen no sólo como una posibilidad de conectividad, sino como una oferta en la que se incluyen internet WiFi por fibra óptica más televisión en alta definición y telefonía para el hogar. Es decir, la TV por cable queda incluida en la propuesta de internet. La TV por cable e internet quedan integradas en estas propuestas comerciales convergentes que ofrecen tanto las grandes operadoras de telecomunicaciones, como las pequeñas prestadoras, inclusive las cooperativas de servicios públicos que tienen áreas de cobertura en diversas localidades de las provincias. Estos planes suelen tener diversas propuestas tanto en términos de velocidad a internet como de señales de televisión que se reciben y de contenidos Premium adicionales que se consumen vía streaming. La TV por cable integrada en un servicio de internet suele

apoyarse en accesos que arrancan desde los 50 Mb en adelante, aunque lo más habitual es que lo hagan en paquetes que arrancan desde los 100 Mb en adelante. Esta segunda alternativa suele ser la más conveniente cuando el consumo de contenidos Premium es una prioridad en el hogar. El combo de TV por cable e internet es, sin dudas, la mejor opción para acceder al entretenimiento, a las noticias, a la transmisión de distintos espectáculos deportivos en vivo y en directo, y a todos los contenidos que se distribuyen a través de diversas señales. Es la propuesta más adecuada para responder a las demandas de los tiempos actuales. (EL DIARIO, 27/07/2023)

Los estudios indican que muchas de las características dominantes de la televisión continúan hoy en el centro de la escena a pesar de los cambios tecnológicos y normativos. Los jóvenes son quienes menos miran televisión, pero aun así el consumo sigue siendo alto en esta franja de edad. La televisión resiste en la era de la multipantalla. Según datos arrojados por la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023, el 91% de la población argentina mira televisión de aire o cable y lo hace a través del televisor en un 90%. El 77% mira programas de televisión en el mismo momento en que son emitidos, siendo los informativos (70%) y los programas de deportes (62%) los más vistos. Estos datos sobre el consumo y formas de ver televisión reafirman el lugar predominante que sigue teniendo la televisión en la actualidad. Estos datos nos permiten situar las discusiones y proyecciones sobre el futuro de la televisión, nuevos términos surgen para comprender el actual sistema híbrido de medios, la tensión entre medios broadcasting y sistemas post broadcasting. El desplazamiento hacia otras formas de consumo a partir de las múltiples pantallas, la convergencia de medios, la second screen, los servicios de streaming y el consumo on demand amplían los campos semánticos de los conceptos, lo audiovisual comienza a ganar terreno y la televisión resiste y permanece en era de la multipantalla. (PAGINA12, Yamila Heram, 12/06/2023)

La Cámara Argentina de Internet (Cabase) presentó los resultados de un estudio que da cuenta del estado de la conectividad y la infraestructura de Internet en el país. El informe revela que el 47% de las conexiones fijas a Internet en hogares argentinos ya supera los 50 Mb, contabilizando en ese grupo al 27% de los hogares que cuentan con una velocidad de conexión superior a los 50 Mb y menor a 100 Mb y el 20% que registra una velocidad de conexión que supera los 100 Mb. En el extremo inferior, casi el 11% de los hogares cuenta con una velocidad de conexión inferior a los 6 Mb, la serie se completa con el 20% de los hogares con velocidades de entre 6 y 20 Mb y el 22% con entre 20 y 50 Mb. Una mirada en retrospectiva de los datos de ediciones anteriores del Cabase Internet Index permite tomar dimensión de la evolución en el tiempo de los rangos de velocidades de conexión en Argentina. Como producto del crecimiento de la participación de la fibra óptica en los últimos

ocho años, los rangos de velocidades de conexión muestran un enorme crecimiento. Sobre estos resultados, Ariel Graizer, presidente de Cabase, afirmó: “Creemos que la economía del conocimiento no puede desplegar todo su potencial si el país no cuenta con una infraestructura de conectividad a Internet sólida y desarrollada, donde el acceso a Internet de calidad llegue a todos. La velocidad de las conexiones fijas, así como la penetración de la fibra óptica al hogar, son los indicadores que nos dicen qué tan preparado está el país para subirse a la economía digital”. El referente destacó que ambos indicadores muestran una evolución positiva, pero a la vez dejan en claro que las malas decisiones regulatorias y la falta de priorización de la industria a la hora de definir las políticas públicas, en especial en los últimos tres años, han frenado el desarrollo de la conectividad en el país. De acuerdo al relevamiento realizado por Cabase, el 85% de los hogares de Argentina cuenta con una conexión fija a Internet, mostrando una concentración de los accesos en los principales centros urbanos, dando como resultado que el 71% del total de hogares que cuentan con conectividad fija estén situados en la Ciudad Autónoma y la provincia de Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe y Córdoba. Además, los resultados del estudio indican que dentro del 15% de los hogares que no cuentan actualmente con una conexión de Internet fija, el 77% termina accediendo a Internet mediante el servicio de datos de su teléfono móvil o usando una conexión wifi compartida, mientras que el restante 23% afirma no utilizar Internet en el hogar. Asimismo, dentro de los hogares sin conectividad fija, el 43% indicó no haber tenido nunca una conexión en el hogar, mientras que el 57% alguna vez contrató el servicio y lo dio de baja. El estudio de la entidad indica también que el 71% de los hogares con Internet fijo tiene disponible al menos un proveedor de fibra óptica en su zona. De esos hogares, el 33% manifestó conocer más de un proveedor. En los hogares donde se manifestó contar con la disponibilidad de fibra óptica para su contratación, el 23% había intentado tramitar la conexión. Entre los motivos por los cuáles los hogares con disponibilidad de fibra óptica en su zona no contratan el servicio con esa tecnología, el 34% de los encuestados aseguró no hacerlo por el elevado costo, el 34% por estar conforme con su servicio y proveedor actual, el 23% porque el proveedor de fibra óptica no efectúa la instalación y el 10% restante refirió otros motivos para no contratar la conectividad a Internet de su hogar a través de fibra óptica. En relación a los precios, el costo promedio que los usuarios pagaban por el servicio de Internet fijo en el hogar fue de \$5.612 en agosto, un valor que significa alrededor del 3% de los ingresos promedio por hogar a nivel nacional. El Cabase Internet Index hizo foco en los hogares que no cuentan con el servicio de Internet fijo. En este sentido, los resultados del estudio indican que dentro del 15% de los hogares que no cuentan actualmente con una conexión de Internet fija, el 77% termina accediendo a Internet mediante el servicio de datos de su teléfono móvil o usando una conexión wifi compartida, mientras que el restante 23% afirma no utilizar Internet

en el hogar. Asimismo, dentro de los hogares sin conectividad fija, el 43% indicó no haber tenido nunca una conexión en el hogar, mientras que el 57% alguna vez contrató el servicio y lo dio de baja. El 41% de quienes dieron de baja el servicio lo hicieron por no poder afrontar el costo. (INFOBAE, 03/10/2023)

De acuerdo al relevamiento realizado en la ciudad de los servicios ofrecidos se observa en la siguiente tabla los precios y cantidad de Megas de cada proveedor las combinaciones de servicios sin promoción, cabe destacar que no se encuentran disponibles en la totalidad de la ciudad sino en las zonas céntricas quedando el resto de la ciudad sin las posibilidades de obtener dichos servicios unificados.

	PERSONAL FLOW	MOVISTAR	AIRFIBRA
SERVICIOS OFRECIDOS SIN PROMOCIONES	VALOR	VALOR	VALOR
Internet 300 Megas / tv	28.620	12.890	
Internet 100 Megas / tv	24.855	10.499	6.500
Internet 50 Megas / tv	21.090		6.200
Internet 30 Megas			5.900
<b>Internet 50 Megas / tv / telefonía</b>	<b>29.220</b>		
Cobertura en toda la ciudad	NO	NO	NO
Instalación con fibra óptica	sin cargo	sin cargo	5.000
Demora en la instalación / días	14	14	7
Tiempo de instalación / horas	3	3	3
Plataforma digital	4.500	3.500	
Plataformas de tv incluidas	SI	SI	SI

### Descripción del Mercado

Se realizó una encuesta en las ciudades de Necochea y Quequén a 103 personas mediante Google Forms, se envió el formulario a través de WhatsApp.

Los objetivos de esta investigación son las siguientes:

- Investigar cuáles son los servicios de telecomunicaciones más importantes para el cliente.
- Comprender y analizar el comportamiento y las necesidades del cliente.
- Conocer el valor que está dispuesto a pagar el cliente por un servicio unificado de Televisión, Internet y Telefonía.
- Indagar en el tipo de conexión que utiliza, cuántos Megas tiene contratados en la actualidad.
- Detectar si el cliente está dispuesto a cambiar de servicio, si considera importante una atención personalizada.
- Conocer los medios de pago y las redes sociales más que utiliza habitualmente.

- Indagar en los contenidos de su interés.
- Detectar los horarios de mayor consumo.
- Detectar la zona geográfica en que se encuentra la competencia.

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada fueron los siguientes:

El 84% de las personas consideran internet como el servicio de mayor importancia y el 14% al servicio de telefonía, el proveedor actual de más alto porcentaje fue Personal Flow con un 49% considerando que brinda un servicio unificado de Televisión, Internet y Telefonía aunque no posee una cobertura total en la ciudad, con respecto al proveedor Airfibra con una cobertura menor posee un 18% de usuarios. El tipo de conexión más utilizada es por medio de fibra óptica en un 69%, con respecto a la velocidad de conexión la que predomina es de 20 Megas a 50 Megas con un 36 %, el motivo por el cual se contrata internet es para entretenimiento y trabajo con un 44% y 38% respectivamente, también se observa que un 57% cuenta con un servicio unificado de Televisión, Internet y Telefonía y se destaca que un 38 % prefiere un servicio de solo internet, el 48% considera la estabilidad del servicio como un factor importante y al mismo tiempo el 40% tiene en cuenta al precio como otro factor de importancia, el 92 % utiliza las plataformas de streaming y el 42% está dispuesto a pagar más de \$ 15.000 y hasta \$ 25.000 final, por un servicio unificado, también se observa que la franja horaria más utilizada en los accesos a internet es de 16 a 23 horas con un 83%, mientras que la atención personalizada es importante para el 84 % de las personas ,en cuanto a las redes sociales la más utilizada es Instagram destacándose con un 59% luego Facebook con 21 % y X con 11% , por otra parte es necesario mencionar que el 62 % está dispuesto a cambiar de servicio, con respecto a los medios de pago los más utilizados son, tarjetas de crédito y de débito con el 36% también el servicio de débito automático con el 27% luego mercado pago con el 17%, podemos observar de acuerdo a esta encuesta que la cobertura geográfica mayor la posee Personal Flow con 62 % en el centro y playa, Movistar se encuentra en el centro viejo con una cobertura muy reducida solo del 6 % Air fibra cuenta con una cobertura en el la ciudad de Quequén del 17 %. La información de la encuesta realizada se encuentra detallada en el ANEXO I. INVESTIGACION DE MERCADO

Para el cálculo de la demanda potencial se tendrán en cuenta los datos analizados según la base de datos que posee la UPC, del análisis de los usuarios de energía eléctrica en relación a los consumos que arroja el sistema GLM, según las áreas de facturación, actualmente se cuenta con 46.832 suministros de energía eléctrica, de clientes residenciales y establecimientos comerciales en las ciudades de Necochea y Quequén, el precio promedio del servicio unificado de internet 50 Megas, televisión y telefonía será de \$ 23.376 el mismo

es un 20 % menor al ofrecido por la competencia del servicio que más se asemeja al que se pretende brindar al socio en este caso es el de Personal Flow ( \$ 29.220,00 ), ya que UPC mantiene como estrategia de ingreso al mercado con un valor menor y teniendo en cuenta de esta manera su obligación social el compromiso con la comunidad, con un consumo promedio por vivienda anual de 12 meses ya que la facturación del servicio se realizará mensualmente.

La siguiente tabla contiene las diferentes tarifas clasificadas de consumo de energía según la cantidad de usuarios residenciales y comerciales activos actuales que posee cada una.

TARIFA	CONSUMO	CANTIDAD DE USUARIOS
T1G - COM	entre 0-1.000 kw/h	4.360
T1GBP - COM	entre 0-1.000 kw/h	96
T1GP - COM	entre 0-1.000 kw/h	177
T1GE - COM	entre 0-1.000 kw/h	4
T1R - RES	entre 0-1.400 kw/h	38.342
T1RE - RES	entre 0-700 kw/h	2.264
T1RP - RES	entre 0-700 kw/h	1.574
TSE - RES	entre 0-1.400 kw/h	15
<b>TOTAL</b>		<b>46.832</b>

### CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL TOTAL

Q = n x p x q		
n =	46.832	Cantidad de suministros activos de energía eléctrica en las ciudades de Necochea y Quequén
p =	23.376	Precio promedio ponderado del servicio unificado de televisión, internet y telefonía del mercado menos 20 %
q =	12	La cantidad de consumo promedio por vivienda anual ( 1 factura por mes)
<b>Q =</b>	<b>\$ 13.136.937.984,00</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL TOTAL</b>

Se pretende abarcar un 24,6% del mercado total potencial que representa \$ 3.231.686.744 que corresponde a 11.521 clientes.

De esta manera para el primer año se contaría con 5.415 clientes que representa el 47 % de los 11.521 clientes totales para el proyecto, en el segundo año se sumarían 3.802 clientes representando un 33 % del total, llegando a los 9.217 clientes y en el tercer año se incorporarían 2.304 clientes, logrando sumar un 20 % más de clientes.

	%	CLIENTES POR AÑO	CLIENTES ACUMULADOS	TOTAL
PRIMER AÑO	47%	5.415	5.415	1.518.892.770
SEGUNDO AÑO	33%	3.802	9.217	1.066.456.626
TERCER AÑO	20%	2.304	11.521	646.337.349
				<b>3.231.686.744</b>

## ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

### Corto plazo:

- Brindar el servicio de 3Play en las ciudades de Necochea y Quequén a 5.415 clientes que representan un 47% de la demanda que se pretende alcanzar.
- Lograr un aumento de las visualizaciones de Instagram y Facebook en un 25% al finalizar el primer año.

### Mediano plazo:

- Aumentar en un 70,2 % los clientes del servicio de 3Play en las ciudades de Necochea y Quequén con respecto al año anterior, esto representa un incremento de 3.802 usuarios al finalizar el segundo año.
- Reducir en un 30% el tiempo de atención a reclamos técnicos de los clientes de Necochea y Quequén, a partir de enero del segundo año.

### Largo plazo:

- Incrementar en un 25 % con respecto al año anterior la cantidad de clientes tanto en la ciudad de Necochea como en Quequén llegando a 11.521 usuarios del servicio de 3Play al finalizar el tercer año.
- Recuperar el 100% de la inversión inicial realizada al terminar el tercer año.

## DESARROLLO DEL NUEVO NEGOCIO

### ANÁLISIS DE LAS 4P (PRODUCTO - PLAZA - PROMOCIÓN - PRECIO)

El diseño de un servicio que va a satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes, a través de un precio que esté sostenido por la demanda con una promoción adecuada para atraer la atención de nuestros socios y la distribución que lo ponga a su alcance.

- Producto: 3Play (Televisión - Internet - Telefonía)

El servicio cuenta con una característica diferenciadora, un producto que cuenta con tres servicios donde el cliente podrá elegir entre los planes más acordes a sus necesidades, deseos y posibilidades como:

<b>PRODUCTOS RESIDENCIALES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i>3Play Esencial</i>	Internet 30 Mb – TV 60 Canales analógicos – Telefonía – Botón de Emergencia – Emergencias Médicas – Biblioteca Virtual
<i>3Play Medium</i>	Internet 50 Mb – TV 60 Canales analógicos – Telefonía – Botón de Emergencia – Emergencias Médicas – Biblioteca Virtual
<i>3Play Premium</i>	Internet 100 Mb – TV 60 Canales analógicos – Telefonía – Botón de Emergencia – Emergencias Médicas – Biblioteca Virtual
<i>Television Digital - Canales HD - Premium</i>	Opcional para todos los productos, la mejor definición y la posibilidad de ver las señales HD en los televisores LCD y Led.
<b>PRODUCTOS CORPORATIVOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i>Internet Corporativo 100/30 Megas</i>	Internet Downstream hasta 100Mb Upstream 30 Mb – IP Pública – Telefonía – Soporte 7x24x365
<i>Accesos Dedicados Simétricos</i>	Desde 20 Mb simetría – Bloque de direcciones IP – Soporte 7x24x365
<i>Emergencias Médicas</i>	Opcional en todos los productos, cobertura de Emergencia Médicas en la empresa para empleados y clientes
<b>PRODUCTOS RESIDENCIALES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i>3Play PrePago</i>	Internet 15 Mb – TV 25 Canales analógicos – Telefonía

Se ofrecen 3 servicios de telecomunicaciones con la opción Digital y como valor agregado el servicio de emergencias médicas, también se contará con un servicio Pre Pago que estará habilitado solo en las zonas de Barrios Populares de Necochea y Quequén identificados por RENABAP (Registro Nacional de Barrios Populares en Proceso de Integración Urbana) como por ejemplo el Barrio los Malvones, Los Carritos, Los Álamos, Barrio Puerto, Barrio Estación Quequén entre otros, para garantizar el acceso a derechos y las políticas de integración socio urbana, considerando que podrán acceder de una manera que se adapte a las posibilidades de cada familia.

<b>PRODUCTOS RESIDENCIALES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i>3Play PrePago</i>	Internet 15 Mb – TV 25 Canales analógicos – Telefonía

« Televisión:

Servicio Básico: incluye 60 canales analógicos.

Servicio Digital: 80 canales digitales, 20 señales HD, con la posibilidad de ir incorporando señales.

Servicio Premium: señales especiales como HBO, Cinemax, que incluye las señales HD

Servicio Básico Pre Pago: incluye 25 canales analógicos.

« Internet:

La diferenciación es la red de distribución de fibra óptica la cual permite mayor estabilidad en el servicio con la posibilidad de la ampliación de ancho de banda sin generar costos de inversión.

Producto inicial: 30 Megas

Producto medio: 50 Megas

Producto Premium: 100 Megas

Producto Pre Pago: 15 Megas

Los servicios corporativos, son servicios preferenciales, con alta disponibilidad y mayor prioridad, incluyen servicio técnico los 365 días, actualmente no disponible por la competencia.

Se ofrece servicio dedicado de ancho de banda simétrico y garantizado, actualmente ofrecido por la competencia a altos costos y disponibles en pocas áreas de cobertura.

« Telefonía:

El servicio cuenta con llamadas locales libres entre clientes, es el servicio que menor diferencia existe con la competencia, la diferenciación es que UPC es licenciataria para brindar los tres servicios de telecomunicaciones - 3Play

« Emergencias Médicas:

Es un servicio diferenciado que no está siendo ofrecido por la competencia, aprovechando la sinergia de los servicios de 3 Play se incluirá el servicio de Emergencias Médicas que ofrece UPC en su división de Servicios Sociales.

➤ Plaza

La cooperativa de Necochea y todas las cooperativas eléctricas en general, son empresas locales, cuyo fin societario es brindar el mejor servicio al menor precio posible.

No se prevé desarrollar estos servicios en otras localidades, además se requiere de una inversión en infraestructura importante, que es compartida con el servicio eléctrico.

A diferencia de la competencia, la cooperativa en el mediano plazo se propone llegar al todo el sector urbano y de ser posible el sector semiurbano.

En la primera etapa se cubriría las áreas de mayor densidad, lo cual permitiría disminuir la inversión en la red en función de los hogares a los que se pretende llegar, también se

priorizaría las zonas periféricas donde no existe competencia, como también a aquellos barrios donde los socios valoren el servicio y no así su costo.

El canal de distribución sería de forma directa tanto de manera online como offline, para lograr un mayor contacto con los clientes que ya son socios del servicio de energía de la cooperativa, brindándole asesoramiento técnico y gestión administrativa en su contratación, las oficinas de venta funcionarían dentro del edificio, se cuenta con una ventaja significativa al conocer los socios por medio del servicio eléctrico esto permitiría realizar las gestiones de manera ágil y dinámica permitiendo realizarlas mediante los canales de comunicación que hoy están vigentes y los socios conocen, como redes sociales, mensajería electrónica, WhatsApp, sitio web, en el cual nuestro cliente no debería trasladarse a nuestras oficinas para adquirir el servicio si no lo desea, facilitándole de esta manera todas sus gestiones y consultas.

➤ Promoción

La estrategia de comunicación estaría enfocada en el fortalecimiento del sentido de pertenencia y el desarrollo local, destacando que a diferencia de la competencia la rentabilidad quedaría en la ciudad y la cooperativa cuenta con costos hundidos por su actividad principal.

Como estrategia de diferenciación se trabajaría en sociedades barriales, de fomento y con escuelas, convocando a vecinos para así ofrecer bonificaciones en los planes, cuantos más vecinos se adhieran juntos disminuirían sus costos por servicio y se incrementarían las ventas.

Los medios utilizados para la comunicación de promociones y sorteos entre los primeros 2.000 clientes se realizarían mediante los medios locales que ya están contratados por UPC, donde se reafirmaría el compromiso con la comunidad de acercarlos a los socios un nuevo servicio acorde a las necesidades locales (Televisión, Internet y Telefonía)

La agencia de Publicidad contratada, según se especificó en la estrategia F1,8,9-O3 debería desarrollar un plan para distribuir los tiempos apropiados y llegar a nuestros potenciales clientes durante el lanzamiento del servicio, luego las publicidades de promociones, bonificaciones especiales y descuentos, se realizarían de manera intermitente para mantener activa las conversaciones con nuestros socios, el boca en boca genera gran difusión es por ese motivo que se realizarían videos cortos de experiencias de los nuevos clientes, de esta manera fomentando la participación en el ecosistema social digital. Se utilizaría como estrategia la bonificación total al cliente por la instalación del servicio de 3Play.

Los medios serían los tradicionales, radios, canal local y diario local.

Publicaciones en las redes sociales de UPC – Facebook – Instagram – Pagina Web

Las ventas personales se realizarían visitando a las empresas locales, para conocer cuáles son sus necesidades y deseos en cuanto al servicio que esperan de UPC, brindando

asesoramiento técnico de requerimientos necesarios para su operatoria, considerando la conectividad actual y las nuevas formas de trabajo.

➤ Precio

Por ser una cooperativa que no tiene fines de lucro, donde los clientes son los socios y propietarios, el fin societario es poder tener los mejores servicios a un precio que se adapte a la realidad de los clientes, ya que son los socios los beneficiarios finales.

La estrategia es, ingresar con un precio inferior en un 20% con productos similares a la competencia y al mismo precio con productos superiores a la competencia, que no está brindando o no puede brindar mientras no realice las inversiones necesarias de red de fibra óptica en toda la ciudad, ingresar al mercado con una campaña agresiva de política de precios con promociones y descuentos exclusivos como también de ofertas limitadas en el tiempo, con el objetivo de captar la atención de los usuarios.

<b>PRODUCTOS RESIDENCIALES</b>	<b>PRECIO</b>
3Play <i>Esencial</i>	\$ 16.000,00
<b>3Play <i>Medium</i></b>	<b>\$ 23.376,00</b>
3Play <i>Premium</i>	\$ 30.000,00
Televisión <i>Digital - Canales HD - Premium</i>	\$ 5.000,00
<b>PRODUCTOS CORPORATIVOS</b>	<b>PRECIO</b>
Internet <i>Corporativo 100/30 Megas</i>	\$ 35.000,00
<i>Accesos Dedicados Simétricos</i>	\$ 15.000,00
Emergencias Médicas	SIN CARGO ADICIONAL
<b>PRODUCTOS RESIDENCIALES</b>	<b>PRECIO</b>
3Play <i>PrePago</i>	\$ 8.500,00

## PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

### RECURSOS TANGIBLES

Esta nueva unidad de negocio se inserta en la estructura existente de la empresa que dependería del Consejo de administración y la Gerencia General, se proporcionarían los costos de logística, almacenes y compras como en las demás unidades de negocios ya existentes, solo se crearían áreas específicas técnicas de telecomunicaciones y el área de comercialización ya que por ser un servicio en competencia requiere una dinámica exclusiva de atención y comercialización. El sistema de gestión que se utilizaría para realizar la facturación y los registros necesarios para el área técnica y administrativa será un módulo adicional diseñado específicamente por el área de sistemas de la UPC que se integraría al sistema GLM (Grupo Linari Micheletti, sistema de gestión ERP) actualmente utilizado en la cooperativa, el mismo tendría un costo mensual por la incorporación.

En el área Operativa técnica se contaría con un supervisor técnico de operaciones a cargo de un ingeniero en telecomunicaciones, sería el responsable técnico especializado en redes y de la estructura estable para la atención de reclamos técnicos y mantenimiento de la red de fibra óptica y conexiones, el mismo ya tiene experiencia en el rubro, estaría a cargo del equipo técnico, se propone comenzar con un equipo de 6 personas capacitadas en instalaciones de FTTH.

En el área Comercial, estaría integrada por el director del proyecto que es un reconocido ingeniero de la ciudad que ha participado de otros proyectos similares, pertenece actualmente al cuerpo gerencial de la cooperativa y de esta nueva unidad de negocios será el responsable directo de las áreas comercial, administrativa y técnica, con una persona que gestione entre las áreas actuales de la cooperativa como el departamento contable, compras, facturación, cobranzas y sistemas, que actuaría como coordinador del área administrativa, la misma es una licenciada en administración de empresas, también se contaría con otra persona para la atención comercial y ventas, se destinarían dos oficinas, una para la atención de clientes y otra para la instalación del Nodo Central ubicadas en el edificio de UPC, además se asignaría un espacio en el almacén Central para el depósito de materiales y equipamientos de stock, a continuación se detalla el equipamiento necesario para el funcionamiento de estos espacios.

Se debe agregar que fueron reemplazados en otro sector y se incorporarían dos vehículos utilitarios usados en buen estado, los mismos poseen una antigüedad mayor a 5 años y se encuentran totalmente amortizados, éstos son propiedad de la cooperativa y se destinarían a la nueva unidad de negocio, para realizar las instalaciones domiciliarias y mantenimiento de Red.

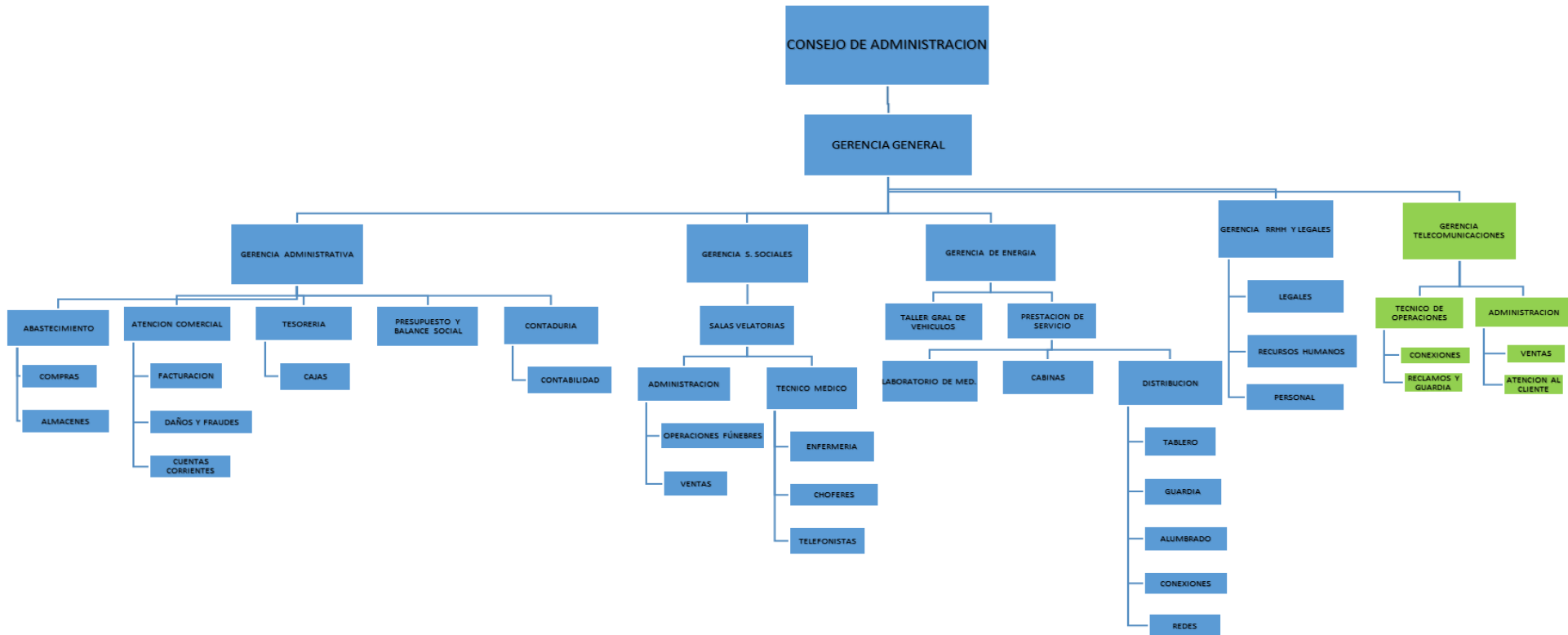
Área comercial	Cantidad	Precio Unitario s/ iva	Total
Escritorios	2	\$ 41.300	\$ 82.600
Pc	2	\$ 320.000	\$ 640.000
Teléfono fijo	1	\$ 32.000	\$ 32.000
Teléfono celular	2	\$ 57.000	\$ 114.000
Sillas	6	\$ 52.000	\$ 312.000
Estanterías	2	\$ 55.300	\$ 110.600
Módulo sistema de gestión GLM	1	\$ 162.000	\$ 162.000
Impresora laser	2	\$ 190.100	\$ 380.200
Aire acondicionado	1	\$ 490.000	\$ 490.000
			<b>\$ 2.323.400</b>

Área técnica	Cantidad	Precio Unitario s/ iva	Total
Escritorios	2	\$ 41.300	\$ 82.600
Pc	2	\$ 320.000	\$ 640.000
Teléfono celular	2	\$ 57.000	\$ 114.000
Sillas	2	\$ 52.000	\$ 104.000
Estanterías	2	\$ 55.300	\$ 110.600
Impresora	1	\$ 190.100	\$ 190.100
Aire acondicionado	1	\$ 490.000	\$ 490.000
Escalera extensible	2	\$ 175.000	\$ 350.000
Fusionadora de fo	1	\$ 1.920.000	\$ 1.920.000
Notebook	1	\$ 595.000	\$ 595.000
Medidor de campo	2	\$ 394.000	\$ 788.000
Medidor EOC	1	\$ 690.000	\$ 690.000
Medidor de potencia FO	2	\$ 453.000	\$ 906.000
Microscopio de FO	2	\$ 130.000	\$ 260.000
Fuente de luz	1	\$ 360.000	\$ 360.000
			<b>\$ 7.600.300</b>

## RECURSOS INTANGIBLES - ORGANIGRAMA

El organigrama a continuación presentado, en color verde se puede observar la nueva unidad de negocio incorporada a la estructura de la organización y a continuación se presenta el organigrama general de la UPC con la nueva unidad de negocio.





Esta nueva unidad de negocio estará a cargo del Director del proyecto, el ingeniero electrónico y en telecomunicaciones Rubén Pérez Castaño que pertenece a la empresa hace más de 15 años desempeñándose como gerente técnico del sector de energía, tiene una trayectoria reconocida en la ciudad por su actividad profesional en otros proyectos. Será el responsable de realizar las gestiones necesarias para cumplir con los objetivos propuestos.

Descripción y Análisis del Puestos de Trabajo:

#### GERENCIA TELECOMUNICACIONES

**Puesto: Director / Gerente del Área de Telecomunicaciones**

Depende de: La Gerencia General y el Consejo de Administración

Descripción: Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión administrativa, comercial y técnica del área de telecomunicaciones, deberá mantenerse al tanto de las últimas tecnologías y tendencias en el campo de las telecomunicaciones y dar cumplimientos a los objetivos planteados por la Gerencia General y el Consejo de Administración.

Análisis del puesto: Experiencia demostrable en gestión de proyectos de telecomunicaciones, capacidad para liderar y motivar a su equipo. Se requiere un Ingeniero electrónico o en Telecomunicaciones.

#### TECNICO DE OPERACIONES:

El jefe técnico de operaciones estará a cargo del Ingeniero en telecomunicaciones Nicolás Pose que se incorpora a la empresa para integrarse al proyecto, el mismo cuenta con experiencia en el sector de Telecomunicaciones ya que perteneció a la empresa Telpin desempeñándose en este puesto, tendrá a cargo el personal técnico de instalaciones y mantenimiento de red.

**Puesto: Jefe Técnico de Operaciones**

Depende de: Director del Área de Telecomunicaciones

Descripción: Gestiona y coordina el equipo de instaladores del servicio, se encarga de la instalación y el mantenimiento de sistemas de telecomunicación (telefonía, internet y TV). También se responsabiliza de controlar las terminales de gestión de redes de telecomunicaciones y de realizar el mantenimiento de equipos terminales de comunicación y realización de informes

Análisis del puesto: se requiere un Ingeniero en Telecomunicaciones.

#### CONEXIONES:

El sector de Conexiones estará compuesto en principio por 3 cuadrillas de dos personas cada una, Jaime Roda, Cristian López, Matías Miranda, Francisco Gómez, Martin Arana, Gustavo

Peña, este equipo de conexiones posee experiencia en instalaciones de FTTH ya que formaron parte de la empresa Telpin hace unos años en la ciudad.

**Puesto: Instalador**

Depende de: Jefe Técnico de Operaciones

Descripción: Realiza la instalación y la puesta en marcha del servicio y equipos de comunicaciones, verifica que las instalaciones cumplan la normativa específica del sector.

Análisis del puesto: Debe tener conocimientos de la utilización de instrumentos de mediciones de uso habitual de instalaciones sencillas y mantenimiento de líneas, colabora con los técnicos de operaciones, debe contar con conocimientos básicos de electricidad y experiencia comprobable en el rubro.

**RECLAMOS Y GUARDIAS:**

Este sector funcionará mediante el sistema de reclamos general de la cooperativa donde el cliente generará su reclamo mediante un llamado telefónico o mensaje de texto al conmutador que lo direccionará al sector correspondiente para su resolución, cada técnico recibirá en su móvil la incidencia para tomar el reclamo y gestionar su resolución o será asignado al personal correspondiente según cada caso, este sector funcionará las 24 hs, rotando cada 7 días con el personal técnico del área.

**ADMINISTRACIÓN**

Este puesto será ocupado por la Licenciada en Administración de Empresas Laura Martínez

**Puesto: Coordinador Administrativo y comercial**

Depende de: Director / Gerente del Área de Telecomunicaciones

Descripción: Realiza tareas administrativas y contables, gestión de compras, seguimiento de pedidos elaboración de informes y habilidades de comunicación efectiva, conocimiento de técnicas de ventas avanzadas.

Análisis del puesto: Debe contar con conocimientos teóricos y prácticos que asegure el correcto cumplimiento de las tareas asignadas y capacidad para colaborar con los otros departamentos administrativos, se requiere licenciado en Administración de Empresas, o estudiante de ciencias económicas nivel avanzado.

**VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE**

El departamento de ventas y atención al cliente en principio estaría desempeñado por María Rodríguez quien cumpliría un rol importante ya que sería el contacto directo con los clientes, el trabajo en equipo sería fundamental para la coordinación y colaboración entre los sectores

para facilitar el cumplimiento de los objetivos propuestos, factor de gran importancia para garantizar el buen funcionamiento del área de telecomunicaciones.

**Puesto: Auxiliar administrativo y ventas**

Depende de: Coordinador Administrativo y Comercial

Descripción: Debe atender consultas, telefónicas, presenciales y de forma virtual, promover la venta, y realizar las gestiones correspondientes, seguimiento y reclamos.

Análisis del puesto: se requieren habilidades de comunicación efectiva, capacidad para resolver problemas, conocimiento en técnicas de ventas.

Los sueldos anuales brutos operativos y del personal de administración y ventas teniendo en cuenta el sueldo anual complementario y las contribuciones sociales constituyen para el primer año del proyecto \$ 57.353.050,00 para el segundo \$ 67.823.735,00 y para el tercer año \$ 77.771.299,00. Según C.C. T N° 223/75 ACUERDO SALARIAL ATVC SATTSAID. PARITARIA 2023-2024 – REVISION SEPTIEMBRE 2023 del 05 de Octubre de 2023, los mismos se encuentran detallados en el ANEXO II. RECIBOS DE SUELDO DEL PERSONAL.

Detalle de sueldos brutos según su función, categoría y sus respectivas contribuciones patronales mensuales.

SUELDOS MENSUALES CON SAC			26%
CATEGORIA	FUNCION	BRUTO	CONTRIBUCIONES
1	DIRECTOR	\$ 484.452	\$ 125.957
2	SUP TEC DE OP	\$ 462.659	\$ 120.291
3	COORDINADOR	\$ 439.610	\$ 114.299
6	AUX LINEA	\$ 346.253	\$ 90.026
7	AUX ADM	\$ 328.954	\$ 85.528

Tabla de Contribuciones - Seguridad Social	
Contribuciones	Empleador
Jubilación	16,0%
PAMI	2,0%
Obra Social	6,0%
Seguro de Vida Obligatorio	0,3%
ART	1,6%
<b>TOTAL</b>	<b>26%</b>

A continuación se detallan los sueldos brutos a considerar para el primer año del proyecto y sus contribuciones sociales anuales y mensuales para el director del proyecto, un supervisor técnico de operaciones, un coordinador administrativo comercial, seis instaladores o auxiliares de línea, y un auxiliar administrativo, el staff inicial para el sector de telecomunicaciones será de 10 personas.

SUELDOS incluido SAC - AÑO 1						
CANTIDAD PERSONAL	CATEGORIA	FUNCION	BRUTO MENSUAL	BRUTO ANUAL	CONT. ANUALES	CONT. MENSUAL
1	1	DIRECTOR	\$ 484.452	\$ 5.813.421	\$ 1.511.489	\$ 125.957
1	2	SUP TEC DE OP	\$ 462.659	\$ 5.551.906	\$ 1.443.496	\$ 120.291
6	6	AUX LINEA	\$ 2.077.517	\$ 24.930.203	\$ 6.481.853	\$ 540.154
1	3	COORDINADOR	\$ 439.610	\$ 5.275.317	\$ 1.371.582	\$ 114.299
1	7	AUX ADM	\$ 328.954	\$ 3.947.446	\$ 1.026.336	\$ 85.528
<b>10</b>			<b>\$ 3.793.191</b>	<b>\$ 45.518.293</b>	<b>\$ 11.834.756</b>	<b>\$ 986.230</b>

Para el segundo año se incorporarían dos técnicos auxiliares de línea para reforzar la atención por reclamos o incidencias y optimizar el tiempo de respuesta a los reclamos.

SUELDOS incluido SAC - AÑO 2						
CANTIDAD PERSONAL	CATEGORIA	FUNCION	BRUTO MENSUAL	BRUTO ANUAL	CONT. ANUALES	CONT. MENSUAL
1	1	DIRECTOR	\$ 484.452	\$ 5.813.421	\$ 1.511.489	\$ 125.957
1	2	SUP TEC DE OP	\$ 462.659	\$ 5.551.906	\$ 1.443.496	\$ 120.291
8	6	AUX LINEA	\$ 2.770.023	\$ 33.240.271	\$ 8.642.470	\$ 720.206
1	3	COORDINADOR	\$ 439.610	\$ 5.275.317	\$ 1.371.582	\$ 114.299
1	7	AUX ADM	\$ 328.954	\$ 3.947.446	\$ 1.026.336	\$ 85.528
<b>12</b>			<b>\$ 4.485.697</b>	<b>\$ 53.828.361</b>	<b>\$ 13.995.374</b>	<b>\$ 1.166.281</b>

Para el tercer año se incorporarían dos auxiliares administrativos para la atención al cliente y gestiones administrativas.

SUELDOS incluido SAC - AÑO 3						
CANTIDAD PERSONAL	CATEGORIA	FUNCION	BRUTO MENSUAL	BRUTO ANUAL	CONT. ANUALES	CONT. MENSUAL
1	1	DIRECTOR	\$ 484.452	\$ 5.813.421	\$ 1.511.489	\$ 125.957
1	2	SUP TEC DE OP	\$ 462.659	\$ 5.551.906	\$ 1.443.496	\$ 120.291
8	6	AUX LINEA	\$ 2.770.023	\$ 33.240.271	\$ 8.642.470	\$ 720.206
1	3	COORDINADOR	\$ 439.610	\$ 5.275.317	\$ 1.371.582	\$ 114.299
3	7	AUX ADM	\$ 986.862	\$ 11.842.339	\$ 3.079.008	\$ 256.584
<b>14</b>			<b>\$ 5.143.604</b>	<b>\$ 61.723.254</b>	<b>\$ 16.048.046</b>	<b>\$ 1.337.337</b>

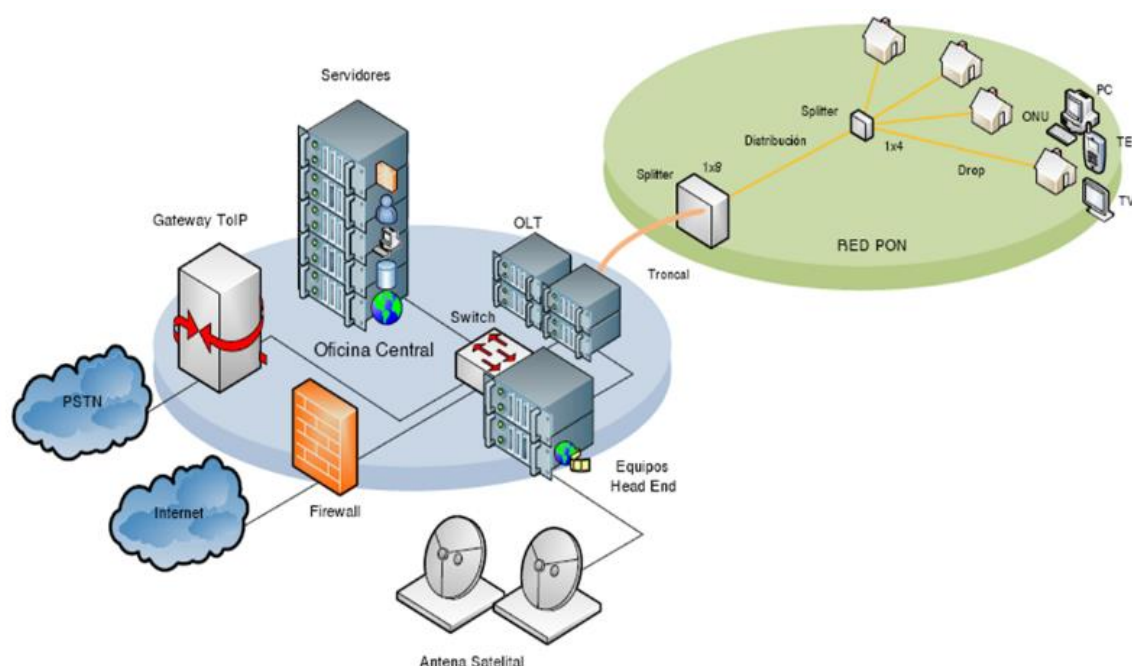
## TECNOLOGÍA UTILIZADA

Teniendo en cuenta que la Cooperativa sería un nuevo operador en el rubro de las telecomunicaciones, se debería iniciar con una tecnología que permita la mayor diferenciación en la topología a utilizar y sería una red FTTH GPON, con una infraestructura en cabecera y en la red domiciliaria.

Se necesitaría armar un NOC (Network Operations Center) o CCR Centro de Control de Red, el lugar físico donde se instalaría el control de las telecomunicaciones, que debería estar adecuado con un sistema de aire acondicionado, UPS ( Sistema ininterrumpido de energía), generador de energía, acondicionamiento acústico, y sistema de seguridad de acceso, en el que converge toda la fibra óptica de la red domiciliaria y la que interconecta con los proveedores mayoristas, con RACK y equipamiento electrónico para la administración e interconexión de las telecomunicaciones, se debería contar con el espacio necesario para la instalación de antenas receptoras de TV que deberían estar próximas al NOC y poder conectarlas por fibra óptica al NOC principal.

Los principales equipos requeridos para 12.000 clientes son:

EQUIPAMIENTO NOC			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S/IVA	TOTAL
Patch Panel DP6 PLUS (24 Puertos)	24	\$ 85.000	\$ 2.040.000
Suitch Huawei Quidway S5600 Series	5	\$ 895.000	\$ 4.475.000
OLT (32 Puertos)	10	\$ 1.367.000	\$ 13.670.000
FTTP Doped Fiber Amplifier (32 Puertos)	4	\$ 95.000	\$ 380.000
Externally Modulated Optical Transmitter	4	\$ 416.000	\$ 1.664.000
Splitter óptico 1x8	24	\$ 3.700	\$ 88.800
Splitter óptico 1x32	24	\$ 4.600	\$ 110.400
Ser Dell Xeon SAS 6Gb	4	\$ 145.000	\$ 580.000
ROUTER i3w Rack Numata	12	\$ 47.800	\$ 573.600
Opt. Fiber Distrib F GPX82-4 ODF	8	\$ 239.000	\$ 1.912.000
Gabinete Rackeable GABITEL GB 19	12	\$ 53.200	\$ 638.400
Bandeja Plástica interior para FO 12"	40	\$ 38.415	\$ 1.536.600
EDFA & WDM for CATV over FTTH	5	\$ 325.180	\$ 1.625.900
CTV Optical Transmitter	5	\$ 69.000	\$ 345.000
Database System	1	\$ 53.000	\$ 53.000
Plataforma de Software ANM2000	1	\$ 279.000	\$ 279.000
Licencia de Software	1	\$ 236.000	\$ 236.000
UPS 12 Kva doble conversión	5	\$ 290.000	\$ 1.450.000
Cabezal Analógico /Digital	1	\$ 30.900	\$ 30.900
Decoder	46	\$ 95.000	\$ 4.370.000
Antenas Parabólicas	8	\$ 390.000	\$ 3.120.000
softswtich (telefonía)	1	\$ 316.890	\$ 316.890
			<b>\$ 39.495.490</b>



**Requerimientos en el Troncal de Red**

Red Materiales en la vía Pública			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S/IVA	TOTAL
Conos OSD-B	500	\$ 66	\$ 33.000
Splitter de 1X4	80	\$ 3.094	\$ 247.520
Splitter de 1X8	300	\$ 3.500	\$ 1.050.000
Splitter de 1X16	120	\$ 6.850	\$ 822.000
Splitter de 2X4	80	\$ 1.500	\$ 120.000
Splitter de 2X8	240	\$ 1.200	\$ 288.000
Splitter de 2X16	120	\$ 21.500	\$ 2.580.000
Pigtail de 1m	4.800	\$ 597	\$ 2.865.600
Adaptadores SC-APC/SC-AOC	4.800	\$ 120	\$ 576.000
FO de 8 Pelos x 1000 m	24	\$ 188.000	\$ 4.512.000
FO de 16 Pelos x 1000 m	80	\$ 188.000	\$ 15.040.000
FO de 32 Pelos x 1000 m	80	\$ 213.850	\$ 17.108.000
FO de 48 Pelos x 1000 m	24	\$ 263.200	\$ 6.316.800
Tendido de red x 1000 m	208	\$ 376.000	\$ 78.208.000
			<b>\$ 129.766.920</b>

VALORACIÓN DEL TENDIDO DE RED		
FO	KM	IMPORTE
FO de 8 Pelos x 1000 m	24	\$ 4.512.000
FO de 16 Pelos x 1000 m	80	\$ 15.040.000
FO de 32 Pelos x 1000 m	80	\$ 17.108.000
FO de 48 Pelos x 1000 m	24	\$ 6.316.800
Tendido de red x 1000 m	208	\$ 78.208.000
Materiales varios montaje		\$ 8.582.120
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 129.766.920</b>

**Requerimientos para la instalación domiciliaria**

Se requiere una ONU Triple-Play tipo TRGONU + CATV RF GPON ONU, que posee la capacidad de administrar los 3 servicios TV, INTERNET Y TELEFONIA, donde estos servicios serían administrados desde la central, sin la necesidad de asistir al domicilio para realizar los cortes del servicio o suspensión momentánea. Se requerirán 6 personas capacitadas, se estima un promedio de 115 instalaciones semanales, de lunes a sábado, dependiendo de la comercialización del servicio.

Se destaca que el costo de la instalación no se trasladará al cliente.

Costo de instalación domiciliaria			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO S/IVA	TOTAL
Fibra de Drop 1 pelo (m)	100	\$ 41	\$ 4.100
Conector rápido FO zip sc/apc	2	\$ 1.930	\$ 3.860
Pitón de 8mm cerrado con tope	10	\$ 19	\$ 186
Cadena, bulón y 2 mordazas	1	\$ 1.005	\$ 1.005
Mordaza de pvc	2	\$ 557	\$ 1.114
Roseta FO	1	\$ 1.135	\$ 1.135
ONU KT Wifi	1	\$ 16.000	\$ 16.000
Fuente	1	\$ 2.400	\$ 2.400
Patchcord	1	\$ 3.200	\$ 3.200
			<b>\$ 33.000</b>

## LOCALIZACIÓN

Para el funcionamiento de esta unidad de negocio se utilizarían las instalaciones ya existentes de la Cooperativa, una oficina para la atención comercial y administrativa y otra para la instalación del NOC central ya que no se encuentran en uso actualmente, estas se acondicionarían para el correcto funcionamiento del equipamiento necesario, las antenas se ubicarían en el predio interno de las salas velatorias, donde el espacio es el adecuado por estar alejado de la zona céntrica de la ciudad.

Es importante mencionar que se destinaría un sector del almacén central, para el depósito de materiales de montaje y equipamientos para un correcto movimiento de stock, que estaría integrado al sistema actual de control.

## PROVEEDORES

### Disponibilidad de Proveedores

El servicio de Ancho de Banda que se ofrece en la ciudad de Necochea cuenta con tres proveedores mayoristas, Telecom Argentina S.A, Telmex Argentina S.A y Telefónica de Argentina S.A, como se debería garantizar al menos dos proveedores de ancho de banda simultáneamente para asegurar el servicio a los clientes, se optaría por Telecom Argentina S.A y Telmex Argentina S.A, ya que poseen valores y servicios dedicados de tránsito de datos y telefonía similares. Para los contenidos de TV, se contaría con la Cooperativa de socios de Colsecor es cooperativa de cooperativas, ésta realiza la compra conjunta para todas las cooperativas asociadas, garantizando la provisión de los contenidos al menor costo posible, es la opción más conveniente.

En los proveedores de insumos y materiales de montaje, se contaría con los siguientes proveedores, Comunitel S.A, LaRed SRL, Preform SRL, Comunicaciones Setetec Argentina S.A, el sistema de compras de la cooperativa determina que es obligación contar con tres presupuestos de compras para evaluar el más conveniente para cada solicitud de pedido de materiales, en el caso de la electrónica se cuenta con Latinotca S.A, BCD SRL, Wire Tech S.A, Sopnet SRL y en el caso de fibra óptica las compras se realizarían directamente con Pysmian Argentina S.A con la aclaración que será el único proveedor de este material por ser el importador más importante del sector de cables y fibra óptica.

## PRODUCCIÓN

### EXIGENCIAS DE CALIDAD POR PARTE DE LOS CLIENTES

La exigencia del mercado según la investigación realizada mediante la encuesta se observa que los clientes valoran y exigen una conexión estable para su necesidad diaria, en

un hogar promedio donde existen dispositivos inteligentes, que están conectados permanentemente aunque no estén en uso, televisores con diferentes tecnologías, el factor que los clientes consideran más importante es la estabilidad en la conexión, luego el precio y por último la cantidad de megas, de acuerdo a estas exigencias es necesario brindar un servicio promedio de entre 20 y 50 Megas que contenga estas cualidades y fundamentalmente que garantice la estabilidad y es la red de fibra óptica la que brinda esta condición, tanto para un servicio residencial como corporativo, lo que exige el cliente actual para poder elegir el servicio, la UPC estaría en condiciones de poder brindar un servicio con estas características.

#### SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD, SERVICIO TÉCNICO

Para controlar la calidad y satisfacción del cliente se realizarían relevamientos mediante encuestas de satisfacción para conocer la opinión del cliente en cuanto al servicio técnico y comercial brindado, con especial atención en los tiempos de demora en la asistencia, en la resolución del reclamo realizado, las sugerencias que pueda tener el cliente serían valoradas para mejorar el desempeño en las diferentes áreas y detectar las fallas que pudieran existir, las mismas serán confidenciales y periódicas.

### PRESUPUESTO

#### PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos anuales se proporcionarían mensualmente desde enero a diciembre alcanzando los 5.415 clientes al finalizar el primer año realizando un máximo de 460 conexiones mensuales, al finalizar el segundo año se contaría con 9.217 usuarios realizando un máximo de 330 conexiones mensuales y finalmente en el tercer año se realizaría un máximo de 200 conexiones mensuales pretendiendo alcanzar en el tercer año 11.521 clientes, teniendo en cuenta que se podrían realizar 115 conexiones semanales como máximo con un equipo de 6 instaladores el primer año y luego se contaría con 8 instaladores. Para la simplificación del cálculo se tomó el valor del abono Medium de \$ 23.376,00 sin IVA por mes, el servicio se cobraría por mes adelantado y el costo de la instalación estaría bonificado en un 100% para el cliente, el mismo sería de \$ 33.000 sin IVA, el costo real de materiales que la instalación domiciliaria requiere, sin trasladar el costo al cliente la cooperativa incorporaría el mismo al costo del servicio, de este modo sería más atractivo para el cliente cambiar su proveedor actual.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
3Play <i>Medium</i>	Internet 50 Mb – TV 60 Canales analógicos – Telefonía – Botón de Emergencia – Emergencias Médicas – Biblioteca Virtual	\$ <b>23.376,00</b>

El primer año se realizarían 460 instalaciones mensuales como máximo, esto quiere decir que mes a mes se incorporarán un máximo de 460 nuevos clientes, en el segundo año 330 clientes mensuales y en el tercer año 200 conexiones mensuales incorporando 200 clientes cada mes como máximo en el último año, si es posible, para poder alcanzar los objetivos mencionados sabiendo que cada año será más difícil captar clientes.

Proyecciones de las ventas para el año 1, 2 y 3 sin IVA y con IVA para cada periodo.

VENTAS		AÑO 1											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cientes por mes	sin iva	458	913	1.367	1.822	2.280	2.735	3.190	3.635	4.065	4.508	4.960	5.415
Instalaciones por mes		458	455	454	455	458	455	455	445	430	443	452	455
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 10.706.208	\$ 21.342.288	\$ 31.954.992	\$ 42.591.072	\$ 53.297.280	\$ 63.933.360	\$ 74.569.440	\$ 84.971.760	\$ 95.023.440	\$ 105.379.008	\$ 115.944.960	\$ 126.581.040
												TOTAL SIN IVA	\$ 826.294.848
												TOTAL CON IVA	\$ 999.816.766
VENTAS		AÑO 2											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cientes por mes	sin iva	5.730	6.055	6.365	6.663	6.987	7.306	7.633	7.958	8.288	8.603	8.920	9.217
Instalaciones por mes		315	325	310	298	324	319	327	325	330	315	317	297
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 133.944.480	\$ 141.541.680	\$ 148.788.240	\$ 155.754.288	\$ 163.328.112	\$ 170.785.056	\$ 178.429.008	\$ 186.026.208	\$ 193.740.288	\$ 201.103.728	\$ 208.513.920	\$ 215.456.592
												TOTAL SIN IVA	\$ 2.097.411.600
												TOTAL CON IVA	\$ 2.537.868.036
VENTAS		AÑO 3											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cientes por mes	sin iva	9.412	9.607	9.800	9.997	10.187	10.387	10.581	10.778	10.974	11.163	11.338	11.518
Instalaciones por mes		195	195	193	197	190	200	194	197	196	189	175	180
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 220.014.912	\$ 224.573.232	\$ 229.084.800	\$ 233.689.872	\$ 238.131.312	\$ 242.806.512	\$ 247.341.456	\$ 251.946.528	\$ 256.528.224	\$ 260.946.288	\$ 265.037.088	\$ 269.244.768
												TOTAL SIN IVA	\$ 2.939.344.992
												TOTAL CON IVA	\$ 3.556.607.440

## PRESUPUESTO DE EGRESOS

El proyecto tiene una necesidad de inversión inicial de \$ 364.531.597,00 en equipamiento del NOC, la Red Troncal de la vía Pública, muebles y útiles, instalaciones, equipos de computación, máquinas y herramientas y capital de trabajo. A continuación se detallan la inversión inicial, los costos fijos y variables mensuales y anuales para el proyecto.

INVERSIÓN INICIAL	
NOC	\$ 39.495.490
Troncal de Red	\$ 129.766.920
Muebles y Útiles	\$ 802.400
Instalaciones de aire acondicionado	\$ 980.000
Equipos de computación	\$ 2.705.300
Máquinas y Herramientas	\$ 5.274.000
Capital de trabajo	\$ 185.507.487
	<b>\$ 364.531.597</b>

Los costos fijos son proporcionados según los costos totales de consumos de la cooperativa, como el gasto de teléfono, gas, limpieza, etc.

COSTOS FIJOS	MENSUAL	ANUAL
Sueldos Operativos	\$ 3.200.622	\$ 38.407.458
Administración y Ventas	\$ 1.578.799	\$ 18.945.592
<b>Sueldos Operativos y de Comercialización</b>	<b>\$ 4.779.421</b>	<b>\$ 57.353.050</b>
Imprenta y papelería	\$ 40.000	\$ 480.000
Seguros	\$ 30.000	\$ 360.000
Teléfono	\$ 10.100	\$ 121.200
Mantenimiento rodado	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Limpieza	\$ 98.000	\$ 1.176.000
Publicidad y Promoción	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Sistema de gestión GLM soporte	\$ 40.000	\$ 480.000
Gas	\$ 8.000	\$ 96.000
Capacitaciones	\$ 85.000	\$ 1.020.000
Suscripción CABASE	\$ 72.000	\$ 864.000
Community Manager	\$ 170.000	\$ 2.040.000
<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 883.100</b>	<b>\$ 10.597.200</b>
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.662.521</b>	<b>\$ 67.950.250,00</b>

Los gastos administrativos y ventas están mencionados como los sueldos del personal afectado como el director del proyecto, coordinador administrativo y personal de atención al cliente y ventas, que deben realizar la interacción con las diferentes áreas actuales de la cooperativa, como el departamento contable, compras facturación, cobranzas y sistemas, a continuación se detalla el sueldo bruto mensual y anual con respecto al personal afectado a

las tareas operativas del proyecto y al sector administrativo y ventas con las respectivas contribuciones sociales tanto mensuales como anuales para los años 1, 2 y 3.

<b>SUELDOS DEL PERSONAL</b>		
<b>AÑO 1</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldos Brutos Operativos	\$ 2.540.176	\$ 30.482.109
Administración y ventas	\$ 1.253.015	\$ 15.036.184
Contribuciones Sociales	\$ 986.230	\$ 11.834.756
	<b>\$ 4.779.421</b>	<b>\$ 57.353.050</b>
<b>AÑO 2</b>		
Sueldos Brutos Operativos	\$ 3.232.681	\$ 38.792.177
Administración y ventas	\$ 1.253.015	\$ 15.036.184
Contribuciones Sociales	\$ 1.166.281	\$ 13.995.374
	<b>\$ 5.651.978</b>	<b>\$ 67.823.735</b>
<b>AÑO 3</b>		
Sueldos Brutos Operativos	\$ 3.232.681	\$ 38.792.177
Administración y ventas	\$ 1.910.923	\$ 22.931.076
Contribuciones Sociales	\$ 1.337.337	\$ 16.048.046
	<b>\$ 6.480.942</b>	<b>\$ 77.771.299</b>

Los costos variables, como se observa en el siguiente cuadro, para el primer año se menciona el costo de instalación para 5.415 clientes, para el segundo año se instalarían 3.802 clientes y en el último 2.304 nuevos usuarios, se debe mencionar que el costo de cada instalación es de \$ 33.000,00 más IVA que sería bonificado en un 100% al cliente, el costo de Banda Ancha, el paquete de Telefonía y Televisión sufre un incremento del 65% y 55% en los años 2 y 3 respecto al año anterior, el costo del combustible para los dos rodados afectados al proyecto tendrían un consumo de 6 litros por día que representan \$ 242,00 por instalación, para este cálculo se tuvo en cuenta el precio del litro de nafta Súper de \$ 844,00 más IVA, los mismos van disminuyendo en proporción a las instalaciones realizadas en cada año.

COSTOS VARIABLES	MENSUAL	ANUAL
<b>AÑO 1</b>		
Costo de instalación para 5.415 clientes	\$ 14.891.250	\$ 178.695.000
Banda Ancha	\$ 21.835.000	\$ 262.020.000
Telefonía	\$ 11.550.000	\$ 138.600.000
Televisión	\$ 14.932.500	\$ 179.190.000
Combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst	\$ 109.203	\$ 1.310.430
<b>TOTAL GASTOS VARIABLES 1° AÑO</b>	<b>\$ 63.317.953</b>	<b>\$ 759.815.430</b>
<b>AÑO 2</b>		
Costo de instalación para 3.802 clientes	\$ 10.455.500	\$ 125.466.000
Banda Ancha ( incremento 65 %)	\$ 36.027.750	\$ 432.333.000
Telefonía ( incremento 65 %)	\$ 19.057.500	\$ 228.690.000
Televisión ( incremento 65 %)	\$ 24.638.625	\$ 295.663.500
Combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst	\$ 76.674	\$ 920.084
<b>TOTAL GASTOS VARIABLES 2° AÑO</b>	<b>\$ 90.256.049</b>	<b>\$ 1.083.072.584</b>
<b>AÑO 3</b>		
Costo de instalación para 2.304 clientes	\$ 6.336.000	\$ 76.032.000
Banda Ancha ( incremento 55%)	\$ 55.843.013	\$ 670.116.150
Telefonía ( incremento 55%)	\$ 29.539.125	\$ 354.469.500
Televisión ( incremento 55%)	\$ 38.189.869	\$ 350.764.425
Combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst	\$ 46.464	\$ 557.568
<b>TOTAL GASTOS VARIABLES 3° AÑO</b>	<b>\$ 120.994.970</b>	<b>\$ 1.451.939.643</b>

Las Tasas y Derechos que se deben tener en cuenta serían los siguientes:

Sadaic	1,00%	Ventas menos deducciones por costo de interconexión
Aadicapif	0,50%	
Argentores	0,65%	
Telefonía	0,50%	
Tasa de Control Fiscalización y Verificación	0,50%	
Servicio Universal	1,00%	

A continuación se muestran los cálculos realizados con respecto a las ventas de cada periodo y las deducciones por interconexión (ventas menos el costo de ancho de banda, tv y telefonía) para cada año, los costos para las tasas y derechos de Sadaic, Aadicapif, Argentores, Telefonía, Tasa de Control Fiscalización y Verificación y Servicio Universal.

DESCRIPCIÓN PARA CÁLCULO TASAS Y DERECHOS - ENACOM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS ANUALES</b>	<b>\$ 826.294.848</b>	<b>\$ 2.097.411.600</b>	<b>\$ 2.939.344.992</b>
Banda Ancha	-\$ 262.020.000	-\$ 432.333.000	-\$ 670.116.150
Telefonía	-\$ 138.600.000	-\$ 228.690.000	-\$ 354.469.500
Televisión	-\$ 179.190.000	-\$ 295.663.500	-\$ 458.278.425
<b>VENTAS - DEDUCCIONES POR INTERCONEXIÓN</b>	<b>\$ 246.484.848</b>	<b>\$ 1.140.725.100</b>	<b>\$ 1.456.480.917</b>

TASAS Y DERECHOS	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Sadaic	1,00%	\$ 2.464.848	\$ 11.407.251	\$ 14.564.809
Aadicapif	0,50%	\$ 1.232.424	\$ 5.703.626	\$ 7.282.405
Argentores	0,65%	\$ 1.602.152	\$ 7.414.713	\$ 9.467.126
Telefonía	0,50%	\$ 1.232.424	\$ 5.703.626	\$ 7.282.405
Tasa de Control Fiscalización y Verificación	0,50%	\$ 1.232.424	\$ 5.703.626	\$ 7.282.405
Servicio Universal	1,00%	\$ 2.464.848	\$ 11.407.251	\$ 14.564.809
	<b>4,15%</b>	<b>\$ 10.229.121</b>	<b>\$ 47.340.092</b>	<b>\$ 60.443.958</b>

Los gastos bancarios que se consideraron son los siguientes según las ventas en cada periodo, de acuerdo al estudio de mercado realizado se ha considerado que un 63 % de las

cobranzas de cada periodo, los clientes optarían por realizar los pagos con tarjetas de débito, crédito, débitos automáticos y otras formas de pago, por lo que se ha realizado el cálculo correspondiente en base a estos datos, con un 1,2 % del impuesto a los débitos y créditos bancarios (0,6 % débitos más 0,6 % créditos), como así también se ha tenido en cuenta los gastos por comisiones por el cobro por medio de tarjetas de débito, crédito y otros sistemas de pago que ascienden al 1,8 %,

También se debe aclarar que los gastos bancarios correspondientes a las cuentas corrientes bancarias utilizadas no se tuvieron en cuenta ya que las mismas están activas en la operatoria general de la cooperativa y se utilizan para la cobranza de todos los servicios que brinda la UPC.

DESCRIPCIÓN GASTOS BANCARIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 826.294.848	\$ 2.097.411.600	\$ 2.939.344.992
63 % paga con tarjeta de débito /crédito - débito automático	\$ 520.565.754	\$ 1.321.369.308	\$ 1.851.787.345
1,8 % comisiones tarjetas de crédito, débito	\$ 9.370.184	\$ 23.784.648	\$ 33.332.172
1,2 % impuesto de los débitos y créditos	\$ 9.803.096	\$ 24.883.523	\$ 34.872.154

Se debe mencionar que la cooperativa se encuentra exenta tanto del Impuestos a las Ganancias (Ley Impuesto a las Ganancias Art. 20 Inciso d) como también del impuesto a los Ingresos Brutos, como se ha mencionado anteriormente, no se aplican tasas Municipales a la comercialización del servicio de telecomunicaciones.

#### FLUJO DE FONDOS ANUALES

Para el cálculo del flujo de fondos de este proyecto se considera el valor del servicio sin IVA, tanto en las compras como en las ventas, las mismas se observan en el primer renglón, luego el costo del servicio anteriormente detallado como CMV, en este caso como costo del servicio, los costos fijos anuales, sueldos brutos incluido el SAC y contribuciones sociales, gastos de los sueldos afectados a la comercialización y venta del servicio anteriormente detallados, los impuestos a los débitos y créditos bancarios afectados al servicio, detallados anteriormente, se menciona nuevamente que la cooperativa se encuentra exenta tanto en el impuesto a los Ingresos Brutos como en el impuesto a las ganancias, además la comercialización del servicio no está afectada por tasas municipales, luego se detallan las tasas y derechos afectados a la comercialización. Así mismo se observa la inversión inicial, y el recupero del capital de trabajo que representa \$ 185.507.487,00 en el tercer año, también el recupero de la inversión inicial con un valor de \$ 114.769.960,00 la cual se calculó el valor original de los bienes menos las amortizaciones acumuladas.

	0	1	2	3
VENTAS		\$ 826.294.848	\$ 2.097.411.600	\$ 2.939.344.992
COSTO DEL SERVICIO ( CMV)		-\$ 759.815.430	-\$ 1.083.072.584	-\$ 1.559.353.917
		<b>\$ 66.479.418</b>	<b>\$ 1.014.339.016</b>	<b>\$ 1.379.991.075</b>
COSTOS FIJOS		-\$ 10.597.200	-\$ 10.597.200	-\$ 10.597.200
SUELDOS Y CONTRIBUCIONES SOCIALES		-\$ 57.353.050	-\$ 67.823.735	-\$ 77.771.299
IMPUESTOS DÉBITOS Y CRÉDITOS		-\$ 9.803.096	-\$ 24.883.523	-\$ 34.872.154
COSTO DE VENTA TARJETA Y OTROS MEDIOS DE PAGO		-\$ 9.370.184	-\$ 23.784.648	-\$ 33.332.172
TASAS MUNICIPALES		\$ -	\$ -	\$ -
SADAIC 1 %		-\$ 2.464.848	-\$ 12.566.871	-\$ 18.043.669
AADICAPIF 0,5 %		-\$ 1.232.424	-\$ 6.283.436	-\$ 9.021.835
ARGENTORES 0,65 %		-\$ 1.602.152	-\$ 8.168.466	-\$ 11.728.385
TELEFONIA 0,5%		-\$ 1.232.424	-\$ 6.283.436	-\$ 9.021.835
TASA DE CFYV 0,5 %		-\$ 1.232.424	-\$ 6.283.436	-\$ 9.021.835
SERVICIO UNIVERSAL 1 %		-\$ 2.464.848	-\$ 12.566.871	-\$ 18.043.669
IIBB		\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACIONES		-\$ 21.418.050	-\$ 21.418.050	-\$ 21.418.050
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>-\$ 52.291.282</b>	<b>\$ 813.679.344</b>	<b>\$ 1.127.118.972</b>
IMPUESTO A LAS GANANCIAS		\$ -	\$ -	\$ -
<b>RESULTADO BRUTO</b>		<b>-\$ 52.291.282</b>	<b>\$ 813.679.344</b>	<b>\$ 1.127.118.972</b>
AMORTIZACIONES		\$ 21.418.050	\$ 21.418.050	\$ 21.418.050
INVERSIÓN INICIAL	-\$ 364.531.597			
DESINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO				\$ 185.507.487
RECUPERO DE LA INVERSIÓN				\$ 114.769.960
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>-\$ 364.531.597</b>	<b>-\$ 30.873.232</b>	<b>\$ 835.097.394</b>	<b>\$ 1.448.814.469</b>

### Tasa de corte seleccionada para el Proyecto

Para este proyecto se tomará como referencia la tasa de tipo de interés al que el Banco Central de Brasil presta dinero a los bancos, Brasil ha logrado hacer más de diez años mantener cierta estabilidad y crecimiento económico actualmente su tasa de interés es de 10,5 % anual, por lo tanto la cooperativa exigiría como tasa de oportunidad o retorno, para que el proyecto sea elegido como mínimo el 18 % anual, considerando el riesgo en términos económicos y también operativos, para poder determinar si este proyecto es rentable en términos monetarios, se utilizarán los siguientes indicadores financieros de viabilidad y rentabilidad como, VAN, TIRM y PRI, la regla de decisión del VAN dice que todo proyecto de inversión deberá llevarse a cabo cuando el VAN sea positivo ( $VAN > 0$ ) mientras que la TIR Modificada se adecua a las características del proyecto, ya que presenta flujos de fondo positivos y negativos, la misma deberá ser mayor a la tasa de rendimiento exigida, también se realizará el cálculo del Período de Recupero de la Inversión, los que se encuentran detallados en el ANEXO VI. CÁLCULOS DE INDICADORES FINANCIEROS DE VIABILIDAD Y RENTABILIDAD DEL PROYECTO, VAN, TIRM, PRI.

<b>TASA DE CORTE SELECCIONADA</b>	<b>18,00%</b>
<b>TASA DE FINANCIAMIENTO BRASIL</b>	<b>10,50%</b>
<b>CÁLCULO VAN</b>	<b>\$1.090.851.807</b>
<b>CÁLCULO TIRM</b>	<b>83,73%</b>
<b>Período de Recupero de la Inversión</b>	<b>1 AÑO Y 6 MESES</b>

Luego de haber realizado los cálculos correspondientes al VAN, TIRM y el Periodo de Recupero de la inversión realizada, el proyecto ha demostrado ser financieramente rentable arrojando un valor actual neto positivo de \$ 1.090.851.807,00 por lo tanto ha superado la tasa mínima requerida de rendimiento establecida anteriormente de 18 % anual, se recuperaría la inversión inicial y se obtendría una tasa de rendimiento superior a la tasa mínima exigida al proyecto para su aceptación, demostrando que los beneficios económicos obtenidos han sido mayores a los costos del proyecto, como se puede observar en el cuadro, con una TIRM de 83,73 %, estos resultados respaldan la viabilidad del proyecto y el éxito de la inversión a largo plazo, el cálculo de período de recupero de la inversión, nos indica el tiempo que se tardaría en recuperar lo invertido en el proyecto sería a los 18 meses, más específicamente un año, cinco meses y 20 días.

## RECOMENDACIONES FINALES

1. AMPLIAR EL RANGO GEOGRÁFICO DE COBERTURA. Aprovechando la infraestructura tecnológica existente ampliar la red de fibra óptica hacia las ciudades más cercanas como Lobería, La Dulce, Juan N Fernández, y las zonas rurales, permitiendo la incorporación de nuevos clientes.
2. INCORPORAR UN NUEVO VEHÍCULO PARA REALIZAR LA EXTENSIÓN DE LA RED A LAS ZONAS RURALES. Teniendo en cuenta que tendría un excedente, reinvertir en un vehículo adecuado para poder realizar el nuevo tendido de fibra óptica en la zona.
3. REORGANIZACIÓN DEL PERSONAL. Ante el crecimiento de la nueva unidad de negocio plantear una reorganización de los recursos humanos del área de telecomunicaciones, considerando la opinión de los empleados.
4. MANTENER ACTUALIZADA TECNOLÓGICAMENTE TODA LA INFRAESTRUCTURA. Ante los notables avances tecnológicos en las telecomunicaciones es de gran importancia mantener el equipamiento y la red de fibra óptica actualizada, teniendo en cuenta los avances que pudieran surgir en el futuro, de esta manera se tendría la capacidad para poder adaptarse rápidamente para poder enfrentar nuevos desafíos y visualizar las oportunidades para el crecimiento y desarrollo de la cooperativa.
5. MANTENERSE POR DELANTE DE LA COMPETENCIA, monitorear con regularidad las acciones de la competencia en cuanto a las promociones y productos, para poder identificar futuras amenazas, pudiendo inspirar a la innovación de un nuevo producto.

## CONCLUSIONES

Este proyecto aquí planteado demuestra que la UPC está en condiciones de brindar un servicio de 3Play Televisión, Internet y Telefonía, a un precio inferior en un 20% a la competencia, con una atención personalizada del servicio, teniendo en cuenta sus principios cooperativos de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad, ingresando al sector de las telecomunicaciones en las ciudades de Necochea y Quequén. Contribuyendo de esta manera al desarrollo de la comunidad, tanto en el sector empresarial como en los socios residenciales. Así mismo llegando a 11.520 clientes aproximadamente en un periodo de 3 años, con una inversión inicial de \$ 364.531.597,00. Es importante mencionar que cuenta con un valor actual neto (VAN) positivo de \$ 1.090.851.807,00 arrojando una TIRM de 83,73 %, superando ampliamente la tasa mínima de rentabilidad seleccionada para el proyecto de 18% estos resultados evidencian la viabilidad de esta nueva unidad de negocio, ya que se considera rentable acorto y largo plazo, por lo tanto, se recomienda llevar a cabo el proyecto.

## ANEXOS

### ANEXO I: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se realizó una encuesta en las ciudades de Necochea y Quequén a 103 personas mediante

Google Forms se envió el formulario a través de WhatsApp

TABLA 1

¿Cuáles de los siguientes servicios consideras más importante en tu vida diaria?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
internet	87	84%
televisión	2	2%
telefonía	14	14%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 2

¿Cuál es tu proveedor actual de Internet?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Movistar	6	6%
Personal flow	50	49%
Airfibra	19	18%
Claro (datos)	12	12%
Dexter- wifi Necochea (aire)	16	16%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 3

¿Qué tipo de conexión de Internet utilizas en tu hogar?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fibra óptica	71	69%
4G	11	11%
Inalambrica	21	20%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 4

¿Cuál es la velocidad de tu conexión de Internet?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hasta 10 Megas	24	23%
De 20 Megas a 50 Megas	37	36%
De 60 Megas a 100 Megas	27	26%
Más de 100 Megas	15	15%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 5

¿Cuál es el principal motivo para el que utilizas Internet?

DETALLE	FRECUENCIA/PORCENTAJE	
Trabajar	39	38%
Estudiar	19	18%
Entretenimientos	45	44%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 6

¿Cuál es tu opinión sobre la calidad del servicio de Internet en tu hogar?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
excelente	15	15%
muy bueno	34	33%
bueno	34	33%
regular	14	14%
malo	6	6%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 7

¿Has experimentado problemas de velocidad o conexión inestable con tu proveedor actual de Internet?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
siempre	22	21%
pocas veces	70	68%
nunca	11	11%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 8

Actualmente tenés contratado un servicio de TV/INTERNET/TELEFONÍA?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	59	57%
no	44	43%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9

Te gustaría tener un servicio de :

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
tv/internet/telefonía	30	29%
tv/internet	27	26%
internet/telefonía	7	7%
solo internet	39	38%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 10**

¿Qué factor consideras más importante?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
precio	41	40%
cantidad de megas	13	13%
estabilidad del servicio	49	48%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 11**

¿Prefieres contratar los servicios de Internet, Telefonía y Televisión por separado?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	50	49%
no	53	51%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 12**

¿Qué tipo de contenido te interesa más?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
programas de tv	10	10%
accesos a internet	93	90%
llamadas telefónicas ilimitadas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 13**

¿Has considerado utilizar plataformas de streaming como Netflix, Disney, Paramount, etc, en lugar de la Tv tradicional?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	95	92%
no	8	8%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 14**

¿Cuánto pagarías mensualmente por los servicios contratados de Internet, Tv y Telefonía?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
menos de \$15.000	60	58%
hasta \$ 15.000	22	21%
hasta \$ 20.000	15	15%
hasta \$ 25.000	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 15**

¿En qué horario utilizas más Internet?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 08 a 16 hs	15	15%
de 16 a 23 hs	86	83%
de 00 a 08 hs	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

TABLA 16

¿Tuviste problemas para dar de baja algún servicio?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
siempre	15	15%
algunas veces	57	55%
nunca	31	30%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 17

¿La atención personalizada es importante para vos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
muy importante	87	84%
poco importante	14	14%
nada importante	2	2%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 18

¿Cuál es la red social que más utilizas?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
instagram	61	59%
x	11	11%
facebook	22	21%
tik tok	4	4%
whatsApp	3	3%
otra	2	2%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 19

¿Estás dispuesto a cambiar de servicio?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	64	62%
no	39	38%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

TABLA 20

¿Qué medios de pago utilizas?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
pago fácil	7	7%
mercado pago	17	17%
tarjetas de crédito/ débito	37	36%
débito automático	28	27%
transf.bancarias	14	14%
TOTAL	103	100%

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 21**

¿Cuál es tu proveedor actual de Internet? ¿En que zona de la ciudad vivís?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Movistar- centro viejo	6	6%
Personal flow - centro playa	64	62%
Airfibra - playa	17	17%
Claro (datos)- quequen	10	10%
Dexter- wifi Necochea (aire) quequén	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO II: RECIBOS DE SUELDO DEL PERSONAL**

Según ACUERDO SALARIAL ATVC SATTSAID PARITARIA 2023-2024 – PERIODO AGOSTO SEPTIEMBRE 2023, se confeccionaron los recibos de sueldo de los 10 empleados, para cada categoría o grupo salarial según lo indica el Convenio Colectivo de trabajo 223/75

ESCALA NOVIEMBRE 2023					
GRUPO SALARIAL	BASICO	PRESENTISMO	VIATICO	ASIG. NO REMUNERATIVA- SEPTIEMBRE23 Ac.30/08/2023 Art.3.1.2 (8%)	TOTAL BRUTO
1	\$ 298.528,41	\$ 29.852,84	\$ 32.140,87	\$ 20.246,93	\$ 380.769,05
2	\$ 282.629,00	\$ 28.262,90	\$ 32.140,87	\$ 19.286,14	\$ 362.318,91
3	\$ 265.813,12	\$ 26.581,31	\$ 32.140,87	\$ 18.269,97	\$ 342.805,27
4	\$ 250.910,88	\$ 25.091,09	\$ 32.140,87	\$ 17.369,44	\$ 325.512,28
5	\$ 236.659,23	\$ 23.665,92	\$ 32.140,87	\$ 16.508,22	\$ 308.974,24
6	\$ 223.396,33	\$ 22.339,63	\$ 32.140,87	\$ 15.706,76	\$ 293.583,59
7	\$ 210.775,54	\$ 21.077,55	\$ 32.140,87	\$ 14.944,09	\$ 278.938,06
8	\$ 198.788,33	\$ 19.878,83	\$ 32.140,87	\$ 14.219,72	\$ 265.027,76
9	\$ 187.447,62	\$ 18.744,76	\$ 32.140,87	\$ 13.534,41	\$ 251.867,66
10	\$ 173.834,05	\$ 17.383,40	\$ 32.140,87	\$ 12.711,75	\$ 236.070,07
11	\$ 164.119,87	\$ 16.411,99	\$ 32.140,87	\$ 12.124,73	\$ 224.797,46
12	\$ 154.177,91	\$ 15.488,79	\$ 32.140,87	\$ 11.566,85	\$ 214.084,42

Antigüedad	\$ 2.985,28
Título Secundario	\$ 14.131,45
Título Terciario	\$ 28.262,90

\* Se deja expresamente aclarado que los montos expresados como Asignación No Remunerativa son referenciales, ya que los mismos pueden variar en funcion al resto de los conceptos que se abonan en forma individual, que forman parte de la base de calculo de la misma, y que en las presentes escalas no estan detallados. (Antigüedad, Título, Horas Extras, SAC, Licencias, etc.)

RE-2023-102272223-APN-DTD#JGM

Escala salarial a noviembre de 2023,

La escala salarial que se muestra a continuación con vigencia en el periodo 2021 se adjunta a los efectos de mostrar las funciones de cada grupo salarial o categoría del Convenio Colectivo de trabajo 223/75 correspondiente al Sindicato Argentino de Televisión, Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales interactivos y de datos, SATSAID.



### ESCALA SALARIAL Y FUNCIONES



Sindicato Argentino de Televisión  
Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos

### CONVENIO COLECTIVO DE TRABAJO 223/75 - ESCALA SALARIAL Y FUNCIONES

PERIODO DE VIGENCIA - NOVIEMBRE 2021

RIGE LAS ACTIVIDADES DE: Circuitos Cerrados de TV, Sistemas Codificados, Antenas Comunitarias de TV, y Servicios Complementarios de TV.

Grupo Salarial	REMUNERATIVO			ASIG. NO REM-21 (10%) *	"Viatico Art.3.3"	Total	Funciones
	Basico	Presentismo	Bruto Sujeto a Retenciones				
1	\$ 81.628,30	\$ 8.162,83	\$ 89.791,13	\$ 7.166,34	\$ 8.788,46	\$ 105.745,93	Director de Programas
2	\$ 77.280,84	\$ 7.728,08	\$ 85.008,92	\$ 6.826,28	\$ 8.788,46	\$ 100.623,66	Illuminador 1ra. Categ. Supervisor Técnico Operador Técnico de Mantenimiento Electrónico 1ra. Categ.
3	\$ 72.682,77	\$ 7.268,28	\$ 79.951,05	\$ 6.466,60	\$ 8.788,46	\$ 95.206,12	Coordinador Illuminador 2da. Categ. Técnico de Línea 1ra. Categ. Técnico de Mantenimiento Electrónico 2da. Categ.
4	\$ 68.607,97	\$ 6.860,80	\$ 75.468,77	\$ 6.147,86	\$ 8.788,46	\$ 90.405,09	Illuminador 3ra. Categ. Mezclador de Control Central 1ra. Categ. Operador de Cámaras 1ra. Categ. Operador de Video 1ra. Categ. Operador de VTR 1ra. Categ. Técnico de Línea 2da. Categ. Técnico de Mantenimiento Electrónico 3ra. Categ.
5	\$ 64.711,06	\$ 6.471,11	\$ 71.182,17	\$ 5.843,04	\$ 8.788,46	\$ 85.813,67	Dibujante de Arte Publicitario 1ra. Categ. Fotógrafo Mezclador de Control Central 2da. Categ. Operador de Cámaras 2da. Categ. Operador de Sonido 1ra. Categ. Operador de Video 2da. Categ. Operador de VTR 2da. Categ. Promotor de Ventas Proyectorista de Control Central 1ra. categ.
6	\$ 61.084,51	\$ 6.108,45	\$ 67.192,97	\$ 5.559,36	\$ 8.788,46	\$ 81.540,79	Auxiliar de Cobro Auxiliar de Línea Carpintero Realizador 1ra. Categ. Dibujante de Arte Publicitario 2da. Categ. Operador de Cámaras 3ra. Categ. Operador de Cámara Filmadora 1ra. Categ. Operador de Sonido 2da. Categ. Operador de Video 3ra. Categ. Operador de VTR 3ra. Categ. Operador Revisor Compaginador de Filmoteca 1ra. Categ. Proyectorista de Control Central 2da. categ.
7	\$ 57.633,54	\$ 5.763,35	\$ 63.396,90	\$ 5.289,42	\$ 8.788,46	\$ 77.474,78	Auxiliar Administrativo 1ra. Categ. Carpintero Realizador 2da. Categ. Ayudante de Utilero de Calle Laboratorista Fotográfico Microfonista 1ra. Categ. Montador de Escenografía 1ra. Categ. Operador de Cámara Filmadora 2da. Categ. Operador Revisor Compaginador de Filmoteca 2da. Categ. Peinador 1ra. Categ. Proyectorista de Control Central 3ra. categ. Operador de Sonido 3ra. Categ.
8	\$ 54.355,81	\$ 5.435,58	\$ 59.791,39	\$ 5.033,03	\$ 8.788,46	\$ 73.612,88	Auxiliar Administrativo 2da. Categ. Auxiliar de Almacenes y/o Depósito Auxiliar de Despacho 1ra. Categ. Carpintero Realizador 3ra. Categ. Microfonista 2da. Categ. Montador de Escenografía 2da. Categ. Peinador 2da. Categ.
9	\$ 51.254,86	\$ 5.125,49	\$ 56.380,34	\$ 4.790,47	\$ 8.788,46	\$ 69.959,27	Auxiliar Administrativo 3ra. Categ. Auxiliar de Despacho 2da. Categ. Microfonista 3ra. Categ. Montador de Escenografía 3ra. Categ. Peinador 3ra. Categ.
10	\$ 47.532,42	\$ 4.753,24	\$ 52.285,66	\$ 4.499,29	\$ 8.788,46	\$ 65.573,41	Auxiliar Recepcionista y Telefonista Conductor de Automotores de Operaciones Operador de Telex
11	\$ 44.876,22	\$ 4.487,62	\$ 49.363,84	\$ 4.291,51	\$ 8.788,46	\$ 62.443,82	Ordenanza Serenzo
12	\$ 42.351,87	\$ 4.235,19	\$ 46.587,06	\$ 4.094,05	\$ 8.788,46	\$ 59.469,57	Cadete ( Mayor de 18 Años )
Antigüedad			\$ 816,28	* Se deja expresamente aclarado que los montos expresados como Asignación No Remunerativa son referenciales, ya que los mismos pueden variar en funcion al resto de los conceptos que se abonan en forma individual, que forman parte de la base de calculo de la misma, y que en las presentes escalas no estan detallados. (Antigüedad, Titulo, Horas Extras, SAC, Licencias, etc.)			
Titulo Secundario			\$ 3.864,04				
Titulo Terciario			\$ 7.728,08				

*Costaro Pellegrini*  
COSTARO PELLEGRINI



USINA POPULAR COOPERATIVA CUIT 30-54569405-7 AV. 59- 1798 NECOCHEA					
LEGAJO		C SALARIAL		INGRESO	01/11/2023
CATEGORIA	1			FECHA DE PAGO	
CUIL		SAC			
PERIODO	FUNCION	DIRECTOR		CONTRATO	
COD	CONCEPTO	CANT	HAB.C/AP	HAB. S/AP	DES.
	SUELDO BASICO		\$ 343.371,73		
	ANTIG TELEC				
	PRESENTISMO		\$ 34.337,17		
	TITULO		\$ 32.508,40		
	SUMA NO REM				
	VIATICO			\$ 36.968,90	
	JUB LEY 18038 11%				\$ 45.123,90
	JUB LEY 19032 3%				\$ 12.306,52
	OBRA SOCIAL 3%				\$ 12.306,52
	APORTE SOLID SIND 2% TLC				\$ 8.204,35
ULTIMO APORTE JUBILATORIO			\$ 410.217,30	\$ 36.968,90	\$ 77.941,29
PERIODO	BANCO	FECHA	O.SOCIAL		IMP. NETO
FORMA DE COBRO					\$ 369.244,91
SON PESON:					
FIRMA DEL EMPLEADO			FIRMA DEL EMPLEADOR		

USINA POPULAR COOPERATIVA CUIT 30-54569405-7 AV. 59- 1798 NECOCHEA					
LEGAJO		C SALARIAL		INGRESO	01/11/2023
CATEGORIA	2			FECHA DE PAGO	
CUIL		SAC			
PERIODO	FUNCION	SUPERV. TEC DE OPERAC		CONTRATO	
COD	CONCEPTO	CANT	HAB.C/AP	HAB. S/AP	DES.
	SUELDO BASICO		\$ 325.084,00		
	ANTIG TELEC				
	PRESENTISMO		\$ 32.508,40		
	TITULO		\$ 32.508,40		
	SUMA NO REM				
	VIATICO			\$ 36.968,90	
	JUB LEY 18038 11%				\$ 42.911,09
	JUB LEY 19032 3%				\$ 11.703,02
	OBRA SOCIAL 3%				\$ 11.703,02
	APORTE SOLID SIND 2% TLC				\$ 7.802,02
ULTIMO APORTE JUBILATORIO			\$ 390.100,80	\$ 36.968,90	\$ 74.119,15
PERIODO	BANCO	FECHA	O.SOCIAL		IMP. NETO
FORMA DE COBRO					\$ 352.950,55
SON PESON:					
FIRMA DEL EMPLEADO			FIRMA DEL EMPLEADOR		



USINA POPULAR COOPERATIVA						CUIT 30-54569405-7 AV. 59- 1798 NECOCHEA							
LEGAJO						C SALARIAL						INGRESO	01/11/2023
CATEGORIA	3											FECHA DE PAGO	
CUIL						SAC							
PERIODO	FUNCION					COORDINADOR					CONTRATO		
COD	CONCEPTO					CANT	HAB.C/AP		HAB. S/AP		DES.		
	SUELDO BASICO						\$ 305.742,12						
	ANTIG TELEC												
	PRESENTISMO						\$ 30.574,21						
	TITULO						\$ 32.508,40						
	SUMA NO REM												
	VIATICO								\$ 36.968,90				
	JUB LEY 18038 11%											\$ 40.570,72	
	JUB LEY 19032 3%											\$ 11.064,74	
	OBRA SOCIAL 3%											\$ 11.064,74	
	APORTE SOLID SIND 2% TLC											\$ 7.376,49	
ULTIMO APORTE JUBILATORIO						\$ 368.824,73	\$ 36.968,90		\$ 70.076,70				
PERIODO	BANCO		FECHA		O.SOCIAL						IMP. NETO		
FORMA DE COBRO												\$ 335.716,93	
SON PESON:													
FIRMA DEL EMPLEADO												FIRMA DEL EMPLEADOR	

USINA POPULAR COOPERATIVA						CUIT 30-54569405-7 AV. 59- 1798 NECOCHEA							
LEGAJO						C SALARIAL						INGRESO	01/11/2023
CATEGORIA	6											FECHA DE PAGO	
CUIL						SAC							
PERIODO	FUNCION					AUX. LINEA					CONTRATO		
COD	CONCEPTO					CANT	HAB.C/AP		HAB. S/AP		DES.		
	SUELDO BASICO						\$ 256.953,72						
	ANTIG TELEC												
	PRESENTISMO						\$ 25.695,37						
	TITULO												
	SUMA NO REM												
	VIATICO								\$ 36.968,90				
	JUB LEY 18038 11%											\$ 31.091,40	
	JUB LEY 19032 3%											\$ 8.479,47	
	OBRA SOCIAL 3%											\$ 8.479,47	
	APORTE SOLID SIND 2% TLC											\$ 5.652,98	
ULTIMO APORTE JUBILATORIO						\$ 282.649,09	\$ 36.968,90		\$ 53.703,33				
PERIODO	BANCO		FECHA		O.SOCIAL						IMP. NETO		
FORMA DE COBRO												\$ 265.914,66	
SON PESON:													
FIRMA DEL EMPLEADO												FIRMA DEL EMPLEADOR	



USINA POPULAR COOPERATIVA CUIT 30-54569405-7 AV. 59- 1798 NECOCHEA					
LEGAJO		C SALARIAL		INGRESO	01/11/2023
CATEGORIA	7			FECHA DE PAGO	
CUIL		SAC			
PERIODO	FUNCION	AUX. ADMINISTRAT		CONTRATO	
COD	CONCEPTO	CANT	HAB.C/AP	HAB. S/AP	DES.
	SUELDO BASICO		\$ 242.437,10		
	ANTIG TELEC				
	PRESENTISMO		\$ 24.243,71		
	TITULO				
	SUMA NO REM				
	VIATICO			\$ 36.968,90	
	JUB LEY 18038 11%				\$ 29.334,89
	JUB LEY 19032 3%				\$ 8.000,42
	OBRA SOCIAL 3%				\$ 8.000,42
	APORTE SOLID SIND 2% TLC				\$ 5.333,62
	ULTIMO APORTE JUBILATORIO		\$ 266.680,81	\$ 36.968,90	\$ 50.669,35
PERIODO	BANCO	FECHA	O.SOCIAL		IMP. NETO
FORMA DE COBRO					\$ 252.980,36
SON PESON:					
FIRMA DEL EMPLEADO				FIRMA DEL EMPLEADOR	

### ANEXO III: CÁLCULO DE CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO PARA EL PROYECTO

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO				
MESES	GASTOS FIJOS	COSTO DEL SERVICIO	VENTAS	REQUERIMIENTO MENSUAL
ENERO	\$ 5.662.521	\$ 63.542.336		-\$ 69.204.857
FEBRERO	\$ 5.662.521	\$ 63.442.610	\$ 32.048.496	-\$ 37.056.635
MARZO	\$ 5.662.521	\$ 63.409.368	\$ 31.954.992	-\$ 37.116.897
ABRIL	\$ 5.662.521	\$ 63.442.610	\$ 42.591.072	-\$ 26.514.059
MAYO	\$ 5.662.521	\$ 63.542.336	\$ 53.297.280	-\$ 15.907.577
JUNIO	\$ 5.662.521	\$ 63.442.610	\$ 63.933.360	-\$ 5.171.771
JULIO	\$ 5.662.521	\$ 63.442.610	\$ 74.569.440	\$ 5.464.309
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 39.637.647</b>	<b>\$ 444.264.480</b>	<b>\$ 298.394.640</b>	<b>-\$ 185.507.487</b>

VENTAS		AÑO 1						
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Cientes por mes	sin iva	458	913	1.367	1.822	2.280	2.735	3.190
Instalaciones por mes		458	455	454	455	458	455	455
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 10.706.208	\$ 21.342.288	\$ 31.954.992	\$ 42.591.072	\$ 53.297.280	\$ 63.933.360	\$ 74.569.440
Instalación	\$ 33.000							
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 10.706.208</b>	<b>\$ 21.342.288</b>	<b>\$ 31.954.992</b>	<b>\$ 42.591.072</b>	<b>\$ 53.297.280</b>	<b>\$ 63.933.360</b>	<b>\$ 74.569.440</b>
			\$ 32.048.496					
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>		-\$ 63.542.336	-\$ 63.442.610	-\$ 63.409.368	-\$ 63.442.610	-\$ 63.542.336	-\$ 63.442.610	-\$ 63.442.610
<b>COSTOS FIJOS</b>		-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521	-\$ 5.662.521
<b>REQUERIMIENTO DE CAP DE TRABAJO</b>		-\$ 69.204.857	-\$ 37.056.635	-\$ 37.116.897	-\$ 26.514.059	-\$ 15.907.577	-\$ 5.171.771	\$ 5.464.309



ANEXO IV: FLUJOS DE FONDOS MENSUALES PARA EL AÑO 1, 2 Y 3

VENTAS		AÑO 1											
	sin iva	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cientes por mes		458	913	1.367	1.822	2.280	2.735	3.190	3.635	4.065	4.508	4.960	5.415
Instalaciones por mes		458	455	454	455	458	455	455	445	430	443	452	455
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 10.706.208	\$ 21.342.288	\$ 31.954.992	\$ 42.591.072	\$ 53.297.280	\$ 63.933.360	\$ 74.569.440	\$ 84.971.760	\$ 95.023.440	\$ 105.379.008	\$ 115.944.960	\$ 126.581.040
Instalación	\$ 33.000												
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 10.706.208</b>	<b>\$ 21.342.288</b>	<b>\$ 31.954.992</b>	<b>\$ 42.591.072</b>	<b>\$ 53.297.280</b>	<b>\$ 63.933.360</b>	<b>\$ 74.569.440</b>	<b>\$ 84.971.760</b>	<b>\$ 95.023.440</b>	<b>\$ 105.379.008</b>	<b>\$ 115.944.960</b>	<b>\$ 126.581.040</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>													
Sueldos brutos y Contribuciones		-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621	-\$ 3.200.621
Administración y ventas (sueldos y cont)		-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799
Imprenta y papelería		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Seguros		-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000
Teléfono		-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100
Mantenimiento dev rodado		-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000
Limpieza		-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000
Publicidad y promoción		-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000
Sistema GLM		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Gas		-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000
Capacitaciones		-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000
Suscripción CABASE		-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000
Community Mananger		-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000
<b>COSTOS VARIABLES</b>													
Costo de instalación		-\$ 15.114.000	-\$ 15.015.000	-\$ 14.982.000	-\$ 15.015.000	-\$ 15.114.000	-\$ 15.015.000	-\$ 15.015.000	-\$ 14.685.000	-\$ 14.190.000	-\$ 14.619.000	-\$ 14.916.000	-\$ 15.015.000
Banda Ancha para 5500 clientes		-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000	-\$ 21.835.000
Telefonía para 5500 clientes		-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000	-\$ 11.550.000
Televisión para 5500 clientes		-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500	-\$ 14.932.500
combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst		-\$ 110.836	-\$ 110.110	-\$ 109.868	-\$ 110.110	-\$ 110.836	-\$ 110.110	-\$ 110.110	-\$ 107.690	-\$ 104.060	-\$ 107.206	-\$ 109.384	-\$ 110.110
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>-\$ 69.204.856</b>	<b>-\$ 69.105.130</b>	<b>-\$ 69.071.888</b>	<b>-\$ 69.105.130</b>	<b>-\$ 69.204.856</b>	<b>-\$ 69.105.130</b>	<b>-\$ 69.105.130</b>	<b>-\$ 68.772.710</b>	<b>-\$ 68.274.080</b>	<b>-\$ 68.706.226</b>	<b>-\$ 69.005.404</b>	<b>-\$ 69.105.130</b>
<b>FLUJO DE FONDOS MENSUAL AÑO 1</b>		<b>-\$ 58.498.648</b>	<b>-\$ 47.762.842</b>	<b>-\$ 37.116.896</b>	<b>-\$ 26.514.058</b>	<b>-\$ 15.907.576</b>	<b>-\$ 5.171.770</b>	<b>\$ 5.464.310</b>	<b>\$ 16.199.050</b>	<b>\$ 26.749.360</b>	<b>\$ 36.672.782</b>	<b>\$ 46.939.556</b>	<b>\$ 57.475.910</b>

VENTAS		AÑO 2											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cientes por mes	sin iva	5.730	6.055	6.365	6.663	6.987	7.306	7.633	7.958	8.288	8.603	8.920	9.217
Instalaciones por mes		315	325	310	298	324	319	327	325	330	315	317	297
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 133.944.480	\$ 141.541.680	\$ 148.788.240	\$ 155.754.288	\$ 163.328.112	\$ 170.785.056	\$ 178.429.008	\$ 186.026.208	\$ 193.740.288	\$ 201.103.728	\$ 208.513.920	\$ 215.456.592
Instalación	\$ 33.000												
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 133.944.480</b>	<b>\$ 141.541.680</b>	<b>\$ 148.788.240</b>	<b>\$ 155.754.288</b>	<b>\$ 163.328.112</b>	<b>\$ 170.785.056</b>	<b>\$ 178.429.008</b>	<b>\$ 186.026.208</b>	<b>\$ 193.740.288</b>	<b>\$ 201.103.728</b>	<b>\$ 208.513.920</b>	<b>\$ 215.456.592</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>													
Sueldos brutos y Contribuciones		-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179
Administración y ventas (sueldos y cont)		-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799	-\$ 1.578.799
Imprenta y papelería		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Seguros		-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000
Teléfono		-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100
Mantenimiento de rodado		-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000
Limpieza		-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000
Publicidad y promoción		-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000
Sistema GLM		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Gas		-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000
Capacitaciones		-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000
Suscripción CABASE		-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000
Community Mananger		-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000
<b>COSTOS VARIABLES</b>													
Costo de instalación		-\$ 10.395.000	-\$ 10.725.000	-\$ 10.230.000	-\$ 9.834.000	-\$ 10.692.000	-\$ 10.527.000	-\$ 10.791.000	-\$ 10.725.000	-\$ 10.890.000	-\$ 10.395.000	-\$ 10.461.000	-\$ 9.801.000
Banda Ancha ( incremento 65 %)		-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750	-\$ 36.027.750
Telefonía ( incremento 65 %)		-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500	-\$ 19.057.500
Televisión ( incremento 65 %)		-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625	-\$ 24.638.625
combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst		-\$ 76.230	-\$ 78.650	-\$ 75.020	-\$ 72.116	-\$ 78.408	-\$ 77.198	-\$ 79.134	-\$ 78.650	-\$ 79.860	-\$ 76.230	-\$ 76.714	-\$ 71.874
		<b>-\$ 96.730.183</b>	<b>-\$ 97.062.603</b>	<b>-\$ 96.563.973</b>	<b>-\$ 96.165.069</b>	<b>-\$ 97.029.361</b>	<b>-\$ 96.863.151</b>	<b>-\$ 97.129.087</b>	<b>-\$ 97.062.603</b>	<b>-\$ 97.228.813</b>	<b>-\$ 96.730.183</b>	<b>-\$ 96.796.667</b>	<b>-\$ 96.131.827</b>
<b>FLUJO DE FONDOS MENSUAL AÑO 2</b>		<b>\$ 37.214.297</b>	<b>\$ 44.479.077</b>	<b>\$ 52.224.267</b>	<b>\$ 59.589.219</b>	<b>\$ 66.298.751</b>	<b>\$ 73.921.905</b>	<b>\$ 81.299.921</b>	<b>\$ 88.963.605</b>	<b>\$ 96.511.475</b>	<b>\$ 104.373.545</b>	<b>\$ 111.717.253</b>	<b>\$ 119.324.765</b>

VENTAS		AÑO 3											
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Clientes por mes	sin iva	9412	9607	9800	9997	10187	10387	10581	10778	10974	11163	11338	11518
Instalaciones por mes		195	195	193	197	190	200	194	197	196	189	175	180
Abono 3Play Medium	\$ 23.376	\$ 220.014.912	\$ 224.573.232	\$ 229.084.800	\$ 233.689.872	\$ 238.131.312	\$ 242.806.512	\$ 247.341.456	\$ 251.946.528	\$ 256.528.224	\$ 260.946.288	\$ 265.037.088	\$ 269.244.768
Instalación	\$ 33.000												
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 220.014.912</b>	<b>\$ 224.573.232</b>	<b>\$ 229.084.800</b>	<b>\$ 233.689.872</b>	<b>\$ 238.131.312</b>	<b>\$ 242.806.512</b>	<b>\$ 247.341.456</b>	<b>\$ 251.946.528</b>	<b>\$ 256.528.224</b>	<b>\$ 260.946.288</b>	<b>\$ 265.037.088</b>	<b>\$ 269.244.768</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>													
Sueldos brutos y Contribuciones		-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179	-\$ 4.073.179
Administración y ventas (sueldos y cont)		-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763	-\$ 2.407.763
Imprenta y papelería		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Seguros		-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000	-\$ 30.000
Teléfono		-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100	-\$ 10.100
Mantenimiento de rodado		-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000	-\$ 180.000
Limpieza		-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000	-\$ 98.000
Publicidad y promoción		-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000	-\$ 150.000
Sistema GLM		-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000	-\$ 40.000
Gas		-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000	-\$ 8.000
Capitaciones		-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000	-\$ 85.000
Suscripción CABASE		-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000	-\$ 72.000
Community Manager		-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000	-\$ 170.000
<b>COSTOS VARIABLES</b>													
Costo de instalación		-\$ 6.435.000	-\$ 6.435.000	-\$ 6.369.000	-\$ 6.501.000	-\$ 6.270.000	-\$ 6.600.000	-\$ 6.402.000	-\$ 6.501.000	-\$ 6.468.000	-\$ 6.237.000	-\$ 5.775.000	-\$ 5.940.000
Banda Ancha ( incremento 55%)		-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013	-\$ 55.843.013
Telefonía ( incremento 55%)		-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125	-\$ 29.539.125
Televisión ( incremento 55%)		-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869	-\$ 38.189.869
combustible ( 6l x día) \$242,00 x inst		-\$ 47.190	-\$ 47.190	-\$ 46.706	-\$ 47.674	-\$ 45.980	-\$ 48.400	-\$ 46.948	-\$ 47.674	-\$ 47.432	-\$ 45.738	-\$ 42.350	-\$ 43.560
		-\$ 137.418.238	-\$ 137.418.238	-\$ 137.351.754	-\$ 137.484.722	-\$ 137.252.028	-\$ 137.584.448	-\$ 137.384.996	-\$ 137.484.722	-\$ 137.451.480	-\$ 137.218.786	-\$ 136.753.398	-\$ 136.919.608
<b>FLUJO DE FONDOS MENSUAL AÑO 3</b>		<b>\$ 82.596.674</b>	<b>\$ 87.154.994</b>	<b>\$ 91.733.046</b>	<b>\$ 96.205.150</b>	<b>\$ 100.879.284</b>	<b>\$ 105.222.064</b>	<b>\$ 109.956.460</b>	<b>\$ 114.461.806</b>	<b>\$ 119.076.744</b>	<b>\$ 123.727.502</b>	<b>\$ 128.283.690</b>	<b>\$ 132.325.160</b>

**ANEXO V: CÁLCULO PARA LAS AMORTIZACIONES DE BIENES DE USO**

BIENES DE USO	VALOR	AMORTIZACION	VIDA UTIL
Muebles y útiles	\$ 802.400	\$ 80.240	10 AÑOS
Rodados ( Año 2015 - totalmente amortizados)	\$ 15.000.000	\$ -	5 AÑOS
Instalaciones acc	\$ 980.000	\$ 98.000	10 AÑOS
Equipos de computación	\$ 2.705.300	\$ 541.060	5 AÑOS
Máquinas y Herramientas	\$ 5.274.000	\$ 527.400	10 AÑOS
Tendido de red de Fibra Óptica (Troncal de Red)	\$ 129.766.920	\$ 12.976.692	10 AÑOS
Equipamiento NOC	\$ 35.973.290	\$ 7.194.658	5 AÑOS
<b>TOTAL AMORTIZACIONES ANUALES</b>		<b>\$ 21.418.050</b>	

Los rodados mencionados en este proyecto corresponden a dos vehículos utilitarios usados en buen estado con un valor de compra de \$ 7.500.000,00 cada uno, los mismos poseen una antigüedad mayor a 5 años, es por este motivo que se encuentran totalmente amortizados y no influyen en el cálculo total de las amortizaciones de los flujos de fondos anuales.

**ANEXO VI: CÁLCULO DE VIABILIDAD Y RENTABILIDAD, INDICADORES FINANCIEROS, VAN, TIRM, PRI.**

**El Valor Actual Neto (VAN)** se refiere al rendimiento actualizado de los flujos de fondos menos la inversión inicial, si el resultado es positivo el proyecto es viable, para el cálculo se utilizan los flujos de fondo del proyecto actualizados a la fecha presente, descontándolos a una tasa de corte de 18 %. El resultado esta expresado en términos de unidades de valor monetario. Arrojando un resultado positivo de \$ 1.090.851.807,00 que nos indica que el proyecto es viable.

CÁLCULO DE VAN	0	1	2	3
INVERSIÓN	-\$ 364.531.597			
FLUJOS DE FONDOS		-\$ 30.873.232	\$ 835.097.394	\$1.448.814.469
TASA DE CORTE	<b>18,00%</b>			
<b>VAN</b>	<b>\$1.090.851.807</b>			

**Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM)** es utilizada para evaluar la rentabilidad del proyecto en términos relativos (%) adecuándose a sus características, se utiliza cuando existen flujos de fondos negativos y positivos, como es en este caso, donde el año 1 arroja un valor negativo, los flujos positivos se capitalizan a la tasa de reinversión (18%) y los flujos negativos se descuentan a la tasa de financiamiento (10,5 %). El proyecto podrá aceptarse si la TIRM es mayor a la tasa de rendimiento que pretende este proyecto de 18%, podemos



observar que la TIRM del proyecto según el cálculo realizado en Excel es de 83,73 % superando la tasa requerida de retorno de la inversión.

CÁLCULO DE TIRM	0	1	2	3
INVERSIÓN	-\$ 364.531.597			
FLUJOS DE FONDOS	-\$ 364.531.597	-\$ 30.873.232	\$ 835.097.394	\$ 1.448.814.469
TASA DE CORTE	<b>18,00%</b>			
TASA DE FINANCIAMIENTO	<b>10,50%</b>			
TIRM	<b>83,73%</b>			

**Período de Recuperación de la Inversión ( PRI)**, se refiere al tiempo que tarda la empresa en recuperar el importe de la inversión realizada del proyecto, a valor presente, utilizando la siguiente fórmula :

$$PRI = a + ( b - c ) / d$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión Inicial

c = Suma de flujos hasta el periodo anterior de recuperación de la inversión

d = Valor del flujo del año en el que se recupera la inversión

INVERSIÓN:		\$ 364.531.597
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJO EFECTIVO ACUMULADO
0	-\$ 364.531.597	
1	-\$ 30.873.232	-\$ 30.873.232,00
2	\$ 835.097.394,00	\$ 804.224.162,00
3	\$ 1.556.228.743,00	\$ 2.360.452.905,00
Período de Recuperación de la Inversión ( PRI)		<b>1,47</b>
AÑOS	1	año
MESES	5	meses
DIAS	20	días

Para determinar el número de meses, se resta el número entero y luego se multiplica por 12  
- meses - ( 0,47 x 12 = 5, 64 )

Para determinar el número de días, se resta nuevamente el numero entero y luego multiplicamos por 30 - días – ( 0,64 x 30 = 19,2)

El cálculo nos indica que la inversión se recupera al año y 5 meses con 20 días.



## BIBLIOGRAFÍA

NEGRI, J 17 DE ENERO DE 2023 LA DEMOCRACIA ARGENTINA, EN SUS 40 AÑOS: MEMORIA Y BALANCE. [HTTPS://WWW.CLARIN.COM/OPINION/DEMOCRACIA-ARGENTINA-40-ANOS-MEMORIA-BALANCE\\_0\\_VG6AYLNAXU.HTML?GCLID=CJWKCAJWLOYNBHBBEIWAGY25DA7MTF2GY5DS8V7B3N7KSFGX4MFDUIGTS-SXOBKCRDD6DENCBJ\\_HQROCPPIQAVD\\_BWE](https://www.clarin.com/opinion/democracia-argentina-40-anos-memoria-balance_0_VG6AYLNAXU.html?gclid=CJWKCAJWLOYNBHBBEIWAGY25DA7MTF2GY5DS8V7B3N7KSFGX4MFDUIGTS-SXOBKCRDD6DENCBJ_HQROCPPIQAVD_BWE)

Boletín Oficial de la República Argentina. 2023  
<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/285979/20230509>

Decreto DNU 690/2020 Miargentina 2020  
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-690-2020-341372/texto>

STATISTA, Elecciones Nacionales en Argentina Noviembre 2023  
<https://es.statista.com/temas/11265/elecciones-nacionales-de-argentina-en-2023/#topicOverview>

CLARIN. Jazmín Bullorini, 06/12/23 La asunción de Javier Milei: los detalles del mega paquete de reformas que enviarán al Congreso. [https://www.clarin.com/politica/elegido-milei-presidir-senado-revelo-lunes-enviaran-ambicioso-paquete-reformas-congreso-dio-detalles-presentacion\\_0\\_WFBQBv55pq.html](https://www.clarin.com/politica/elegido-milei-presidir-senado-revelo-lunes-enviaran-ambicioso-paquete-reformas-congreso-dio-detalles-presentacion_0_WFBQBv55pq.html)

INDEC, IPC, 12/04/2024  
[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_04\\_24D278E3E48E.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_04_24D278E3E48E.pdf)

LA NACION, Noticias, Gabriela Origlia 12/02/2023. El mapa rojo del dólar: sector por sector, cuáles son las actividades más complicadas.  
<https://www.lanacion.com.ar/economia/sector-por-sector-como-afectan-la-actividad-las-trabas-para-importar-bienes-nid12022023/>

CABASE, Acumulación de medidas impactan negativamente poniendo en riesgo la conectividad de Argentina, 04/09/2023. <https://www.cabase.org.ar/acumulacion-de-medidas-pone-en-riesgo-la-conectividad-de-argentina/>

INFOBAE, Economía, 31/12/2023 <https://www.infobae.com/economia/2023/12/31/el-ano-del-dolar-como-terminaron-2023-las-cotizaciones-oficial-y-libre-frente-a-la->





LEY 20.680 IMPUESTO A LAS GANANCIAS.

[https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3\\_arg\\_ley20628.pdf](https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_arg_ley20628.pdf)

HATSNEW, Innovación En Velocidad De Transmisión: Fibra Óptica Que Rompe Récords Y Desafía Los Límites, 14/06/2023 <https://www.whatsnews.com/2023/06/14/innovacion-en-velocidad-de-transmision-fibra-optica-que-rompe-records-y-desafia-los-limites/>

INFOBAE, El Gobierno aprobó la licitación del 5G para las telecomunicaciones, 28/08/2023. <https://www.infobae.com/politica/2023/08/28/el-gobierno-aprobo-la-licitacion-del-5g-para-las-telecomunicaciones/>

ZMSCABLE, Tendencias de La Red de Fibra Óptica hasta 2023, 2023 <https://zmscable.es/tendencias-red-fibra-optica-2023/>

TELOS FUNDACION TELEFONICA, Pablo Rodríguez Canfranc, Internet en el presente y el futuro de la televisión, 27/01/2023 <https://telos.fundaciontelefonica.com/la-cofa/internet-en-el-presente-y-el-futuro-de-la-television/>

LA VANGUARDIA, García Marcos Esteban, 05/03/2023 <https://www.lavanguardia.com/andro4all/moviles/el-movil-del-futuro-no-tendra-que-ver-con-el-que-tenes-ahora-4-formas-en-las-que-los-dispositivos-cambiaran>

CLARIN, TECNOLOGIA, LiFi: cómo funciona la nueva tecnología que quiere reemplazar al WiFi usando la luz, 12/03/2023. [https://www.clarin.com/tecnologia/lifi-funciona-nueva-tecnologia-quiere-reemplazar-wifi-usando-luz\\_0\\_IToX3aZesy.html?gclid=EAlaIQobChMI9OXdkPWQgQMV4ziUAR2uZwbHEAAYB\\_CAAEgJm9PD\\_BwE](https://www.clarin.com/tecnologia/lifi-funciona-nueva-tecnologia-quiere-reemplazar-wifi-usando-luz_0_IToX3aZesy.html?gclid=EAlaIQobChMI9OXdkPWQgQMV4ziUAR2uZwbHEAAYB_CAAEgJm9PD_BwE)

EY GLOBAL, Adrián Baschnonga, 30/11/2023, Los 10 principales riesgos para las telecomunicaciones en 2024. [https://www.ey.com/es\\_uy/telecommunications/top-10-risks-for-telecommunications](https://www.ey.com/es_uy/telecommunications/top-10-risks-for-telecommunications)

NATIONAL GEOGRAPHIC ESPAÑA, Flores Javier, La basura electrónica y su peligro para el medio, 18/01/2023 [https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/peligros-basura-electronica\\_13239](https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/peligros-basura-electronica_13239)



INTI, El INTI comparte al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible equipamiento para reducir residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, 24/07/2023.  
<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-inti-comparte-al-ministerio-de-ambiente-y-desarrollo-sostenible-equipamiento-para>

ELECTRICIDAD la Revista Energética de Chile, Prysmian Group presenta primeros cables ópticos con certificación ecológica en FTTH Conference 2023, 23/5/2023  
<https://www.revistaei.cl/2023/05/22/prysmian-group-presento-primeros-cables-opticos-con-certificacion-ecologica-en-ftth-conference-2023/>

GUUK, 12/01/2021 <https://blog.guuk.com/fibra-optica-conexion-eficiente/#:~:text=Beneficios%20ecol%C3%B3gicos%20de%20la%20Fibra%20%C3%B3ptica&text=As%3%AD%20que%20la%20fibra%20%C3%B3ptica.energ%C3%A9tica%20de%20hasta%20un%2080%25.>

Stadista, Marina Pasquali, 20/02/2023 <https://es.statista.com/grafico/22701/tiempo-medio-de-uso-diario-de-internet/>

STADISTA, 15/10/2023 <https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

EL DIARIO, TV por cable Historia y Evolución, 27/07/2023  
<https://www.eldiariocba.com.ar/espacio-patrocinado/2023/7/27/tv-por-cable-internet-el-combo-de-los-tiempos-digitales-100292.html>

PAGINA12, Yamila Heram, 12/06/2023 <https://www.pagina12.com.ar/557776-la-television-que-nadie-ve>

INFOBAE, 03/10/2023 <https://www.infobae.com/economia/2023/10/03/el-85-de-los-hogares-argentinos-tiene-instalada-una-conexion-fija-a-internet/>

BANCO CENTRAL DO BRASIL 07/08/2024  
<https://www.bcb.gov.br/meubc/relatorioemprestimo-financiamento>