



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

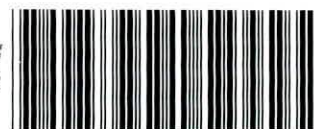


**ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MAESTRÍA EJECUTIVA DE GESTIÓN DE EMPRESAS
EN TELECOMUNICACIONES**

PROYECTO DE GRADUACIÓN:

*Creación de Negocio internacional de
Videoconferencia – TVO FAMILY*



DP-06010

PRESENTADO POR:

ING. Luis Nan Mena

DIRECTOR:

ING. Sergio Flores

**Guayaquil-Ecuador
Abril 2002**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. RESUMEN EJECUTIVO		1
1.1 Identificación del Negocio		2
1.2 Finanzas y Administración		2
1.3 Fortalezas y Debilidades		3
1.4 Mercadeo		4
1.5 Tecnología		4
1.6 Conclusiones		5
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO		6
2.1 Valores de la Empresa		6
2.2 Definición de Misión y Visión		7
2.2 Objetivos		7
2.2.1 Objetivos Financieros		7
2.2.2 Objetivos No Financieros		7
2.3 Factores Claves		8
3. ANÁLISIS DEL MERCADO		9
3.1 Análisis del Sector y de la compañía		9
3.1.1 Barreras de Entrada		10
3.1.2 Rivalidad de los Competidores		10
3.1.3 Sustitutos		11
3.1.4 Poder negociador de los clientes		11
3.1.5 Poder negociador de los proveedores		12
3.2 Análisis del Mercado Propiamente Dicho		12
3.2.1 Servicio		13
3.2.2 Clientes		13
3.2.3 Análisis de la Competencia		15
3.2.4 Tamaño Global del Mercado		15
3.2.5 Segmentación del Mercado Objetivo		17
3.2.6 Participación del Mercado		17
3.3 Plan de Mercadeo		18
3.3.1 Estrategia Promocional		18
3.3.2 Estrategia de Distribución		20
3.3.3 Estrategia de Precio		21
4. Análisis FODA		23
4.1 Fortalezas		23
4.2 Oportunidades		23
4.3 Debilidades		23
4.4 Amenazas		23
5. ANÁLISIS TÉCNICO		25
5.1 Análisis del servicio		25

5.1.1 Descripción de la Interconexión por Fibra Óptica	26
5.1.2 Descripción de la Interconexión Satelital	27
5.1.3 Descripción de la Interconexión ISDN	27
5.1.4 Descripción de la Interconexión a través del Internet	28
5.2 Facilidades	30
5.3 Equipos necesarios	30
5.4 Especificaciones Técnicas	31
5.4.1 Especificaciones de Audio, Video y Datos	31
5.4.2 Conexiones del Sistema	31
5.4.3 Componentes del Sistema	31
5.5 Necesidades Técnicas	32
5.6 Sistema de Control y Normas de Calidad	33
6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	34
6.1 Organización	35
6.2 Propietarios	35
6.3 Personal ejecutivo	35
6.4 Empleados y personal de apoyo	35
6.5 Descripción de funciones	35
7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL	37
7.1 Regulaciones del Sector de Telecomunicaciones	38
7.2 Permisos o Licencias para la Implementación del Negocio	38
7.3 Asociaciones y Acuerdos con Socios Foráneos	39
7.4 Análisis Social	40
8. ANÁLISIS ECONÓMICO	41
8.1 Inversión en Activos Fijos	41
8.2 Presupuesto de Ingresos	41
8.3 Presupuesto de Gastos de Personal	42
8.4 Depreciaciones y Amortizaciones	43
8.5 Presupuesto de Gastos de Operación	44
8.6 Costos Operativos	45
8.7 Presupuesto de Gastos Administrativos	45
8.8 Análisis de Costos	46
9. ANÁLISIS FINANCIERO	47
9.1 Flujo de Caja	47
9.2 Estado de Resultados	48
9.3 Balance General	49

10.	ANÁLISIS DE RIESGOS INTANGIBLES	E	50
	10.1 Riesgos del Mercado		50
	10.2 Riesgos Técnicos		50
	10.3 Riesgos Económicos		50
11.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y EVALUACIÓN GENERAL DEL PROYECTO		52
	ANEXO A: Cuadros Financieros		55
	ANEXO B: Imagen Corporativa y Material Promocional		70
	ANEXO C: Documentos Legales, Reglamentos y Regulaciones		78
	ANEXO D: Resultado Encuesta		93
	BIBLIOGRAFIA		97

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos necesitamos comunicarnos, es por esta razón que se inventó la telefonía, la cual ha ido evolucionando y dándonos más facilidades cada día. En un principio la comunicación era en forma escrita con la invención del telégrafo, después en forma hablada con la invención del teléfono, pero ahora la tecnología nos permite no sólo oír a otra persona sino que también nos permite verla en tiempo real con la ayuda de equipos de video conferencia.

Hemos decidido aprovechar las ventajas que nos brinda la tecnología, para ofrecer un servicio innovador al alcance de las grandes masas de personas que tiene familiares viviendo en Norteamérica y Europa, dándoles no sólo la oportunidad de oírlos sino también de verlos a través de una pantalla de video, ya que por lo general estas personas tienen muchos años comunicándose a través del teléfono y viéndose a través de fotos pero no han tenido la oportunidad de verlos ni siquiera a través de la cinta de una videocámara, mucho menos en vivo.

1. RESUMEN EJECUTIVO

Se está planteando la creación de un nuevo concepto de negocios basado en las telecomunicaciones y tecnología en computación a través del uso de aplicaciones y equipos para videoconferencia interconectados en una red mundial, cuyo objetivo principal es ofrecer servicios de comunicación visual y directa entre personas residentes en el Ecuador y sus familiares que han emigrado a Norteamérica y Europa.

Debido a la alta migración que existe en el Ecuador hacia estos países este mercado se muestra muy atractivo para desarrollar este tipo de negocio que es innovador en nuestro medio.

La mayoría de la gente que emigra hacia otros países del mundo son personas de clase media y clase popular que por diversos motivos o circunstancias tomaron la decisión de salir en busca de mejores oportunidades de vida, es por esta razón que nuestro servicio está orientado a este sector del mercado, el cual representa aproximadamente el 20% del total de la población del Ecuador, y el dinero que ellos envían contribuye en un gran porcentaje al equilibrio de la balanza comercial de nuestro País, ya que constituye la segunda fuente de ingreso después del petróleo, con más de 1.370 millones de dólares por las remesas que se reciben, lo cual representa un porcentaje notable de los ingresos anuales que favorecen nuestra economía.

Para desarrollar este plan de negocios se requiere de una mediana inversión en equipos, infraestructura y otros recursos, pero lo más importante es conseguir que la empresa de telefonía local o la proveedora del enlace, nos provea de un acceso rápido y nos garantice el ancho de banda adecuado para la transmisión, de tal manera que podamos ofrecer un servicio de buena calidad y a un precio asequible para los clientes de nuestro segmento de mercado.

Por ser este un modelo de negocio nuevo en nuestro medio, contaríamos con la ventaja de ser uno de los pioneros en este mercado, lo cual nos permitirá captar una buena parte de él antes de que aparezcan otros competidores, además se cuenta con el apoyo de personal técnico altamente calificado y con un personal administrativo muy competitivo.

Con este negocio se pretende obtener una rentabilidad para los accionistas superior a la tasa que puedan obtener en pólizas y demás inversiones bancarias, las mismas que en la actualidad no son atractivas además de ser riesgosas por la inseguridad que existe en nuestra banca.

Se pretende abrir paso a un nuevo concepto de telecomunicación, esperando tener clientes altamente satisfechos y más que todo dar a las personas la alternativa de poder ver a sus seres queridos aunque sea a través de una pantalla, ya que muchas veces no es posible hacerlo personalmente durante años.

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

El proyecto de negocio se identificará como una cadena de videoconferencia a nivel internacional que se espera sea reconocida como **TVO FAMILY**, la misma que brindará principalmente servicios de vídeo conferencia con equipos de alta resolución y calidad de imagen colocados en pequeñas salas como puntos de enlace para establecer comunicación privada entre familiares, amigos, de manera individual o grupal, pudiendo además ofrecer otro tipo de servicios relacionados con Internet.

La misión puntualizada de la idea de negocios así lo determina, y en su visión se proyecta en tres años posesionarse de una buena parte del mercado de las comunicaciones del Ecuador con el resto del mundo.

Tal proyección se fundamenta en el gran número de emigrantes ecuatorianos hacia los países antes señalados.

1.2 FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN

La inversión inicial necesaria para desarrollar este plan de negocios no es muy elevada, aproximadamente es de **\$75.000,00** dólares planificado como aporte capital y prestamos financieros.

Se debe asegurar la provisión de un acceso rápido por parte de una empresa de telecomunicaciones y de un ancho de banda adecuado para la transmisión, todo lo cual permitiría ofrecer un servicio de calidad.

El personal que deberá involucrarse tanto en la parte técnica, como administrativa, deberá ser muy calificado y competitivo.

La rentabilidad que se espera obtener para los accionistas es atractiva, pues su **tasa interna de retorno es de 54%**, lo cual justifica plenamente la inversión propuesta, considerando incluso el factor riesgo país que se estima del 30% al 35%.

Es importante subrayar que en este tipo de negocios, la inversión en infraestructura es mínima, por ende el capital intelectual es el factor preponderante para que el rendimiento financiero sea bastante alto.

Los costos del proyecto se consideran en su mayoría fijos, siendo por lo tanto el punto de equilibrio en ingreso por ventas, aquel que resulte de cubrir tales costos, que en promedio por año durante los tres primeros años de evaluación financiera de este plan de negocio, serán de \$167.023,00 dólares, lo que significa el 68.74% de los ingresos proyectados.

La inversión de **capital inicial** será recuperada **durante el tercer año de operaciones**, las **obligaciones financieros** serán cubiertas **dentro de los dos primeros años de operaciones**, y la participación accionaria estará distribuida entre socios gestores y capitalistas.

La administración del negocio estará a cargo de uno de los gestores y otro asesorará tanto en las adquisiciones de los equipos, su montaje y en el diseño de la política de ventas, pero no mantendrá ningún tipo de relación laboral.

El negocio como se ha mencionado se **orienta hacia el mercado formado por emigrantes**, sus familiares y relacionados en Ecuador como su segmento principal, sin embargo, el servicio se dirigirá también para personas e instituciones que necesiten establecer contactos de índole comercial o educativa por ese medio.

1.3 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Las principales **fortalezas** que tiene el plan de negocios radican en contar con personal altamente calificado, el asesoramiento experimentado, las facilidades de infraestructura y los contactos que se tiene en el extranjero, así como la calidad del servicio.

Las **oportunidades** de desarrollo del negocio consideran que el servicio es innovador en el medio, que por ser pioneros se puede posesionar de una gran parte del mercado y se puede establecer una amplia cadena de asociados.

Las **debilidades** radican en el factor económico, relacionado principalmente con los costos de enlace que serán determinantes para el precio final del servicio.

Las **amenazas** del negocio son: la falta de un marco regulatorio bien definido, la posibilidad de no conseguir los canales de comunicación y anchos de banda que proporcionan las compañías que pueden brindar esos servicios en el Ecuador así como la incursión de nuevos competidores al mercado.

1.4 MERCADEO

La principal estrategia de mercado que permitirá llegar a un segmento amplio de la población, constituye la estrategia de precios aplicada a un producto innovador. El producto tendrá un precio bajo de introducción para lograr un posicionamiento de mercado, el mismo que ha sido calculado conservadoramente en \$ 1.00 dólar por minuto con un mínimo tiempo de enlace de 15 minutos, iniciándose con una promoción de \$0,80 el minuto a mantener durante los tres primeros meses como campaña de lanzamiento.

Se planificó contratar una agencia de publicidad para que diseñe la imagen corporativa de la empresa y el producto y en conjunto con nuestro grupo de trabajo planifique la campaña publicitaria que se utilizará por televisión, prensa, radio, volantes, página web, etc.

1.5 TECNOLOGIA

Se utilizarán equipos que aseguren la calidad y velocidad en las comunicaciones, esto es la utilización de telecomunicaciones diseñadas para video conferencia tales como los de PICTURETEL, POLYCOM, INTEL, SONY y otros, los cuales tienen su propio software para poder funcionar en redes ISDN o IP.

Se diseñará además una página Web para poder lograr el registro de afiliados a la cadena y llevar el control de las reservaciones de uso de los servicios de videoconferencia.

Para la implementación a través del Internet se necesita contratar un enlace dedicado vía MODEM o vía RADIO hasta el INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP).

En todo caso, el uso de equipos diseñados específicamente para vídeo conferencia con su propio software constituye una real innovación tecnológica y un factor de diferenciación sobre otros servicios similares que se empiezan a brindar en estos momentos sobre este campo.

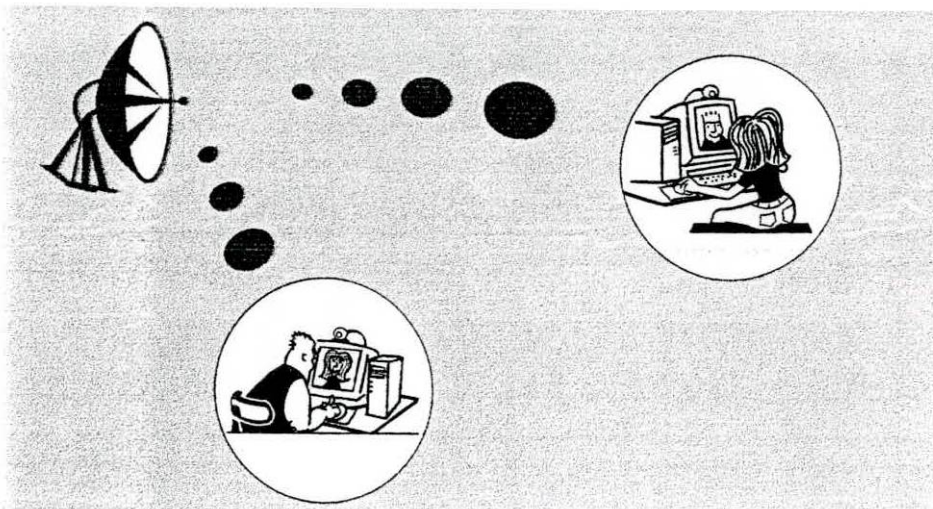
1.6 CONCLUSIONES

La implementación de este plan de negocios permitirá que el Ecuador sea visto como un país donde se dan ideas innovadoras y emprendedoras iniciativas, lo cual atraerá inversiones extranjeras a través de relaciones de negocios internacionales.

El negocio resulta atractivo para los accionistas, pues se espera tener rentabilidad acorde con el nivel de inversión y con proyecciones de expansión internacional.

Para poder alcanzar nuestras metas será necesario hacer acuerdos estratégicos con socios foráneos, desarrollar un buen plan de mercadeo y poder disponer de los recursos tecnológicos necesarios para poder ofrecer el servicio.

Los servicios a ser prestados por TVO FAMILY contribuirán a establecer un tipo de comunicación muy afectivo y real entre los usuarios, lo cual llenará una necesidad espiritual de todo ser humano, que en algo ayudará la difícil situación de los emigrantes.



2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Para lograr la ejecución de este tipo de negocio, se creará una compañía cuyo nombre es **TVO FAMILY**, la elección del nombre responde a la fusión de dos nombres, uno en español, **TEVEO**, relacionado con el objeto del negocio el cual es el de telecomunicaciones a través de video y otro en inglés, **FAMILY**, el cual está relacionado con el mercado al cual estamos orientando el negocio. También el nombre responde a la mezcla de dos culturas las cuales son la hispana y la norteamericana.

En este negocio se brindará servicios de video conferencia como objetivo principal pero, también se dará el servicio de Internet y de voz sobre IP como negocio complementario.

El negocio consiste en poner oficinas a manera de Cyber Café con pequeñas cabinas en algunas ciudades del Ecuador, en donde conocemos que hay un alto índice de migración y enlazarlas con oficinas en algunas ciudades de los EE.UU. y España en donde sabemos que están concentrados una buena parte de los inmigrantes ecuatorianos, a quienes ofreceremos el servicio de video conferencia.

Para este negocio es necesario establecer asociaciones y acuerdos con compañías extranjeras que estén dispuestas a invertir, que conozcan el mercado y que tengan o puedan adquirir conocimientos acerca del negocio.

2.1 VALORES DE LA EMPRESA

La empresa y quienes formen parte de la misma van a centrar su accionar en una filosofía basada en los siguientes valores:

- Servicio al Cliente
- Cultura de Calidad
- Lealtad consigo mismo y con la Empresa
- Responsabilidad en su trabajo
- Reconocimiento al desempeño de las Personas
- Respeto a las Personas y Políticas de la Empresa

2.2 DEFINICION DE MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Ofrecer servicios de video conferencia de buena calidad, mediante el uso de la tecnología de la información, al alcance de la población ecuatoriana cuyos familiares viven en Norteamérica y Europa.

VISIÓN

En tres años TVO FAMILY será la primera opción de las personas que quieren comunicarse visualmente a través del mundo de una manera no tradicional, cubriendo estos servicios con nivel internacional usando equipos de alta tecnología.

2.3 OBJETIVOS

Los objetivos propuestos para lograr convertir a TVO FAMILY en una empresa exitosa son los siguientes:

2.2.1 Objetivos financieros

Este negocio basado en el conocimiento se estima que será altamente rentable y por ende atractivo para sus inversionistas y para financiar futuras capitalizaciones de la empresa, en virtud de la rápida obsolescencia tecnológica que afecta a este tipo de negocios.

Por lo expuesto, se espera producir una tasa de retorno para los accionistas de no menos del 18% de tal manera que se justifique la inversión realizada.

2.2.2 Objetivos no financieros

1. Satisfacer necesidades de comunicación de ecuatorianos en el exterior debido a la alta tasa de emigrantes que se ha producido en los últimos cinco años.
2. Ser los primeros en ofrecer este tipo de servicio en el Ecuador.
3. Establecer enlaces de comunicación directa durante el primer año, con oficinas en New York, y Miami en EE.UU. (Norteamérica), con Madrid y Barcelona en España (Europa).
4. Establecer una cadena de asociados de servicios de video conferencia a nivel mundial a través de un sitio web, iniciando su mercadeo desde el primer año del negocio.

5. Establecer un sistema de reservación automática de enlace de video conferencia entre dos puntos a través de un sitio web, desde el primer año.
6. Abrir otros puntos de negocios en otras ciudades del Ecuador después del tercer año.
7. Dar un servicio de video comunicación digital a precios accesibles para todo tipo de personas.
8. Posicionar la imagen de TVO FAMILY en el mercado internacional y negociar sus franquicias a partir del primer año.

2.3 FACTORES CLAVES

Para llevar a cabo este plan de negocios se cuenta con lo siguiente:

- El conocimiento y el apoyo técnico necesario de un equipo de trabajo al que se le ha propuesto formar parte de este proyecto.
- Se cuenta también con una buena parte de la infraestructura necesaria ya que se dispone de un local en un centro comercial al norte de la ciudad y otro en el centro.
- Los futuros accionistas principales poseen un negocio relacionado que es de venta y servicios de computación.
- Se tiene los contactos y el asesoramiento necesarios para poder contratar y ejecutar la interconexión a las redes de acceso.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

La idea de crear una empresa para brindar este tipo de servicio nace en un momento muy oportuno ya que se están dando las condiciones necesarias para garantizar el éxito de la misma.

Hablamos del momento oportuno, dado que, por una parte como consecuencia de la aguda crisis por la que atravesamos hace dos años atrás ha habido un alto índice de migración de ecuatorianos hacia Norteamérica y Europa, también estamos a la víspera de un mercado libre de las telecomunicaciones lo que producirá que las empresas operadoras ofrezcan nuevos servicios, lo cual nos facilitará la interconexión, por otra parte en el País ha empezado un proceso de reactivación de la economía y el mercado se está ajustando al proceso de dolarización.

En el plano tecnológico tenemos disponibles en el mercado los equipos necesarios para realizar la implementación y se espera que el campo legal se den los cambios necesarios que ayuden a definir el marco regulatorio.

3.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

El sector de las telecomunicaciones es muy poco explotado en nuestro País, ya que se han limitado a ofrecer un servicio básico y no se han aprovechado potenciales fuentes de ingresos que pueden generar otros servicios relacionados.

La video conferencia es un servicio que ha sido implementado en forma particular, especialmente por instituciones educativas, pero no se lo ha implementado como un servicio ofrecido al público en forma masiva, al menos no en la región poblacional del Ecuador que abarca PACIFICTEL S.A.

La tecnológica actual apunta a ofrecer nuevos servicios y los ecuatorianos por nuestra típica forma de ser nos inclinamos por utilizar siempre lo último de moda aunque esto signifique ciertos gastos adicionales, lo cual es un punto positivo para nuestro negocio.

Haciendo un análisis con base en las cinco fuerzas de Porter en la cadena del valor, para este plan de negocio podemos definir lo siguiente:

3.1.1 Barreras de entrada

Los costos para tratar de implementar este servicio son un poco altos para los posibles competidores del medio que en su mayoría van a ser los propietarios de cyber-cafés, además la implementación del servicio implica formar una cadena de comunicación con varios puntos en el extranjero, lo cual constituye una de las principales barreras de ingreso de nuevos competidores al mercado.

Una de las principales barreras de ingreso sería no tener los suficientes contactos en el extranjero a nivel técnico y comercial para poder establecer la cadena de negocios requerida.

3.1.2 Rivalidad de los competidores

En los estudios realizados hasta el momento, hemos encontrado que en la ciudad de Quito hay una empresa que está brindando un tipo de servicio similar a este, ofreciendo conexiones con Norteamérica, la cual ha tenido una buena acogida por parte de los usuarios, los mismos que están dispuestos a pagar una tarifa más alta que la de una conferencia normal a cambio de tener la oportunidad de ver en tiempo real a sus seres queridos; también ANDINATEL S.A. tiene a disposición de sus clientes líneas digitales tipo ISDN por medio de las cuales, si se dispone de cámaras de video se puede tener una video conferencia de buena calidad a través de la red pública conmutada.

Una vez que se implemente el negocio y con relación a la acogida que tenga por parte de los usuarios, lo más probable es que aparezcan otros negocios ofreciendo este mismo tipo de servicio, los cuales van a provenir en su mayor parte de los propietarios de los Cyber-cafés, ya que ellos cuentan con buena parte de la infraestructura necesaria para ofrecer este servicio, pero esto implicaría para ellos un costo de cambio, el cual sólo va a poder ser financiado por muy pocos, además se requiere de un cierto conocimiento tecnológico. También las compañías operadoras pueden ver en este negocio una buena fuente de ingresos y un valor agregado para sus usuarios.

3.1.3 Sustitutos

Los avances tecnológicos nos permiten hacer realidad cosas que en algún momento eran sólo fantasía, es muy probable que en un futuro no tan lejano podamos acceder a este tipo de servicio desde nuestras casas o desde nuestro teléfono celular como efectivamente ya se está

dando en países desarrollados como China, Japón y ciertos países de Europa, pero hasta que eso suceda a un precio popular podemos explotar la rentabilidad que puede generar este tipo de negocio. Por su menor costo, las llamadas telefónicas van a ser el más fuerte sustituto de nuestro servicio.

3.1.4 Poder negociador de los clientes

Por ser nuestra empresa la primera en el medio que cubre la región de PACIFICTEL, y la segunda a nivel nacional, los clientes no van a poder ejercer una gran presión sobre nuestro servicio o nuestro precio y las únicas opciones que tendrán será usarlo o no.

Una vez que se establezca la competencia entonces los clientes tendrán más alternativas para elegir con base en la calidad del servicio, la atención al cliente, facilidades, precios y otros factores a considerar.

Entretanto, con la creación de esta nueva empresa y al lograr establecer una cadena de asociados internacional que ofrecerán este servicio, se espera tener clientes en Europa, Estados Unidos y Ecuador altamente satisfechos al poder brindarles la alegría de ver a sus seres queridos aunque sea a través de una pantalla pero de una manera nítida y en tiempo real, ya que para muchos de ellos les es imposible hacerlo personalmente por prolongados períodos de tiempo y en algunos casos hasta de por vida, siendo ellos quienes por lo novedoso del servicio recibido contribuirán a difundir el mismo como un factor multiplicador.

3.1.5 Poder negociador de los proveedores

Como este tipo de negocios es basado en servicios tecnológicos y no es un producto físico, sus proveedores potenciales, son entidades relacionados con distribución e instalación de tecnología de punta utilizada en telecomunicaciones e Internet, y con negocios estratégicamente ubicados en sitios relacionados con emigrantes que mantienen comunicación abierta con países hispanos.

Entonces, en primer lugar, como proveedores principales tendremos la necesidad de relacionarnos con **compañías de telecomunicaciones y/o proveedores de Internet**, dependiendo del canal de acceso que se elija, para lo cual tenemos las siguientes opciones:

- En la primera opción, el proveedor puede ser PACIFICTEL, en este caso no hay más alternativa que tomar el servicio y pagar el precio que éste establezca.
- En la segunda opción, el proveedor puede ser un ISP (Internet Service Provider) o un proveedor particular de enlaces satelitales, en este caso hay la alternativa de elegir al proveedor con base a que puedan ofrecer los requerimientos para garantizar una buena conexión y a un precio razonable.

En segundo lugar más que como proveedores, como asociados de negocios, tenemos **puntos de Cyber, telefonía, o locutorios en otros países**, quienes serán los que nos proveerán los puntos físicos de enlace para lograr la comunicación visual requerida por los emigrantes en el exterior que desean comunicarse con sus familiares en el Ecuador.

Este tipo de proveedores como facilitadores del espacio físico para el contacto final, pueden ser de dos tipos:

- **Cybers, o locutorios existentes** que ya poseen la tecnología necesaria instalada y sólo se requieren de pruebas de enlace para iniciar la cadena de asociados a la video conferencia, quienes tienen el poder de establecer acuerdos directos de costos en base a sus gastos de inversión y al conocimiento de su mercado en el extranjero.
- **Agencias de envío de dinero** con la que se puede establecer acuerdos como asociados de negocios para implementar los equipos y enlace necesarios que permitan establecer este tipo de comunicación, con quienes debemos acordar costos de enlace en relación a la inversión a realizar por las partes.

3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

3.2.1 Servicio

El servicio de video-conferencia que vamos a ofrecer va a ser un servicio punto a punto a través de un enlace satelital, con dos locales en el Ecuador, uno en Guayaquil y otro en Cuenca y con locales en el exterior, uno en New York y otro en Madrid inicialmente.

Los puntos de enlace estarán provistos con equipos específicamente diseñados para videoconferencia a los cuales los clientes acudirán previa una reservación y una confirmación para verse con sus familiares a través de un monitor. Para la conexión satelital se alquilará un canal de 128 kpbs con una portadora para los EE.UU y otra para España, los puntos en el Ecuador se conectarán a través de la red digital de Pacifictel y los nuevos miembros de la cadena en el extranjero también se conectarán entre sí a través de una red local.

Este servicio estará orientado principalmente a los ecuatorianos con familiares en estos países, pero también se lo ofrecerá a nivel de clientes comerciales.

Por el tipo de conexión que se usará, nuestro servicio tendrá una mejor calidad que la que los competidores puedan ofrecer a través de algún enlace alternativo como por ejemplo: Internet, además se ofrecerán los servicios tradicionales que se manejan en un Cyber-café y que darán un valor agregado al negocio, tales como:

- Llamadas internacionales,
- Navegación en Internet,
- Renta de equipos,
- Impresiones,
- Escaneos de imágenes y
- Venta de suministros relacionados con computación.

3.2.2 Clientes

De acuerdo a lo indicado anteriormente, podemos establecer que la mayor parte de los emigrantes ecuatorianos pertenecen a la clase media y popular de la población que por diferentes motivos se han visto obligados a buscar mejores días para ellos y sus familiares en otros países, los cuales van a ser los potenciales usuarios de nuestro servicio; pero el servicio va a estar abierto también para contactos de índole comercial y de otro tipo.

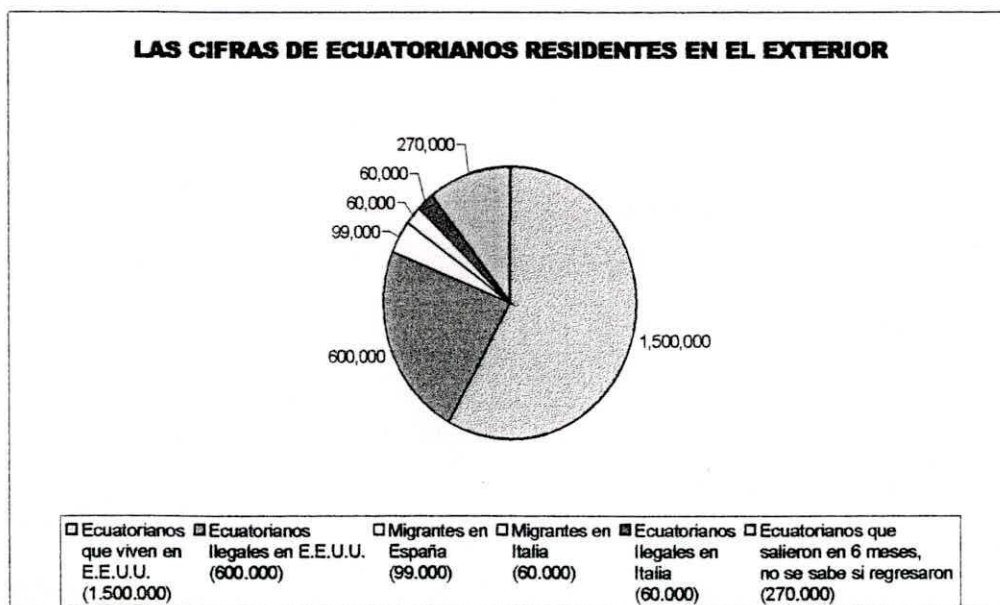
Debido al alto nivel de corrupción y al mal manejo económico y político de nuestro País, según estudios realizados por el INEC, el 80% de la población está ubicada en los niveles de pobreza, de este 80%, el 50% se ubica en altos niveles de extrema pobreza.

La inestabilidad económica y política ha generado que alrededor de 2,5 millones de habitantes emigren a otros países en busca de fuentes de trabajo que le permitan subsistir a él y a su familia.

El ecuatoriano en general tiene lazos familiares muy arraigados, por su creencia católica que fomentan el amor al prójimo en su gran mayoría; por lo que quien se ausenta del país añora a sus familiares por no tenerlos cerca.

Según estadísticas obtenidas a través del Internet en páginas de información sobre migración del País, la mayoría de los emigrantes se concentran principalmente en Europa y Norteamérica como se indica en la grafica a continuación:

Figura 1. ESTADÍSTICA DE ECUATORIANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR



- En los EE.UU. de Norteamérica viven más de dos millones de ecuatorianos.
- De los cuales especialmente en el área de New York, New Jersey y La Florida se encuentran radicados cerca de dos millones entre legales e ilegales, de los cuales aproximadamente el 60% de sus familiares viven en las provincias de Guayas, Cañar y Azuay.
- En España, principalmente en las ciudades de Madrid, Barcelona y la zona cerca del Mar Mediterráneo hay aproximadamente trescientos cincuenta mil compatriotas entre legales e ilegales, de los cuales aproximadamente el 55% de sus familiares viven en las provincias del Guayas y Azuay.

3.2.3 Análisis de la competencia

Una vez que la empresa salga al mercado ofreciendo el servicio de video conferencia es lógico suponer que surgirán otros competidores ofreciendo el mismo servicio, la mayoría de los cuales van a estar conformados por los propietarios de los cyber-cafés, ya que ellos cuentan con la infraestructura necesaria, disponen de algunas ventajas como posicionamiento, un nombre, una clientela y lo que les falta sería realizar la inversión en el acceso a la red, equipos para manejo de imágenes, el conocimiento técnico para realizar la interconexión y los contactos en el extranjero.

El no contar con aspectos como los antes mencionados, van a ser algunas de las barreras de ingreso al negocio para nuevos participantes; para negocios como los Cybers actualmente existentes o nuevos negocios, se presenta como una barrera los costos de acceso a la red de acuerdo al ancho de banda e instalaciones de enlace requeridas para poder brindar este servicio con calidad, pues son un poco elevados para este tipo de negocios que en su mayoría manejan poco capital de inversión y son de mediana y pequeña capacidad.

Como ya mencionamos anteriormente, nuestro objetivo es llegar con nuestro servicio a las personas de clase media y popular, por lo tanto **este negocio está orientado a manejar una economía de escala**, donde vamos a utilizar una estrategia de precios bajos, tratando de obtener utilidades por el volumen de uso del servicio, por lo cual manejaremos en forma equilibrada la calidad del servicio ofrecido en relación con el precio del mismo, de tal manera que los clientes queden satisfechos por el precio y calidad del servicio recibido.

3.2.4 Tamaño global del mercado

De acuerdo con los datos estadísticos ya indicados, cerca del 20% de la población del Ecuador ha emigrado a otros países del mundo, de los cuales el **94%** se encuentran en los EE.UU. y España, es decir **estamos hablando de alrededor de 2 millones trescientos cincuenta mil habitantes**, de los cuales el 85% están residiendo en EE.UU. y el 15% residen en España.

La ola de emigración de ecuatorianos llegó en el año 2.000 al mayor número de su historia, atribuida directamente al alto desempleo y subempleo provocados por la crisis económica del país.

Se calcula que cerca de un millón de ecuatorianos dejaron el país entre 1.999 y 2.000, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), lo cual constituye una proporción sin parangón en América Latina, según los datos proporcionados por este mismo Instituto el 67.1% de los emigrantes fueron mujeres.

En resumen, las Organizaciones humanitarias y estadísticas oficiales coinciden en que los ecuatorianos radicados en el exterior llegan en la actualidad a la cifra estimada de 2.5 millones indicados, siendo los países donde residen mayoritariamente, Estados Unidos, España e Italia, lo cual implica además que el número de emigrantes constituye cerca del 20% del total de la población del País.

Es importante resaltar que de acuerdo a lo que reflejan las estadísticas, en la mayoría de los casos la ilegalidad de su estancia en el extranjero no le permite retornar al país con el objeto de visitar a su familia debido a la incertidumbre acerca de la posibilidad de retorno al país extranjero donde se encontraba, para poder seguir trabajando.

Además como las distancias entre esos países y el Ecuador son grandes, lo cual es un aspecto más que les impide un contacto personal; creemos que este servicio si bien no suple la necesidad de todo Ecuatoriano de tener siempre cerca a sus seres queridos y amigos, por su naturaleza emotiva, abierta y cálida, sin embargo le da por lo menos la oportunidad para establecer contacto auditivo y visual con ellos.

Es importante considerar el modo de ser y de pensar del ecuatoriano, quien fundamenta sus decisiones, sus actitudes en el estado anímico en el que se encuentra. Por ello, su tranquilidad espiritual está supeditada a la concreción de contactos directos y permanentes con sus familiares, así se puede afirmar que más de un tercio de los emigrantes ecuatorianos se han convertido ya en internautas que utilizan la Red para mantener vínculos con sus familiares.

Ellos, y en un futuro cercano un número mayor, serán potenciales clientes en los servicios ofrecidos por TVO FAMILY, pues mantener contactos personales aliviarán su estado anímico.

De la información obtenida del tráfico internacional los residentes del mercado global al que nos orientamos, generan un tráfico de 20 millones de minutos mensuales por concepto de

llamadas internacionales y de acuerdo a las estadísticas y encuestas realizadas (ver **anexo D. No.1**) la tendencia de llamadas es de 3 a 4 llamadas por mes.

3.2.5 Segmentación del mercado objetivo

Del total de emigrantes del Ecuador, el segmento de nuestro interés inicial son aquellas familias de las regiones que cubren PACIFICTEL y ETAPA relacionadas con residentes ecuatorianos en New York, Miami y Madrid, monto de habitantes que asciende aproximadamente a 1'100.000 personas, las cuales según investigaciones realizadas en el área de negocios internacionales de PACIFICTEL, generan un tráfico estimado de 3.0 millones de minutos por mes, quienes formarían parte del segmento de mercado al que se quiere llegar con este servicio.

3.2.6 Participación del mercado

Tomando en consideración el segmento de mercado que considera a los emigrantes que residen en New York, Miami y Madrid y cuyos familiares viven en la ciudad de Guayaquil y en la zona del Austro Oriente, que son aproximadamente 300.000, la meta inicial es poder captar el 2.3% de ese mercado durante el primer año, con un promedio de 1 llamada por mes.

Se ha estimado una cifra conservadora acerca del uso de este servicio debido al mayor costo de éste, relacionado con el tradicional uso de llamadas internacionales o correo electrónico; de todas formas, con esta estimación tendríamos unos cuatrocientos clientes cada mes, para ser atendidos en un promedio de 12 personas diariamente con un tiempo de uso de 15 minutos por persona, lo cual nos da un porcentaje de ocupación aproximado del 37% en el caso de tener una sola cabina, cifra que como se podrá notar es muy conservadora y nos da un margen de error muy pequeño en caso de que el negocio no tenga la acogida esperada.

3.3 PLAN DE MERCADEO

Como nuestro servicio está dirigido principalmente a las personas de clase media y popular con familiares en el extranjero, aunque también puede ser utilizado para establecer relaciones comerciales entre estos países, se ha establecido un plan completo de mercadeo que incluye estrategias promocionales de venta e introducción, de precio, y de distribución.

3.3.1 Estrategia promocional

El objetivo publicitario es llegar con fuerza y de una manera directa a nuestro mercado seleccionado, para lo cual se ha contratado a una agencia publicitaria, quien en conjunto con nosotros como conocedores también de este tema, están diseñando ya la imagen corporativa del negocio y su producto bandera “la Videoconferencia”; se incluye:

- El diseño del logotipo de la empresa y contenido de mensaje, habiéndose seleccionado “*Más cerca de los Tuyos*” por el impacto que este causa en la parte emotiva de nuestra población de emigrantes que se encuentra lejos de sus seres queridos (ver anexo B, No.1).
- El diseño de la señalética para dirigir a nuestros clientes con señales o imágenes en el que se aprovecha el logotipo y sus colores hasta nuestro sitio y dentro de él los lugares donde se ubican cada uno de los servicios que brindaremos.
- Se está ejecutando el diseño de toda la papelería y material promocional, tales como: trípticos, volantes, afiches, facturas, recibos sobres papeles de carta, tarjetas de presentación, etc. (ver ejemplos prototipo, anexo B, No.2 y 3)
- Se está diseñando y planificando los anuncios comerciales que se van a publicar en prensa, radio, televisión y volantes, según la cobertura que se ha estimado necesaria, con mayor énfasis en radio, prensa local, además de la distribución de los trípticos y afiches a ser colocados en agencias de viaje y de envíos de dinero para que estas puedan ser tomadas por el público interesado (ver ejemplos prototipo, anexo B, No. 4).
- Se ha incluido el diseño de la distribución física del local, colores de identidad y adecuación de dos pequeñas salas para video conferencia y ubicación de los equipos de tal manera que ciertos navegantes de Internet puedan hacerlo con privacidad, lo cual es un servicio de valor agregado que ayudará a marcar la diferencia con los Cyber-cafés tradicionales (se está diseñando un prototipo del plano arquitectónico al respecto para ser utilizado también a futuro como la identidad corporativa de los franquiciantes).

Promociones de venta e introducción:

Para la introducción del negocio a nivel del País se está planificando la siguiente campaña publicitaria y promociones:

- 1 En un diario local se va contratar un espacio publicitario para anunciar la inauguración del nuevo local y adicionalmente se hará publicidad en los sitios desde donde se envía dinero.
- 2 Se realizarán anuncios en radio durante los tres primeros meses en las colonias de ecuatorianos en el exterior y en las radioemisoras locales.
- 3 Se repartirán volantes utilizando atractivas modelos ubicadas en lugares de gran afluencia de personas y en lugares de mucha circulación vehicular, en los cuales se anunciarán las promociones por apertura.
- 4 Se contratará cuñas radiales como uno de los medios más populares, anunciando una promoción de precio inicial de \$0,80 sólo por lanzamiento durante los tres primeros meses, luego de lo cual se incrementará el precio en un 25%. Es decir a partir del tercer mes la tarifa será de \$1.00 por minuto.
- 5 En el cuarto mes se lanzará otra promoción a nivel de prensa y televisión en las cuales se indicará que los clientes podrán adquirir una tarjeta prepago al precio de \$1.0 por minuto, de esta manera se asegura una cartera de clientes y se dispondrá de liquidez en caso de que se necesite hacer una ampliación en el servicio.
- 6 Se dispondrá de un página Web en el Internet en la cual nuestros clientes tendrán información acerca de nuestro servicio, nuestras promociones, compañías de enlace de video con las que nos encontramos asociados en otros países, y podrán hacer sus reservaciones.
- 7 Se sugiere hacer promociones entre nuestros clientes más frecuentes, de tal manera que una vez que completen una determinada cantidad de minutos de servicio recibirán un obsequio, que consistirá en productos tales como: camisetas, gorras, jarros, afiches de la empresa, o adhesivos para vehículos. (ver prototipos, anexo B, No. 5).

Algunos de los puntos mencionados en este plan promocional, son válidos también para las ciudades a interconectar, sólo que en estos lugares hay que publicitar en los sitios en donde se reúnen o frecuenta la colonia de ecuatorianos.

Medios publicitarios de mayor impacto en el mercado:

Por el segmento del mercado al que nos dirigimos y de acuerdo a estudios realizados por una agencia publicitaria con la que ya nos hemos contactado para el desarrollo de la imagen corporativa de TVO FAMILY, se establece como los mejores medios publicitarios para este producto anuncios en radio, durante los primeros días de inauguración volantes en los sectores donde viven la mayor cantidad de personas que han emigrado del país y especialmente el lograr acuerdos con agencias de envío de dinero y correspondencia entre Ecuador y los países mencionados con los que nos vamos a enlazar, para que nos permitan ubicar folletería y/ o afiches anunciando este servicio para que ésta pueda ser tomada por el público interesado.

3.3.2 Estrategia de distribución

Dado a que se trata de servicio tecnológico y no de un producto físico su distribución es basada en el aprovechamiento de tecnología de punta utilizada en telecomunicaciones y el Cyberespacio.

Por tal razón y como se indicó en estrategias promocionales, se creará un sitio Web con el dominio **TVOFAMILY.COM** el mismo que ya ha sido reservado, a través del cual los clientes tendrán información acerca del servicio, las promociones, compañías de enlace de video con los asociados en otros países.

Los Cybers u oficinas que mantengan este tipo de servicios en otros países se podrán **asociar a la cadena de TVO FAMILY** a través de la página Web.

Los clientes interesados podrán hacer sus reservaciones entre los miembros de la cadena de asociados a TVO FAMILY a través de la página Web, o utilizando medios alternativos como correo electrónico o teléfono.

Se publicitará o se informará además que las reservaciones se confirmarán previo un anticipo que se lo puede manejar con una tarjeta de crédito o efectivo cuyo enlace será cobrado en ambas puntas.

También se ha pensado en recurrir a las embajadas ecuatorianas en esos países con el objeto de formar una base de datos con la dirección, teléfono y demás datos personales que permitirán hacer un seguimiento personalizado de potenciales clientes que podrían requerir el uso frecuente de este servicio.

3.3.3 Estrategia de precio

Uno de los objetivos del negocio es llegar a las grandes masas de la población, por este motivo se va a utilizar una estrategia de precios, de tal manera que las personas decidan usar el servicio no tan sólo por lo novedoso del mismo sino también por lo económico, teniendo en cuenta las facilidades que brinda.

Además teniendo como referencia el precio que se cobra por este servicio en la ciudad de Miami el cuál es de **\$100 dólares por hora**, sólo por el alquiler de la sala, aparte de los gastos de conexión, nosotros vamos a lanzar nuestro producto con una **oferta de introducción para ganar mercado y lograr un posicionamiento**, al precio de \$0,80 durante los primeros meses y a \$1,00 por minuto durante el resto del primer año con un mínimo de 15 minutos por enlace, lo que representa un estimado de **\$48 y luego \$60 dólares la hora**, lo cual ha sido calculado y justificado económicamente en los cuadros financieros indicados en **anexo A**.

Después del plan promocional a \$1,00 por minuto durante el primer año, se manejará posteriormente incrementos porcentuales del 10%, además de percibirse ingresos adicionales por los servicios tradicionales que se manejan en un Cyber café y que darán un valor agregado al negocio, tales como:

- Llamadas internacionales,
- Navegación en Internet,
- Renta de equipos,
- Impresiones,
- Escaneos de imágenes y
- Venta de suministros relacionados con computación.

Como estrategia de venta y oportunidad de negocio para la cadena de asociados que se establezca, evitando también así problemas con el cuadro de cuentas y los reintegros por diferencia de minutos usados en ambas puntas, se plantea que cada punta cobre por el servicio no importando quien solicita la conexión.

Con este precio estimado, necesitaríamos alrededor de **6000 minutos** en promedio al mes para alcanzar nuestro punto de equilibrio, considerando los costos fijos lo cual representan 100 horas de uso con un promedio aproximado de 4 horas diarias, es decir usando la mitad de la

disponibilidad diaria en cada local cubriríamos nuestros gastos sin tomar en cuenta los ingresos por el alquiler de las máquinas para el uso de Internet y los otros servicios adicionales que se van a dar.

A continuación se muestra el cuadro de proyecciones de ventas del servicio por minutos en forma mensual durante el primer año y en forma anual para los dos años siguientes.

PROYECCIONES DE VENTA

PERIODO	MERCADO	FRACCION DEL	MINUTOS
	TOTAL	MERCADO EN %	
MES 1	300.000	0,03	1.500
MES 2	300.000	0,07	3.000
MES 3	300.000	0,13	6.000
MES 4	300.000	0,20	9.000
MES 5	300.000	0,20	9.000
MES 6	300.000	0,20	9.000
MES 7	300.000	0,20	9.000
MES 8	300.000	0,20	9.000
MES 9	300.000	0,27	12.000
MES 10	300.000	0,27	12.000
MES 11	300.000	0,27	12.000
MES 12	300.000	0,27	12.000
AÑO 1	300.000	2,30	103.500
AÑO 2	330.000	2,65	131.400
AÑO 3	363.000	2,96	161.280

CUADRO 1. PROYECCIONES DE VENTAS DEL SERVICIO

4. ANÁLISIS FODA

4.1 Fortalezas

- Se cuenta con la dirección de un personal altamente calificado y capacitado con conocimientos administrativos y tecnológicos.
- Se tiene el asesoramiento de personas con experiencia para realizar la interconexión.
- Se dispone de facilidades de infraestructura y de equipos de computación, ya que los socios mayoritarios tienen otros negocios afines.
- Se tienen contactos con empresas e instituciones extranjeras que están interesados en montar el negocio.
- La calidad de nuestro servicio va a ser una de nuestras principales fortalezas que va a marcar la diferencia con otros servicios similares.

4.2 Oportunidades

- El tipo de servicio es innovador en nuestro medio por lo que se espera que su implementación cause una gran expectativa.
- Por ser los pioneros en nuestro medio se puede ganar una gran parte del mercado antes de que surjan nuevos competidores.
- La apertura del mercado de las telecomunicaciones en el Ecuador, nos brindará a corto plazo nuevos servicios y tipos de acceso a Internet más rápidos y más económicos.
- Se podrá establecer una amplia cadena de asociados ofreciendo el derecho a formar parte de esta a través de suscripciones que se registrarán en página WEB.

4.3 Debilidades

- El factor económico puede ser una limitante para la implementación del negocio.
- Los socios foráneos posiblemente no dispongan de los conocimientos técnicos necesarios.
- Los costos de los enlaces van a ser determinantes para el precio final del servicio.
- El servicio dependerá de una reservación previa.

4.4 Amenazas

- No se dispone de un marco regulatorio claramente definido para las telecomunicaciones y los tipos de servicios que se pueden ofrecer.

- Los canales de comunicación y anchos de banda que proporcionan las compañías que brindan estos servicios en Ecuador no son suficientes y por lo general su servicio no es eficiente.
- La incursión de nuevos competidores al mercado.

5. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO

De acuerdo a la calidad con que se desea brindar este servicio, la infraestructura y disponibilidad de inversión con que se cuente, existen varias posibilidades de implementar este tipo de sistemas de enlace para lograr la videoconferencia, como son:

1 Usando un enlace directo de fibra óptica o enlace satelital entre Guayaquil y los puntos con los cuales nos queremos conectar.

Si usamos fibra óptica o un enlace satelital la calidad de nuestro servicio va a ser muy buena ya que la fibra o un salto satelital no introducen los retardos que tenemos en el Internet; pero la decisión va a depender de los costos.

2 Mediante una línea ISDN a través de la red pública.

Mediante un enlace ISDN tendremos retardos en la transmisión pero éstos no van a ser críticos, el ancho de banda va a ser garantizado con lo cual el servicio tendrá una calidad constante y lo más importante es que la facturación de la empresa operadora va a ser con base en el uso del servicio, de esta manera se corren menos riesgos en caso de que el servicio no tenga la aceptación esperada.

3 Utilizando los servicios de un ISP para acceder a la red de Internet.

Si usamos la red de Internet podemos hacer un balance entre la calidad del servicio y el costo del mismo, teniendo como desventaja que **el ancho de banda en el Internet no está garantizada** y que tenemos que pagar por el servicio al proveedor de Internet en forma mensual con un costo fijo, lo cual si el servicio no tiene la acogida esperada es desfavorable, pero si el servicio impacta en la comunidad será muy provechoso para nuestros intereses.

5.1.1 Descripción de la Interconexión Fibra Óptica.

A continuación se presenta un análisis de interconexión usando un enlace de fibra óptica el cual está graficado en la figura 2.

- 1 Desde el sitio de nuestro negocio en la ciudad de Guayaquil tenemos que contratar un enlace local hasta la central local que nos permita viajar a la velocidad que necesitamos para poder transmitir video, este enlace puede ser por medio de un par de cobre con el uso de módems de alta velocidad o por medio de un enlace de radio.
- 2 Una vez en la central enrutamos nuestra señal para conectarnos a la fibra del cable submarino que termina en St. Croix,
- 3 En este punto hay que interconectarse a otro enlace de fibra que termina en la Florida cerca de Miami,
- 4 Desde este punto debemos contratar un enlace local punto a punto para llegar hasta el sitio con el que vamos a enlazarnos en Miami.

Para conectarnos con otras ciudades como New York, Houston y San Francisco podemos contratar un enlace ISDN entre Miami y esos puntos, lo cual nos conviene ya que la facturación de este servicio es por tiempo de uso y no tenemos que pagar una renta fija mensual lo que en un principio es beneficioso ya que no sabemos exactamente cual va a ser el impacto de nuestro servicio en el mercado y de esta manera usamos un solo enlace de fibra, lo mismo es aplicable para el enlace con España.

DIAGRAMA DE ENLACE POR FIBRA OPTICA

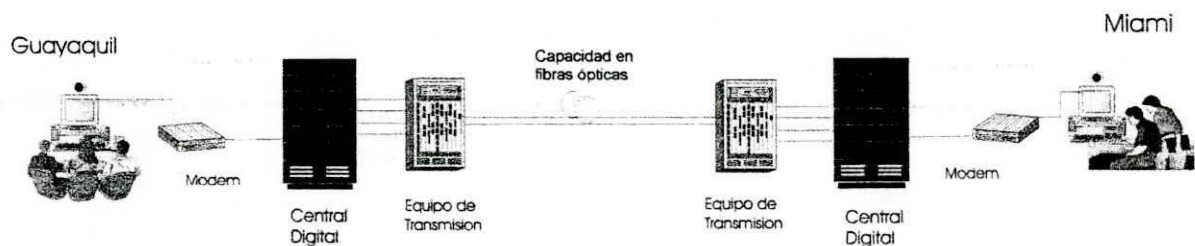


FIGURA 2. Enlace por Fibra Óptica

5.1.2 Descripción de la Interconexión Satelital.

A continuación se presenta un análisis de interconexión usando un enlace satelital el cual está graficado en la figura 3.

Para el caso en que el que se use un enlace satelital, el procedimiento es similar, pero con las siguientes variantes:

- 1 En vez de conectarnos a la fibra nos conectamos con la estación terrena de Guayaquil y usamos un enlace satelital el cual termina en Roaring Creek, en Atlanta.
- 2 En este punto contratamos un enlace local hasta el sitio del negocio en New York y enlaces ISDN con las otras ciudades con las que nos queremos conectar.

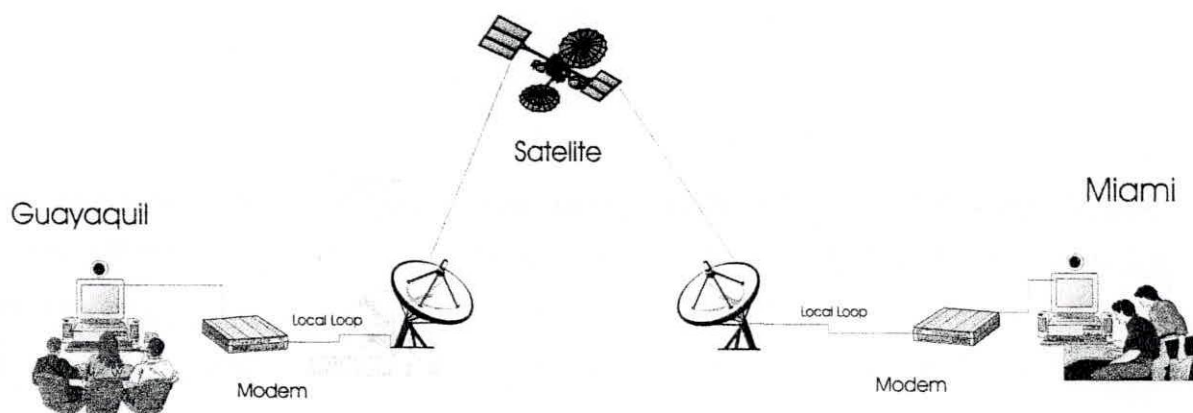


FIGURA 3. Enlace Satelital

5.1.3 Descripción de la Interconexión ISDN.

A continuación se presenta un análisis de interconexión usando un enlace ISDN (Integrated Service Digital Network) el cual está graficado en la figura 4.

Para el caso de la conexión a través de líneas ISDN tenemos que contratar este servicio y pasar nuestro tráfico por el operador local. El requerimiento mínimo para la conexión sería una línea de 128 Kbps y la facturación para este caso la operadora la hará con base al tiempo de conexión y al lugar de la conexión.

DIAGRAMA DE ENLACE ISDN

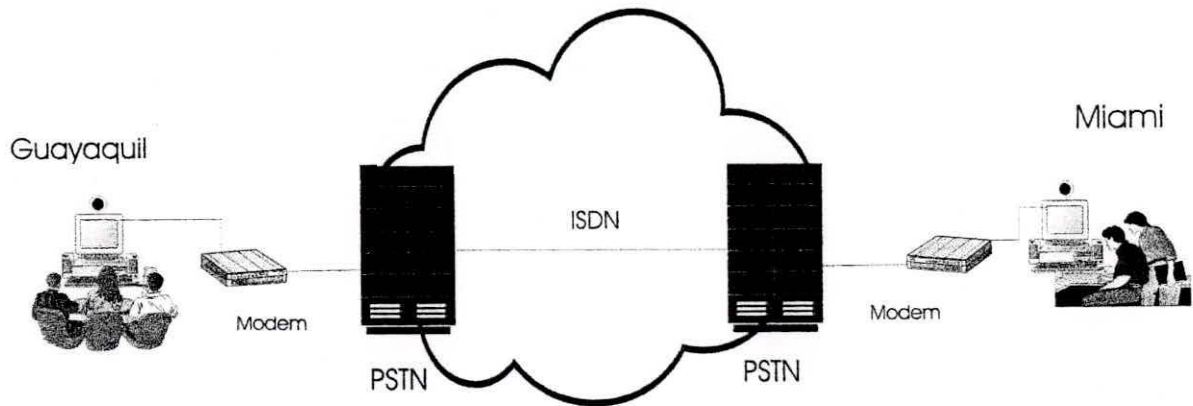


FIGURA 4. Enlace Conmutado

5.1.4 Descripción de la Interconexión a través de la red Internet.

En la figura 5 podemos ver el enlace a través de la red de Internet y los pasos a seguir serían los siguientes:

- 1 Conectarnos con un enlace de alta velocidad desde nuestro local hasta el proveedor de servicios de Internet vía MODEM o utilizando un enlace de radio.
- 2 Contratar el ancho de banda que necesitamos con un proveedor de Internet,
- 3 El mismo tipo de enlace se requiere en los sitios con los que queremos interconectarnos.

Los cuatro tipos de interconexión son factibles tecnológicamente, dependiendo de las facilidades que ofrezcan sus proveedores.

Una vez que tenemos la señal en Guayaquil nos podemos conectar a la red digital nacional a través de multiplexores para llevarla a otras ciudades del País y de esta manera extender nuestro radio de cobertura.

DIAGRAMA DE ENLACE INTERNET



FIGURA 5. Enlace por Internet

El esquema de conexión con sucursales en otras ciudades del Ecuador se lo muestra en la figura 6.

COBERTURA INTERNACIONAL

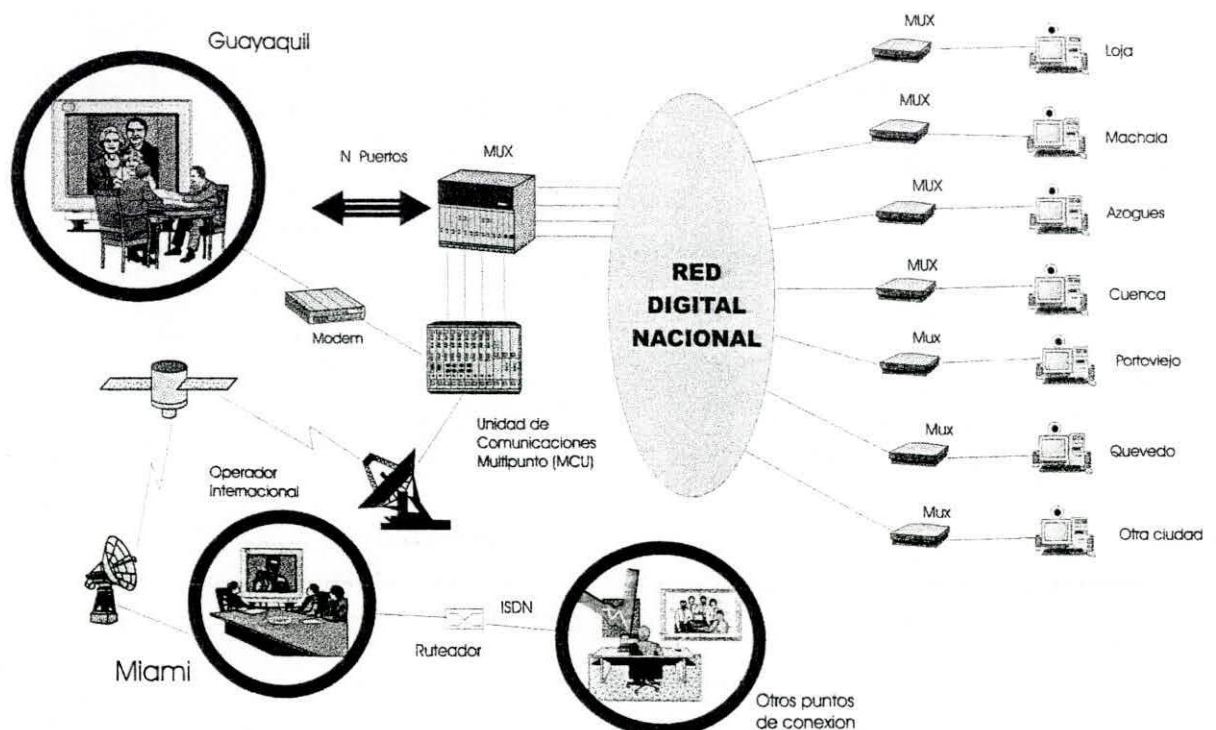


FIGURA 6. Esquema de conexión nacional

5.2 FACILIDADES

Para la ubicación del negocio se ha considerado estratégico localizarla en una de las siguientes ubicaciones: en las edificaciones comerciales construidas dentro del Malecón 2000, cercanas a centros de estudios superiores o universitarios de mucha afluencia, o en alguno de los centros comerciales de mayor movimiento en urbe ya que estos sitios cuentan con los servicios necesarios, tienen una gran afluencia de personas, disponen de servicio de seguridad, tienen facilidad de transporte y parqueadero.

La primera alternativa a considerar es en el Malecón 2000 cerca del Campus Las Peñas de la ESPOL, ya que como servicio complementario se planea dar servicio de Internet y voz sobre IP para aprovechar al máximo las instalaciones y este centro educativo se presenta como un potencial segmento de mercado para este negocio.

Para la Sucursal en la ciudad de Cuenca habría que considerar un sitio de características similares a las de Guayaquil o ubicarse en algún sector de la ciudad en donde podamos identificar una mayor concentración de familiares de los residentes en el extranjero.

5.3 EQUIPOS NECESARIOS

De acuerdo al sistema de interconexión a escoger los cuales se explicaron detalladamente en el punto anterior, existen variaciones en cierta infraestructura y equipamiento requerido, pero básicamente para lograr proporcionar el servicio de videoconferencia como producto bandera de este plan de negocio tenemos:

- Modem o radio para enlace de última milla,
- Instalaciones de red local
- Computador para uso de servidor de comunicaciones
- Equipos diseñados específicamente para video conferencia como los de Picturatel, Polycom, Intel, Sony y otros, los cuales tienen su propio software para proporcionar el servicio de video conferencia sin introducir tanto retardo y pueden funcionar en redes ISDN o IP.
- Switch o Router para enlaces

Como el enlace a través del Internet no nos garantiza una calidad constante, ya que los paquetes de información que viajan en la red del Internet toman diferentes rutas lo cual ocasiona un desfase en la recepción de los datos, dando como consecuencia congelamientos de la imagen o pérdida de información y como en nuestra ciudad todavía la operadora local no brinda el servicio de ISDN, **se piensa implementar el negocio a través de un enlace satelital** hasta los países en que queremos la conexión y contratando enlaces locales punto a punto en esos sitios.

5.4 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Todo equipo de videoconferencia debe cumplir con ciertas especificaciones técnicas, para asegurar la calidad del servicio y la compatibilidad entre diferentes marcas de equipo, estas especificaciones son:

5.4.1 Especificaciones de audio, video y datos

- Compatible con ITU-T H.320 Y H.323

Audio Standards

- G.728, G.722, G.711

Video Standards

- H.261, H.263, H.263+

Datos

- T.120, Microsoft NetMeeting 3.01
- H.281 control de cámara remota (opcional)

5.4.2 Conexiones del Sistema

- Entradas de video
- Entradas de Audio
- Salidas de Video
- Salidas de Audio
- Interfase de red
 - IP V.35
 - ISDN, Ethernet/LAN

5.4.3 Componentes del Sistema

Computador de alto desempeño de las siguientes características mínimo:

- Pentium III 1.0 Ghz
- Window 2000
- 128 Mb RAM
- 10 GB HD
- 1 puerto Ethernet 10/100
- 2 puertos USB

Módulo de cámara y micrófono

- micrófono integrado
- teclado inalámbrico
- control remoto

Infraestructura de Red

- Control de llamadas
- Estadísticas de uso
- Monitoreo de disponibilidad de la red
- Administración para integración con nodos de red
- Servicios de directorio
- Compatible con Netscape Directory Server

Las características de los computadores que se van a usar para navegación en Internet usando el NetMeeting requieren mínimo:

- Procesador pentium III de 1.0 Ghz o superior
- Memoria RAM de 256 MB
- Disco duro de 20 GB
- Unidad CD-ROM de 52X
- Tarjetas de Audio y Video especializadas
- Interfaces de red V.35 o Ethernet
- Teclado y mouse
- Micrófono y parlantes
- Sistema operativo Windows 2000 o Windows NT 4.0 en adelante
- Cámara IP
- Software para VD

5.5 NECESIDADES TÉCNICAS

Para la implementación a través de un salto satelital se instalará un enlace dedicado vía RADIO hasta el proveedor del servicio satelital.

- Se necesita contratar una conexión de 128 Kbps bidireccional en el satélite para la video conferencia con EE.UU. y hacer una derivación en el mismo satélite para la conexión con España.
- Para navegación en Internet y los otros servicios complementarios que se van a ofrecer se va contratar una conexión de 64 kbps con un ISP(Internet Service Provider), esta conexión también nos servirá para hacer los arreglos para las reservaciones.

5.6 SISTEMAS DE CONTROL Y NORMAS DE CALIDAD

Para asegurar la calidad del servicio se deben hacer pruebas transmitiendo con diferentes anchos de banda, de tal manera de que se utilicen el 100% de los recursos y no haya subutilización de los mismos porque esto influirá en el costo final del servicio.

También debemos asegurarnos que el proveedor de servicios nos garantice el ancho de banda contratado y su disponibilidad para lo cual hay que firmar un SLA (Service Level Agreement), en el cual el proveedor del servicio se compromete a cumplir con requerimientos tales como:

- Precio
- Ancho de banda
- Tiempo del contrato
- Estabilidad del servicio
- Disponibilidad
- Tiempos máximo de retardos, entre otros.

6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

TVO FAMILY va a ser una compañía constituida en régimen de sociedad anónima, con una participación accionaria compuesta por un mínimo de tres socios: dos de ellos como socios gestores y los demás como capitalistas.

Se ha planificado que los socios gestores puedan estar vinculados laboralmente a la empresa, y el o los socios capitalistas no estarán vinculados laboralmente a la empresa, se considera estratégico que uno de los socios capitalistas sea una empresa relacionada con telecomunicaciones.

Para el establecimiento del negocio en forma rápida se ha pensado realizar los primeros acuerdos con negocios extranjeros ya establecidos en las ciudades con las que se está planificando establecer comunicación, identificándolos a estos como socios estratégicos.

6.1 ORGANIZACIÓN

En la Fig. 7 podemos ver el organigrama de la compañía, en el cual se establece que va a tener una junta directiva integrada por los socios accionistas, un Gerente General así como personal de apoyo técnico y administrativo financiero.

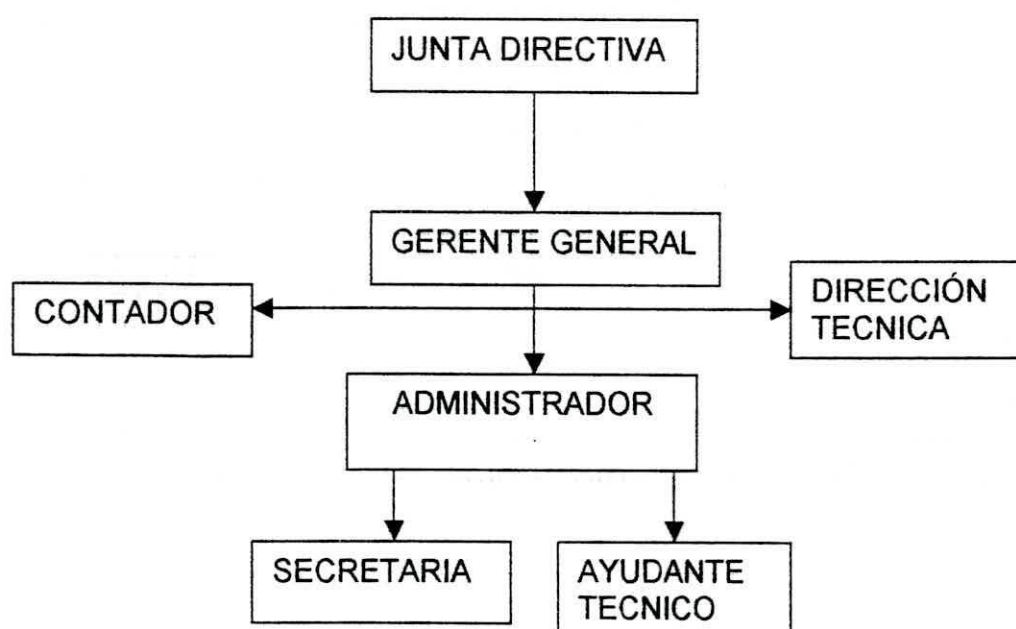


FIGURA 7. Organigrama de la Compañía

6.2 PROPIETARIOS

Los propietarios de la compañía serán sus accionistas, los socios gestores aportarán con el 51% del capital inicial y uno de ellos estará vinculado laboralmente a la empresa ejerciendo la gerencia general, el otro socio gestor apoyará a la empresa como asesor, en la adquisición de equipos de computación y en las áreas administrativas y de marketing, pero no estará vinculado laboralmente en la empresa.

Los socios capitalistas aportarán el 49% restante, apoyará a la empresa en conseguir las facilidades para la interconexión con las redes, relaciones de negocios, y no estarán vinculados laboralmente a la empresa.

6.3 PERSONAL EJECUTIVO

El personal ejecutivo estará formado por el gerente general que va a ser uno de los socios gestores, el cual es un Ingeniero con conocimientos de administración de empresas de telecomunicaciones.

El administrador que será contratado con base a su conocimiento y experiencia del negocio o similares.

6.4 EMPLEADOS Y PERSONAL DE APOYO

El personal de apoyo estará formado por: un contador, quien llevará la contabilidad de la empresa y será contratado por servicios prestados; un técnico analista con conocimiento en interconexiones con redes de comunicación, computación y manejo de Internet; una secretaria con conocimientos de computación y de navegación por Internet y un ayudante técnico quien deberá tener conocimientos de redes locales, redes de acceso, navegación por Internet, uso de utilitarios básicos y demás herramientas de computación.

6.5 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- Las funciones básicas de la junta directiva serán la definición de metas, establecer los acuerdos y estrategias para la organización.
- La representación legal estará a cargo del Gerente General el cual será el responsable por el control de la compañía y la ejecución de los planes y la administración de la misma.

- El administrador se encargará de coordinar con los medios y la agencia contratada, todos los temas publicitarios, promocionales, de difusión y atención al cliente, control de adquisiciones de suministros y servicios varios.
- El control de la contabilidad se lo va a contratar externamente por servicios prestados, y será el encargado de llevar los libros diarios y estados de resultados de la compañía los cuales deberá presentar de manera periódica.
- La Asesoría técnica, se encargará del control técnico tanto a nivel de hardware como de software a utilizar y logística necesaria para el normal funcionamiento de este tipo de negocios.
- La secretaria realizará el registro de atención a usuarios, cobros de uso de los servicios y apoyo administrativo a la gerencia.
- El Ayudante técnico se encargará del mantenimiento preventivo y correctivo inicial de los equipos, y apoyar a la asesoría técnica en todo lo que le solicite y realizar las conexiones solicitadas por los clientes.

7. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

Por ser ésta una compañía a crear no mantiene un historial de desempeño, estratégicamente se espera sea constituida bajo la razón social de **TVO FAMILY** como sociedad anónima, reservando también con este mismo nombre su dominio en Internet para mantener una sola identidad a nivel de mercado físico y en el Ciberespacio.

La participación accionaria de la compañía estará distribuida entre socios gestores y capitalistas de acuerdo a su aporte de capital e interés en este proyecto:

Pero se planea estratégicamente que los socios gestores aporten un mínimo del 51% del capital inicial y uno de ellos estará vinculado laboralmente a la empresa ejerciendo la gerencia general, otro de los socios gestores apoyarán a la empresa en la gestión de asesoramiento en la compra de equipos de computación y con sus conocimientos administrativos y de marketing, pero no estará vinculado laboralmente en la empresa.

El o los socios capitalistas aportarán hasta un máximo del 49% restante, apoyarán a la empresa en conseguir las facilidades para la interconexión entre redes, relaciones de negocios y de gestión, pero no estará vinculada laboralmente a la empresa, se considera estratégico que uno de los socios capitalistas sea una empresa relacionada con telecomunicaciones.

Para el establecimiento del negocio en forma rápida se ha pensado realizar los primeros acuerdos con socios foráneos con negocios ya establecidos en las ciudades con las que se está planificando establecer comunicación, por lo que se ha tenido contacto con una red de servicios de video conferencia pública a nivel mundial, con agencias de envío de dinero, Cybers y con personas naturales solventes interesadas en montar este tipo de negocio.

TVO FAMILY se constituirá en régimen de sociedad anónima de tal manera de que se puedan emitir acciones y que las personas interesadas puedan participar en la compañía con base en la compra de estas acciones.

Para la conformación de la compañía se puede adquirir compañías que ya están creadas y simplemente hacer el cambio de nombre o se puede contratar los servicios de un abogado para que realice los trámites correspondientes, los cuales se los detallan en **Anexo C, No. 1**.

7.1 REGULACIONES DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES

El sector de las telecomunicaciones en el Ecuador está regulado por la CONATEL, cuya función es la de normar en el territorio nacional la instalación, operación, utilización y desarrollo de toda transmisión, emisión y recepción de signos, señales, imágenes, sonidos e información de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad y otros sistemas electromagnéticos.

Como nuestro negocio está relacionado con las telecomunicaciones, es necesario tramitar los permisos correspondientes ante esta entidad con la finalidad de poder operar legalmente. Con el objeto de regular el funcionamiento de los Cibercafés la CONATEL emitió la RESOLUCIÓN No 266-13-CONATEL-2000 cuyo contenido está adjunto en el **Anexo C, No.2**, en donde se especifican los aportes que se deben hacer a dicha entidad, además en esta resolución se establece que para poder comercializar servicios que han sido otorgados en exclusividad, deberán obtener y presentar, previo su registro, un convenio comercial con las operadoras beneficiarias de dicha exclusividad, las cláusulas para el establecimiento de este convenio comercial se encuentran detalladas en el **Anexo C, No 3**.

Es necesario mencionar que en el Registro Oficial No. 545 publicado el 1 de Abril del 2002, mediante RESOLUCIÓN No 073-03-CONATEL-2002 se hacen unas reformas y se derogan las resoluciones anteriores para regular los cybercafés, en la cual entre otras cosas ya no se menciona el convenio con las operadoras beneficiarias de la exclusividad.

7.2 PERMISOS O LICENCIAS PARA LA CONFORMACIÓN DEL NEGOCIO.

Una vez constituida la compañía se debe, tramitar el convenio con la operadora local beneficiaria de la exclusividad y realizar los respectivos pagos de acuerdo a lo establecido en su reglamentación, además pedir los correspondientes permisos en el CONATEL de acuerdo a lo que se estipula en el artículo 4 de la RESOLUCIÓN No 266-13-CONATEL-2000 referente a los aportes, en el cual se establece el pago de \$300 dólares americanos por concepto de registro para quienes se encuentren habilitados de prestar los servicios sobre Internet en la zona urbana o \$100 en el caso de operar en zonas rurales o urbano marginales, los cuales deberán ser cancelados en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones SENATEL.

De igual forma se pagará \$100 dólares por concepto de derecho para la emisión del Certificado de Registro en el caso de operar en zona urbana o de \$50 dólares en el caso de operar en zonas rurales o urbano marginales.

El certificado de registro tendrá una duración de un año y podrá ser renovado previo el pago de los derechos correspondientes y la actualización de la información requerida.

De acuerdo a una consulta verbal hecha al secretario de la CONATEL no se requiere de un permiso adicional para poder dar el servicio de video-conferencia.

7.3 ASOCIACIONES Y ACUERDOS CON SOCIOS FORÁNEOS

Para el establecimiento del negocio en forma rápida se ha pensado en tener acuerdos con socios foráneos con negocios establecidos en las ciudades con las que nos interesa comunicarnos por lo cual hemos tenido contacto con una red de servicios de video conferencia pública a nivel mundial y con personas naturales interesadas en montar este tipo de negocio.

En nuestro contacto con la cadena internacional de video conferencia pudimos establecer que el requerimiento mínimo necesario para poder tener una video conferencia es de 128 kbps para una conferencia punto a punto usando un enlace ISDN, con tiempo mínimo de ocupación de una hora con tarifas que varían entre \$200 y \$425 por hora por el arriendo de la sala, dependiendo de la hora y del tamaño del grupo, más los cargos de comunicación entre \$90 y \$325 por hora dependiendo de la localización de los sitios a conectarse.

Estas tarifas están fuera del alcance de nuestra economía por tal motivo se está pensando en establecer contacto con otros socios con los cuales se pueda llegar a un acuerdo para poner tarifas que vayan con nuestra realidad y que sean compartidas, es decir con cargos en ambas puntas.

Lo que se plantea es que las personas que deseen tener una video conferencia acudan a nuestro local previa la reservación y confirmación con la otra persona en el otro extremo, tengan la video conferencia con un tiempo mínimo de 15 minutos y que el pago se haga en ambas puntas sin importar en donde se origina la llamada, de esta manera paga tanto el que

llama como el que recibe y los cargos en cada punta podrán ser diferentes de acuerdo a la economía de cada País, evitando de esta manera el cuadro y arreglo de cuentas a finales de cada mes, dejando como alternativa que uno de los dos extremos corra con todos los gastos de la conexión a manera de llamada por cobrar.

De esta manera podemos comenzar a formar nuestra propia red de video conferencia con identificación propia, **TVO FAMILY** y podemos establecer las solicitudes con los requerimientos para la afiliación a nuestra red a través de la página WEB que hemos contratado.

7.4 ANALISIS SOCIAL

El ecuatoriano en general tiene lazos familiares muy arraigados, por su creencia católica que fomentan el amor al prójimo en su gran mayoría; por lo que quien se ausenta del país añora a sus familiares por no tenerlos cerca.

Se espera con este negocio contribuir de alguna manera a que las personas establezcan un tipo de comunicación más afectiva y darles la oportunidad de que puedan verse en tiempo real.

Por lo novedoso de este servicio se espera que tenga una gran acogida, lo cual va producir que surjan más negocios de este tipo generando de esta manera nuevas fuentes de ingresos para la población de estos sectores y para compañías como PACIFICTEL S.A. quien sería una de las empresas beneficiadas ya que como empresa operadora y proveedora de servicios tendría más clientes producto de este nuevo concepto de telecomunicación.

8. ANALISIS ECONOMICO

En el presente capítulo se va a hacer un análisis de los requerimientos económicos necesarios para el establecimiento de este tipo de negocio para lo cual se va a empezar haciendo un análisis de la inversión en activos fijos.

8.1 INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

Con base en las especificaciones técnicas se ha elaborado el cuadro indicado en **anexo A, No. 1**, en el que se detallan los requerimientos de inversión en activos, los cuales van a ser adquiridos en su mayor parte de contado o manejando los créditos directos que podamos conseguir por parte de los distribuidores.

Como se podrá observar en detalle en el mencionado anexo, se requiere una **inversión total en activos de \$57.162,00**, de los cuales se requiere invertir inicialmente \$32.774,00 para equipamiento e infraestructura de la matriz y a partir del tercer mes los \$24.388,00 restantes para el equipamiento e infraestructura de la sucursal. En el siguiente cuadro se presenta un resumen de la inversión requerida en activos fijos.

CUADRO RESUMEN ACTIVOS FIJOS E INSTALACIONES

	Matriz Guayaquil	Sucursal Cuenca	Total General
Total equipos	23.493	16.683	40.176
Total Muebles y enseres	1.816	1.470	3.286
Total Inversión Amortizable	7.465	6.235	13.700
Total Inversión Activos Fijos	32.774	24.388	57.162

8.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

En los cuadros indicados en **Anexo A. No.2 y No.3**, se muestra en detalle la información de los ingresos que se esperan obtener de los diferentes servicios que se van a ofrecer.

Durante el primer año se lo ha elaborado en forma mensual y para los dos años siguientes se ha hecho la proyección considerando incrementos debido al proceso inflacionario y al seguro incremento en la demanda de este servicio que es una de las formas de comunicación a las que nos orientamos mayormente en un futuro cercano; para el tercer año se disminuye un poco el

porcentaje estimado pues como la tecnología varía tendremos para ese entonces nuevos modelos de competencia.

Nótese que se han calculado los ingresos por servicios no sólo con relación a la video conferencia si no a todos aquellos servicios adicionales que pueden proporcionar como valor agregado tales como navegación en Internet, llamadas internacionales, fotocopias, entre otros.

La evaluación de los ingresos se realizó en forma separada para la matriz **anexo A. No.2** y para la sucursal **anexo A No.3**, en donde se estimó en base a la planificación realizada que los ingresos de la sucursal se generarán a partir del tercer mes en que se realiza su apertura después de haber inaugurado la matriz.

En general se podrá observar que los ingresos totales por el rubro de video conferencia durante el primer año son de \$101.400,00 de los cuales \$ 52.500,00 son producidos por la matriz y \$48.900,00 son generados por la sucursal, proyectándose un incremento del 42% para el segundo año y un 34% para el tercer año. En el siguiente cuadro se presenta un resumen de los ingresos proyectados.

CUADRO RESUMEN INGRESOS MATRIZ Y SUCURSAL

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
INGRESOS MATRIZ	98.769	142.422	188.181
INGRESOS SUCURSAL	72.768	98.729	128.117
Ventas Brutas	171.537	241.152	316.298
IVA 12%	20.584	28.938	37.956
Ventas Netas	192.122	270.090	354.253

8.3 PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

De acuerdo a lo indicado en el capítulo de análisis administrativo, **TVO FAMILY** tendrá dentro de su nómina de personal a un gerente general, un administrador, un técnico, una secretaria, un ayudante técnico y un guardia mensajero, cuyos sueldos y bonificaciones complementarias se las muestra en el **Anexo A. No.4** de Gastos de personal.

La matriz y la sucursal tendrán la misma nómina de empleados, excepto que en la nómina de la matriz se encuentra presupuestado los honorarios del gerente general.

Los gastos fijos mensuales por remuneraciones de la matriz serán de \$2.405,00 y los de la sucursal \$1.228,00, los cuales dan como resultado anual \$28.885,00 para la matriz y \$12.278,00 para la sucursal, ya que esta opera solo 10 meses durante el primer año, dando un total anual de \$41.133,00 como lo podemos apreciar en el **Anexo A. No. 5** de Mano de obra, en el cual se ha elaborado un cuadro anual de los sueldos de personal, en el que se consideran incrementos salariales y ajustes considerando el proceso inflacionario para los dos años siguientes y cuyo resumen lo podemos apreciar en el siguiente cuadro.

CUADRO RESUMEN REMUNERACIONES

	Año 1	Año 2	Año 3
MATRIZ GUAYAQUIL	28.855	34.626	39.820
SUCURSAL CUENCA	12.278	17.680	20.332
TOTAL COSTO ANUAL RECURSO HUMANO	41.133	52.306	60.152

8.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La mayor parte de los equipos utilizados son equipos de computación y de videocomunicación, los cuales tienen una rápida obsolescencia, por tal motivo se los ha estimado el cálculo por depreciación a 5 años, los muebles y enseres también se los ha depreciado a 5 años en forma lineal y las inversiones amortizables que en su mayor parte es software para las computadoras se las ha amortizado a 5 años. En los **Anexo A. No. 6 y No. 7** podemos apreciar el resumen de la información sobre depreciaciones y amortizaciones, estimándose solo el total de valores a depreciar por muebles y equipos por los tres años de planificación de este proyecto lo cual suma un total de \$8.087,00 durante el primer año y \$8.692,00 durante el segundo y tercer año, cuyo resumen lo podemos ver en el cuadro a continuación.

CUADRO RESUMEN DEPRECIACION

	Año 1	Año 2	Año 3
Matriz Guayaquil	5.062	5.062	5.062
Sucursal Cuenca	3.026	3.631	3.631
Total Depreciación	8.087	8.692	8.692

En cuanto a amortizaciones se calcula un total de \$4.220,00 para el primer año y \$4.567,00 para el segundo y tercer año, como se muestra en el siguiente cuadro de resumen.

CUADRO RESUMEN AMORTIZACION

	Año 1	Año 2	Año 3
Matriz Guayaquil	2.488	2.488	2.488
Sucursal Cuenca	1.732	2.078	2.078
TOTAL AMORTIZACION	4.220	4.567	4.567

8.5 PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

Los gastos de operación están compuestos principalmente por los gastos del acceso a Internet y del enlace satelital que constituyen los rubros más importantes; además tenemos otros gastos como arriendo del local, seguro de los equipos, servicios públicos, impuestos, depreciaciones, amortizaciones, pago a Senatel y los gastos de constitución de la compañía que se los realizan en el primer año.

Estos datos los podemos ver en el **Anexo A. No. 8** de Gastos de Operación en el que podemos apreciar que: para la matriz son \$3.556,00 mensuales y para la sucursal \$3.416,00 mensuales, dando un total anual de \$65.130,00.

Para los siguientes años, se han considerado incrementos que varían entre el 10% para el caso de arriendo del local y del 30% para el caso de los servicios públicos; en el acceso a Internet se ha considerado un decremento del 20% ya que se espera que con el ingreso de más competidores al mercado y el uso de nuevas tecnologías estos servicios disminuyan su costo. En el cuadro a continuación presentamos un resumen de los gastos de operación.

RESUMEN GASTOS DE OPERACIÓN

	ANO 1	ANO 2	ANO3
Matriz Guayaquil	35.485	34.335	43.799
Sucursal Cuenca	29.645	32.804	36.767
Total Gastos Operativos	65.130	67.139	80.567

8.6 COSTOS OPERATIVOS

En el **Anexo A. No. 9** se presentan los costos operativos que son aquellos costos en los que se incurre para dar los servicios tanto del cyber-café como los de video-conferencia, para el cálculo de estos costos se tomaron en cuenta los costos del personal que está vinculado directamente con la prestación de los servicios, éstos son el administrador, el ayudante técnico y los costos de asesoría técnica, también se incluyen los costos del Internet, el costo satelital, el enlace de última milla, servicios públicos y papelería y suministros y los costos de arriendo del local, éstos costos nos van ayudar para realizar los cálculos de la utilidad bruta en el estado de resultados. A continuación se presenta un cuadro con el resumen de estos costos.

CUADRO RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Matriz Guayaquil	47.001	48.077	59.814
Sucursal Cuenca	40.014	47.051	53.219
Total General	87.016	95.128	113.033

8.7 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

El rubro más importante de los gastos administrativos lo constituye los gastos por publicidad, ya que como este es un tipo de servicio nuevo y se lo quiere dar a conocer en forma masiva, debemos hacer una inversión importante en publicidad para tener la acogida deseada.

Dentro de los gastos administrativos también tenemos los gastos por asesoría contable y financiera, gastos por asesoría técnica, los gastos de papelería y suministros, cuyos valores los podemos apreciar en el **Anexo A. No. 10** de Gastos Administrativos en el que estima que los gastos mensuales de la matriz serán de \$1.500,00 y los de la sucursal \$1.150,00 dando un total anual de \$29.500,00 de los cuales más del 50% son destinados a publicidad.

También se han considerado las proyecciones para los 2 años siguientes en los que se han disminuido los gastos en publicidad, ya que se estima que para esa fecha el servicio esté bien posicionado de tal manera que se podrá bajar un poco la inversión en este rubro. En el siguiente cuadro podemos ver un resumen de estos gastos.

CUADRO RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Matriz Guayaquil	18.000	15.540	16.056
Sucursal Cuenca	11.500	11.370	11.644
Gastos desembolsables	29.500	26.910	27.700

8.8 ANALISIS DE COSTOS

En el **Anexo A. No.11** de Análisis de Costo se presenta en forma resumida y anualizada los costos fijos y variables de la empresa durante los tres primeros años tanto para la matriz como para la sucursal, estimando además los costos totales anuales.

La mayor parte de los costos son fijos y los valores por este concepto son de \$87.832,00 para la matriz y \$52.180,00 para la sucursal, esta diferencia se debe a que en la matriz se considera un mayor gasto en el enlace satelital y un mayor gasto en sueldo del personal, calculándose un total de gasto fijo para el primer año es de \$140.012,00, en el segundo año el gasto fijo es de \$152.021,00 ya que se considera un incremento en el gasto de personal y para el tercer año el gasto fijo es de \$171.093,00 este incremento se debe a que en el tercer año se piensa contratar un mayor ancho de banda en el satélite con el fin de poder dar un mejor servicio y poder atender dos videoconferencias simultáneamente.

El gasto variable se estima en un total de \$15.600,00 para el primer año y especialmente por la inversión en publicidad, para el segundo y tercer año se han considerado decrementos de estos valores a \$11.760,00 para el segundo año y \$10.584,00 para el tercer año.

En resumen el costo total estimado para el primer año entre gastos fijos y variables es de \$155.612,00, para el segundo año de \$163.781,00 y para el tercer año de \$181.677,00., como lo podemos ver en el siguiente cuadro.

CUADRO RESUMEN DEL ANALISIS DE COSTO

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
COSTOS FIJOS	140.012	152.021	171.093
COSTOS VARIABLES	15.600	11.760	10.584
COSTO TOTAL	155.612	163.781	181.677

9. ANALISIS FINANCIERO

De acuerdo a los análisis financieros realizados, se plantea un aporte de capital inicial por parte de los accionistas de \$25.000 dólares, y un préstamo financiero de \$50.000 dólares a ser requeridos según las necesidades de flujo de caja \$20.000 al inicio y \$30.000 en el tercer mes de implementación de la sucursal definida en este plan de negocio.

Estas inversiones requeridas suman un total \$75.000 dólares, cuya cifra representa la inversión inicial requerida para la adquisición de activos fijos, instalaciones y contrataciones varias.

9.1 FLUJO DE CAJA

En el **Anexo A. No. 12** de Flujo de Caja se ha establecido el movimiento del efectivo mensual de la compañía durante el primer año y un resumen anual hasta el tercer año, en el mes 0 se registran el aporte de capital de los accionistas y el préstamo financiero para la implementación del negocio en la Matriz, en el mes 3 se registra la segunda parte de los préstamos financiero requerido según se indica en punto anterior.

Durante los tres primeros meses, en la matriz se registran pérdidas que son solventadas con el flujo de efectivo después de la inversión inicial, con la apertura de la sucursal se comienzan a registrar ganancias y liquidez en el flujo de caja, a partir del sexto mes se empiezan a pagar los préstamos financieros, al final del primer año se proyecta pagar casi el 60% de los préstamos, quedando el 40% restante a ser pagado durante el segundo año.

De acuerdo al flujo de caja al final del primer año se tendrá un flujo positivo, aunque en algunos meses el flujo es negativo, lo que implica que algunos pagos deben ser diferidos de acuerdo a la liquidez del mes corriente.

Como se indicó anteriormente, en el primer semestre del segundo año se terminará de pagar los préstamos y al final de este segundo año se dispondrá de \$41.750,00 en efectivo y para fines del tercer año se tendrá \$99.080,00, lo cual indica que es un negocio con suficiente liquidez para autofinanciar todos sus gastos a partir del segundo año. En el siguiente cuadro podemos apreciar un resumen del flujo de caja.

CUADRO RESUMEN DE FLUJO DE CAJA

	Año 1	Año 2	Año3
INGRESOS	171.537	241.152	316.298
EGRESOS	242.265	199.402	217.218
NETO DISPONIBLE	-70.728	41.750	99.080
Mas aporte de socios	25000		
Otros financiamientos requeridos	50000		
Flujo de Caja	4.272	41.750	99.080

9.2 ESTADO DE RESULTADOS

En el Estado de Resultados mostrado en el **Anexo A. No. 13** se estima que la empresa generará utilidades desde el primer año, las cuales inicialmente no se muestran muy elevadas dada las inversiones que se debe realizar propias del arranque del negocio, pero estas mejorarán sustancialmente en el segundo y tercer año de actividad del negocio.

Las utilidades del primer año se calculan en \$10.152,00, debido a los gastos de introducción del servicio al mercado, a la labor de posicionamiento de la empresa en la mente de los consumidores y al pago de intereses de los préstamos financieros; para el segundo año se incrementan las utilidades a \$49.324,00, producto del crecimiento en el consumo del servicio y para el tercer año las utilidades se las proyecta en \$85.821,00, ya que en este año ya no se tienen gastos financieros y se tienen mayores ingresos por el consumo de los servicios, como lo podemos observar en el siguiente cuadro resumen, en el que también se muestra el E.B.I.T.D.A (Earn Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization) del proyecto.

Cuadro Resumen del Estado de Resultados

	Año1	Año2	Año3
INGRESOS	171.537	241.152	316.298
EGRESOS/COSTOS OPERATIVOS	87.016	95.128	113.033
UTILIDAD BRUTA	84.522	146.023	203.265
Gastos generales y administrativos	48.747	51.227	55.385
UTILIDAD E.B.I.T.D.A.	35.775	94.797	147.880
Depreciación y Amortización	12.308	13.259	13.259
Costos Financieros/Intereses	7.542	4.167	-
UTILIDAD NETA ANTES IMP.	15.925	77.371	134.621
Impuestos y Dist. Utililidades	5.773	28.047	48.800
UTILIDAD NETA	10.152	49.324	85.821
MARGEN E.B.I.T.D.A	20,86%	39,31%	46,75%

9.3 BALANCE GENERAL

En el **Anexo A No. 14** se presenta el Balance General de **TVO FAMILY** durante los tres años de proyección que se ha considerado.

En este balance se ha establecido un cuadro de los activos versus pasivos y patrimonio de la empresa, que nos permite poder apreciar los resultados a ser obtenidos y el crecimiento del negocio.

No se ha considerado el pago de dividendos a los accionistas sólo por efecto de reflejar todas las cifras acumuladas de la rentabilidad del negocio, pero es evidente de acuerdo a los cuadros mostrados en flujo de caja, que se contará con la liquidez necesaria para poder pagar estos periódicamente, de acuerdo a decisiones de la junta de accionistas. A continuación se presenta un cuadro resumen del balance general.

Cuadro Resumen del Balance General

ACTIVO	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Efectivo	7.693	4.272	46.022	145.101
Activos Fijos	37.307	51.714	38.455	25.196
Total Activos	45.000	55.986	84.476	170.297
PASIVO + PATRIMONIO				
Prestamos bancarios x pagar	20.000	20.833		
Capital	25.000	25.000	25.000	25.000
Resultado de ejercicios anteriores			10.152	59.476
Utilidades o pérdidas del ejercicio		10152	49.324	85.821
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	45.000	55.986	84.476	170.297

10. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

Se analizará a continuación los riesgos que se puedan presentar en la implementación del negocio y las posibles acciones que podamos tomar como mecanismos de contingencia para salvar estos obstáculos.

10.1 RIESGOS DE MERCADO

El riesgo principal del negocio va depender de la aceptación que tenga nuestro servicio en el mercado al que lo estamos orientando.

El nivel de aceptación va a ser función del precio y de la calidad del servicio, el precio que estamos manejando es un precio muy bajo para este tipo de servicio si lo comparamos con los precios internacionales que varían entre \$90 y \$325 la hora de conexión dependiendo del sitio al que se quiera conectar, aparte del cargo por la renta de cuarto de video-conferencia y dependiendo del horario en que se realice la interconexión. En lo referente a la calidad del servicio, va a ser de una calidad aceptable de tal manera que nos permita manejar el precio.

Como este tipo de servicio es relativamente nuevo en nuestro medio estamos dedicando una buena parte del presupuesto en la campaña de publicidad y hemos contratado el diseño de la imagen corporativa y el diseño de una página WEB con la ESPOL a fin de asegurar la difusión y aceptación del servicio y ligarlo al nombre de nuestra empresa.

10.2 RIESGOS TÉCNICOS

En la parte técnica los riesgos que se pueden presentar son que el ISP o el proveedor del enlace no cumpla con el acuerdo de nivel de servicio al que se compromete y no podamos salir con la calidad que deseamos o que se interrumpa el servicio, aquí vemos la necesidad de elegir correctamente a nuestro proveedor de Internet y en caso de que se presente este tipo de problema vamos a pedir 2 líneas dial-up como parte del contrato con el ISP, para poder seguir operando y ofreciendo aunque sea una parte de los servicios que se brindan como navegación en Internet, navegación con video y otros, hasta que el problema se solucione.

10.3 RIESGOS ECONÓMICOS

Los costos de nuestro servicio van a depender en su mayor parte de los costos de conexión al Internet y del enlace satelital, se espera que estos costos vayan disminuyendo con la incursión

de más competidores y la implementación de la red de acceso a la fibra óptica, con lo cual nuestro servicio va a mejorar en calidad y en precio.

Por otro lado, se espera que con la apertura del mercado del mercado de telecomunicaciones y de la desregulación de la exclusividad de telefonía fija ya no se tenga que pagar a PACIFICTEL S.A. la tasa de \$130 dólares mensuales por cada terminal para pasar voz sobre IP, con lo cual se podrá aumentar el margen de utilidades, sin embargo en los cálculos económicos si se ha considerado este pago.

11. ANALISIS DE SENSIBILIDAD Y EVALUACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

La participación de mercado proyectado como ya se analizó anteriormente, tomando en consideración el segmento de mercado de los emigrantes que residen en New York, Miami y Madrid y cuyos familiares viven en la ciudad de Guayaquil y en la zona del Austro Oriente, que son aproximadamente 300.000, la meta inicial es poder captar el 2.3% de ese mercado durante el primer año, con un promedio de una llamada por mes, y con un crecimiento estimado como se lo indica en cuadro resumen de proyecciones de ventas a continuación.

RESUMEN PROYECCIONES DE VENTA

PERIODO	MERCADO	FRACCION DEL	MINUTOS
	TOTAL	MERCADO EN %	
AÑO 1	300.000	2,30	103.500
AÑO 2	330.000	2,65	131.400
AÑO 3	363.000	2,96	161.280

Los ingresos, costos y gastos se detallan en el cuadro a continuación para efectos de evaluar la rentabilidad financiera del proyecto:

EVALUACION FINANCIERA

	Año 1	Año 2	Año 3	TOTAL
TOTAL INGRESOS	171.537	241.152	316.298	728.987
TOTAL EGRESOS/COSTOS	155.612	163.781	181.677	501.070
UTILIDAD GRAVABLE	15.925	77.371	134.621	227.917
Menos impuesto a la Renta	5.773	28.047	48.800	82.620
UTILIDAD NETA	10.152	49.324	85.821	145.297
Depreciación y amortización	12.308	25.567	38.826	76.700
Flujo de fondos	22.460	74.891	124.646	221.997

El horizonte de planeación se ha estimado en tres años, que es el tiempo que aproximadamente tiene de vida útil la tecnología en el mercado. Luego de ese período se hará una nueva evaluación para determinar nuevas inversiones en infraestructura y equipos.

Se han considerado los ingresos cobrados al contado y los costos, gastos e impuestos pagados dentro del mismo período en que se registran tales ingresos.

No se ha considerado el pago de dividendos. Sin embargo de decidirse dicho pago, existe la suficiente liquidez para hacerlo en cualquier tiempo por cuanto no se preveen inversiones adicionales en activos fijos en los próximos tres años.

La rentabilidad esperada en este proyecto refleja un TIR del 54%, y un VAN de \$49.718 lo cual es muy atractivo para los inversionistas considerando que la tasa de corte para proyectos de inversión localizados en Ecuador y considerando el factor de riesgo país es del 30% al 35% lo cual hace muy atractivo este negocio.

	año 0	año1	año2	año3
Inversión Requerida	-75.000			
Resultados netos de la inversión.		30.002	66.750	99.080
TIR	54%			
VAN	49.718			
TASA ESPERADA	18%			
TASA FINANCIAMIENTO BANCARIO	20%			

Es importante recalcar que en este tipo de negocios, la inversión en infraestructura no es onerosa. Por ende, el capital intelectual es el factor preponderante para que el rendimiento financiero sea bastante alto.

Los costos del proyecto se consideran en su mayoría fijos, siendo por lo tanto el punto de equilibrio en ingreso por ventas, aquel que resulte de cubrir tales costos, que en promedio por año durante los tres primeros años de evaluación financiera de este plan de negocio, serán de \$167.023,00 dólares, lo que significa el 68.74% de los ingresos proyectados.

La inversión en infraestructura (equipos, muebles y enseres, instalaciones, software, contrataciones y permisos) es de US\$ 75.000 que será financiado en principio por los socios con aportes de capital y préstamos financieros.

La inversión de **capital inicial** será recuperada **durante el tercer año de operaciones**, las **obligaciones financieros** serán cubiertas **dentro de los dos primeros años de operaciones**, y la participación accionaria estará distribuida entre socios gestores y capitalistas.

En conclusión, se sugiere llevar adelante el proyecto TVO FAMILY por su elevada rentabilidad y por los servicios que se prestarán en beneficio de muchos ecuatorianos residentes en los principales países desarrollados.

Este tipo de negocios permitirá que el Ecuador sea visto como un país donde se dan ideas innovadoras y emprendedoras iniciativas, y atraerá inversiones extranjeras a través de relaciones de negocios internacionales, pues será necesario hacer acuerdos estratégicos con socios foráneos, desarrollar un buen plan de mercadeo y poder disponer de los recursos tecnológicos necesarios para poder ofrecer el servicio.

El negocio resulta atractivo para los accionistas, pues se espera tener rentabilidad acorde con el nivel de inversión y con proyecciones de expansión internacional.

Los servicios a ser prestados por TVO FAMILY contribuirán a establecer un tipo de comunicación muy afectivo y real entre los usuarios, lo cual llenará una necesidad espiritual de todo ser humano, que en algo ayudará la difícil situación de los emigrantes.

ANEXO A

CUADROS FINANCIEROS

ANEXO A, No. 1
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS E INSTALACIONES

	MATRIZ GUYAQUIL			SUCURSAL CUENCA			TOTAL GENERAL
	CANTI	V.Unitario	Valor total	CANTI	V.Unitario	Valor total	
EQUIPOS							
Equipo de Video Conferencia	1	5.000	5.000	1	5.000	5.000	10.000
Enlace de radio	1	5.000	5.000				
Modem				1	500	500	500
Computador para navegación	6	750	4.500	4	750	3.000	7.500
Cámara para navegación	3	60	180	2	60	120	300
Computador para secretaria	1	750	750	1	750	750	1.500
Computador para servicios varios	2	750	1.500	1	750	750	2.250
Telefonos IP	3	300	900	3	300	900	1.800
Servidor	1	850	850	1	850	850	1.700
UPS	1	900	900	1	900	900	1.800
Ruteador	1	1.058	1.058	1	1.058	1.058	2.116
Impresora en red láser	1	1.000	1.000	1	1.000	1.000	2.000
Impresora secretaria	1	85	85	1	85	85	170
Fotocopiadora	1	1.200	1.200	1	1.200	1.200	2.400
HUB 10-100 16 puertos	1	170	170	1	170	170	340
Escáner	1	200	200	1	200	200	400
Video Grabadora	1	200	200	1	200	200	400
Total equipos sin IVA			23.493			16.683	40.176
IVA 12%			2.819			2.002	4.821
Total equipos + IVA			26.312			18.685	44.997
MUEBLES Y ENSERES							
Escritorio con silla	2	100	200	2	100	200	400
Archivador	2	60	120	2	60	120	240
Calculadora y utiles de oficina	1	20	20	1	20	20	40
Extintor	1	40	40	1	40	40	80
Sillas	12	13	156	10	13	130	286
Estaciones de trabajo	8	60	480	6	60	360	840
Cabina de Video - privada	2	200	400	1	200	200	600
Cabina de teléfono	3	100	300	3	100	300	600
Varios	1	100	100	1	100	100	200
Total Muebles y Enseres			1.816			1.470	3.286
IVA 12%			218			176	394
Total Muebles y enseres + IVA			2.034			1.646	3.680
INVERSION AMORTIZABLE							
Software Office XP	8	210	1.680	6	210	1.260	2.940
Software Window Millenium	8	110	880	6	110	660	1.540
Software Window 2000 Server	1	800	800	1	800	800	1.600
ISA Server Internet	1	2.000	2.000	1	2.000	2.000	4.000
Paquete de 12 licencias	1	300	300	1	300	300	600
Total software			5.660			5.020	10.680
Instalación puntos de red	13	25	325	11	25	275	600
Instalación puntos eléctricos e iluminación	14	20	280	12	20	240	520
Instalación de enlace de radio e Internet	1	800	800	1	300	300	1.100
Contratación líneas telefónicas	2	200	400	2	200	400	800
Total Inversión Amortizable			7.465			6.235	13.700
IVA 12%			896			748	1.644
Total Inversión Amortizable + IVA			8.361			6.983	15.344
Total Inversión Activos Fijos			32.774			24.388	57.162
IVA 12%			3.933			2.927	6.859
Total Inversión Activos Fijos +IVA			36.707			27.315	64.021

ANEXO A. No. 2
PRESUPUESTO DE INGRESOS MATRIZ GUAYAQUIL

	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			ANO 1	ANO 2	ANO 3
	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11vo Mes	12vo Mes			
Navegación Internet															
Horas de servicio	40	60	80	125	125	150	125	125	150	125	125	150	1.380	1.587	1.746
Precio por hora US\$	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,32	1,48
Número de estaciones	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Venta total	288,00	432,00	576,00	900,00	900,00	1.080,00	900,00	900,00	1.080,00	900,00	900,00	1.080,00	9.936,00	12.569,04	15.485,06
Navegación Video															
Horas de servicio	13	20	27	42	42	50	42	42	50	42	42	50	460	552	662
Precio por hora	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,30	3,70
Número de estaciones	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Venta total	120,00	180,00	240,00	375,00	375,00	450,00	375,00	375,00	450,00	375,00	375,00	450,00	4.140,00	5.464,80	7.344,69
Servicio Escaneado															
Número de hojas	40	60	80	125	125	150	125	125	150	125	125	150	1.380	1.656	1.987
Precio por hoja	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,44	0,49
Venta total	16,00	24,00	32,00	50,00	50,00	60,00	50,00	50,00	60,00	50,00	50,00	60,00	552,00	728,64	979,29
Impresiones															
Número de hojas	120	180	240	375	375	450	375	375	450	375	375	450	4.140	4.968	5.962
Precio por hoja	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,55	0,62
Venta total	60,00	90,00	120,00	187,50	187,50	225,00	187,50	187,50	225,00	187,50	187,50	225,00	2.070,00	2.732,40	3.672,35
Alquiler de Computador															
Horas de servicio	20	30	40	63	63	75	63	63	75	63	63	75	690	828	994
Precio por hora	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,90	0,99
Número de estaciones	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Venta total	32,00	48,00	64,00	100,00	100,00	120,00	100,00	100,00	120,00	100,00	100,00	120,00	1.104,00	1.483,78	1.958,58
Fotocopias															
Número de hojas	600	900	1.200	1.875	1.875	2.250	1.875	1.875	2.250	1.875	1.875	2.250	20.700	24.840	29.808
Precio por hoja	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	0,08
Venta total	36,00	54,00	72,00	112,50	112,50	135,00	112,50	112,50	135,00	112,50	112,50	135,00	1.242,00	1.738,80	2.384,84
Llamadas Internacionales															
Número de minutos	1.125	2.250	2.250	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	4.500	4.500	4.500	4.500	40.500	60.750	75.938
Precio del minuto	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
Número de cabinas	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Venta total	337,50	675,00	675,00	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	12.150,00	18.225,00	22.781,25
Video Conferencia															
Número de minutos	1.500	3.000	3.000	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	6.000	6.000	6.000	6.000	54.000	72.000	90.000
Precio por minuto US\$	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,10	1,20
Venta total	1.200,00	2.400,00	2.400,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	52.500,00	79.200,00	108.000,00
Número de grabaciones															
Número de grabaciones	38	75	75	113	113	113	113	113	150	150	150	150	1.350	1.800	2.250
Precio por grabación	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,60	0,70
Venta total	18,75	37,50	37,50	56,25	56,25	56,25	56,25	56,25	75,00	75,00	75,00	75,00	675,00	1.080,00	1.575,00
Ingreso x enlace satelital															
Cuotas por franquicias	2	4	4	6	6	6	6	6	8	8	8	8	72	96	120
Precio x franquicia extranjero	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Venta total	400,00	800,00	800,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	14.400,00	19.200,00	24.000,00
Ventas Brutas	2.108,26	3.940,60	4.216,60	7.293,76	7.293,76	7.638,76	7.293,76	7.293,76	9.495,00	9.150,00	9.150,00	9.495,00	98.769,00	142.422,46	188.180,86
IVA 12%	252,99	472,86	505,98	875,25	875,25	916,65	875,25	875,25	1.139,40	1.098,00	1.098,00	1.139,40	11.852,28	17.090,69	22.581,70
Ventas Netas	2.361,24	4.413,36	4.722,48	8.169,00	8.169,00	8.555,40	8.169,00	8.169,00	10.634,40	10.248,00	10.248,00	10.634,40	110.621,28	159.513,15	210.762,56

PRESUPUESTO DE INGRESOS SUCURSAL CUENCA

	PRIMER TRIMESTRE			SEGUNDO TRIMESTRE			TERCER TRIMESTRE			CUARTO TRIMESTRE			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	1er Mes	2do Mes	3er Mes	4to Mes	5to Mes	6to Mes	7mo Mes	8vo Mes	9no Mes	10mo Mes	11vo Mes	12vo Mes			
Navegación Internet															
Horas de servicio	0	0	40	60	80	100	125	125	125	150	150	200	1155	1328	1461
Precio por hora US\$	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20	1,32	1,48
Número de estaciones	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Venta total	0,00	0,00	192,00	288,00	384,00	480,00	600,00	600,00	600,00	720,00	720,00	960,00	5.544,00	7.013,16	8.640,21
Navegación Video															
Horas de servicio	0	0	13	20	27	33	42	42	42	50	50	67	385	462	554
Precio por hora	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,30	3,70
Número de estaciones	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Venta total	0,00	0,00	80,00	120,00	160,00	200,00	250,00	250,00	250,00	300,00	300,00	400,00	2.310,00	3.049,20	4.098,12
Servicio Escaneado															
Número de hojas	0	0	40	60	80	125	125	150	125	125	150	125	1.105	1.326	1.591
Precio por hoja	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,44	0,49
Venta total	0,00	0,00	16,00	24,00	32,00	50,00	50,00	60,00	50,00	50,00	60,00	50,00	442,00	583,44	784,14
Impresiones															
Número de hojas	0	0	120	180	240	300	375	375	375	450	600	600	3.615	4.338	5.206
Precio por hoja	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,55	0,62
Venta total	0,00	0,00	60,00	90,00	120,00	150,00	187,50	187,50	187,50	225,00	300,00	300,00	1.807,50	2.385,90	3.206,65
Alquiler de Computador															
Horas de servicio	0	0	20	30	40	50	63	63	63	75	75	100	578	693	832
Precio por hora	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,90	0,99
Número de estaciones	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Venta total	0,00	0,00	32,00	48,00	64,00	80,00	100,00	100,00	100,00	120,00	120,00	160,00	924,00	1.241,86	1.639,25
Fotocopias															
Número de hojas	0	0	600	900	1.200	1.500	1.875	1.875	1.875	2.250	3.000	3.000	18.075	21.690	26.028
Precio por hoja	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07	0,08
Venta total	0,00	0,00	36,00	54,00	72,00	90,00	112,50	112,50	112,50	135,00	180,00	180,00	1.084,50	1.518,30	2.082,24
Llamadas Internacionales															
Número de minutos	0	0	2.250	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	4.500	4.500	4.500	4.500	37.125	55.688	69.609
Precio del minuto	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
Número de cabinas	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Venta total	0,00	0,00	675,00	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.012,50	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	11.137,50	16.706,25	20.882,81
Video Conferencia															
Número de minutos	0	0	3.000	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	6.000	6.000	6.000	6.000	49.500	59.400	71.280
Precio por minuto US\$	0,80	0,80	0,80	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,10	1,20
Venta total	0,00	0,00	2.400,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	48.900,00	65.340,00	85.536,00
Número de grabaciones															
Número de grabaciones	0	0	75	113	113	113	113	113	150	150	150	150	1.238	1.485	1.782
Precio por grabación	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,60	0,70
Venta total	0,00	0,00	37,50	56,25	56,25	56,25	56,25	56,25	75,00	75,00	75,00	75,00	618,75	891,00	1.247,40
Ventas Brutas	0,00	0,00	3.628,50	6.192,75	6.400,75	6.818,75	6.868,75	6.878,75	8.725,00	8.975,00	9.105,00	9.475,00	72.768,25	98.729,11	128.116,83
IVA 12%	0,00	0,00	423,42	743,13	768,09	794,25	824,25	825,45	1.047,00	1.077,00	1.092,60	1.137,00	8.732,19	11.847,49	15.374,02
Ventas Netas	0,00	0,00	3.951,92	6.935,88	7.168,84	7.413,00	7.693,00	7.704,20	9.772,00	10.052,00	10.197,60	10.612,00	81.500,44	110.576,60	143.490,85

ANEXO A. No. 4

Nómina del personal Administrativo de TEVEO FAMILY

No.	Cargo	Salario Unificado	Componente	Valor Total	IESS 9.36	Valor a recibir	DECIMO TERCERO	BONIF EDUCACION	IESS PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
MATRIZ GUAYAQUIL												
1	Gerente general	1.000	24	1.024	96	928	83	1	114	83	1.305	15.658
2	Administrador	400	24	424	40	384	33	1	45	33	537	6.441
3	Ayudante técnico	150	24	174	16	158	13	1	17	13	217	2.600
4	Secretaria-Cajera	120	24	144	13	131	10	1	14	10	178	2.139
5	Guardián	112	24	136	13	123	9	1	13	9	168	2.017
TOTALES MENSUALES		1.782	120	1.902	178	1.724	149	3	202	149	2.405	28.855
TOTALES ANUALES		21.384	1.440	22.824	2.134	20.690	1.782	40	2.427	1.782	28.855	
SUCURSAL CUENCA												
1	Administrador	500	24	524	49	475	42	1	57	42	665	7.977
2	Ayudante técnico	150	24	174	16	158	13	1	17	13	217	2.600
3	Secretaria-Cajera	120	24	144	13	131	10	1	14	10	178	2.139
4	Guardián	112	24	136	13	123	9	1	13	9	168	2.017
TOTALES MENSUALES		882	96	978	91	887	74	3	100	74	1.228	14.733
TOTALES ANUALES		10.584	1.152	11.736	1.097	10.639	882	32	1.201	882	14.733	
Total Gral Mensual												
		2.664	216	2.880	269	2.611	222	6	302	222	3.632	43.588
Total Gral Anual		31.968	2.592	34.560	3.231	31.329	2.664	72	3.628	2.664	43.588	

ANEXO A. No. 5

PRESUPUESTO RECURSOS HUMANOS

Cargo	Concepto	MATRIZ GUAYAQUIL			SUCURSAL CUENCA			TOTALES GENERALES		
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente General	Salario básico mensual	1.000	1.200	1.380				1.000	1.200	1.380
	Compensaciones	305	366	421				305	366	421
	Salario anual	15.658	18.790	21.608				15.658	18.790	21.608
Administrador	Salario básico mensual	400	480	552	500	600	690	900	1.080	1.242
	Compensaciones	137	164	189	165	198	227	301	362	416
	Salario anual	6.441	7.729	8.888	6.648	9.572	11.008	13.088	17.301	19.897
Ayudante técnico	Salario básico mensual	150	180	207	150	180	207	300	360	414
	Compensaciones	67	80	92	67	80	92	133	160	184
	Salario anual	2.600	3.120	3.588	2.167	3.120	3.588	4.767	6.241	7.177
Secretaria	Salario básico mensual	120	144	166	120	144	166	240	288	331
	Compensaciones	58	70	80	58	70	80	117	140	161
	Salario anual	2.139	2.567	2.952	1.783	2.567	2.952	3.922	5.135	5.905
Guardián	Salario básico mensual	112	134	155	112	134	155	224	269	309
	Compensaciones	56	67	77	56	67	77	112	135	155
	Salario anual	2.017	2.420	2.783	1.680	2.420	2.783	3.697	4.840	5.566
TOTAL SALARIOS MENSUALES		1.782	2.138	2.459	882	1.058	1.217	2.664	3.197	3.676
TOTAL COMPENSACIONES		623	747	859	346	415	477	968	1.162	1.336
TOTAL COSTO ANUAL RECURSO HUMANO		28.855	34.626	39.820	12.278	17.680	20.332	41.133	52.306	60.152
GASTO MENSUAL		2.405	2.886	3.318	1.228	1.473	1.694	3.428	4.359	5.013

ANEXO A. No. 6
DEPRECIACIÓN GENERAL

	Periodo	MATRIZ GUAYAQUIL			SUCURSAL CUENCA			TOTAL GENERAL		
		Valor Actual	Deprec.	Dep. Acum.	Valor Actual	Deprec.	Dep. Acum.	Valor Actual	Deprec.	Dep. Acum.
Equipos 5 años										
Equipo de Video Conferencia		5.000			5.000			10.000		
	1	5.000	1.000	1.000	5.000	1.000	1.000	10.000	2.000	2.000
	2	5.000	1.000	2.000	5.000	1.000	2.000	10.000	2.000	4.000
	3	5.000	1.000	3.000	5.000	1.000	3.000	10.000	2.000	6.000
Enlace de Radio		5.000			0			5.000		
	1	5.000	1.000	1.000	0	0	0	5.000	1.000	1.000
	2	5.000	1.000	2.000	0	0	0	5.000	1.000	2.000
	3	5.000	1.000	3.000	0	0	0	5.000	1.000	3.000
Modem		0			500			500		
	1	0	0	0	500	100	100	500	100	100
	2	0	0	0	500	100	200	500	100	200
	3	0	0	0	500	100	300	500	100	300
Computador navegantes y secretaria		6.750			4.500			11.250		
	1	6.750	1.350	1.350	4.500	900	900	11.250	2.250	2.250
	2	6.750	1.350	2.700	4.500	900	1.800	11.250	2.250	4.500
	3	6.750	1.350	4.050	4.500	900	2.700	11.250	2.250	6.750
Cámara navegantes		180			120			300		
	1	180	36	36	120	24	24	300	60	60
	2	180	36	72	120	24	48	300	60	120
	3	180	36	108	120	24	72	300	60	180
Teléfonos IP		900			900			1.800		
	1	900	180	180	900	180	180	1.800	360	360
	2	900	180	360	900	180	360	1.800	360	720
	3	900	180	540	900	180	540	1.800	360	1.080
Servidor		850			850			1.700		
	1	850	170	170	850	170	170	1.700	340	340
	2	850	170	340	850	170	340	1.700	340	680
	3	850	170	510	850	170	510	1.700	340	1.020
UPS		900			900			1.800		
	1	900	180	180	900	180	180	1.800	360	360
	2	900	180	360	900	180	360	1.800	360	720
	3	900	180	540	900	180	540	1.800	360	1.080
Ruteador		1.058			1.058			2.116		
	1	1.058	212	212	1.058	212	212	2.116	423	423
	2	1.058	212	423	1.058	212	423	2.116	423	846
	3	1.058	212	635	1.058	212	635	2.116	423	1.270
Impresora en red		1.000			1.000			2.000		
	1	1.000	200	200	1.000	200	200	2.000	400	400
	2	1.000	200	400	1.000	200	400	2.000	400	800
	3	1.000	200	600	1.000	200	600	2.000	400	1.200
Impresora secretaria		85			85			170		
	1	85	17	17	85	17	17	170	34	34
	2	85	17	34	85	17	34	170	34	68
	3	85	17	51	85	17	51	170	34	102
Fotocopiadora		1.200			1.200			2.400		
	1	1.200	240	240	1.200	240	240	2.400	480	480
	2	1.200	240	480	1.200	240	480	2.400	480	960
	3	1.200	240	720	1.200	240	720	2.400	480	1.440
Escáner		200			200			400		
	1	200	40	40	200	40	40	400	80	80
	2	200	40	80	200	40	80	400	80	160
	3	200	40	120	200	40	120	400	80	240
HUB		170			170			340		
	1	170	34	34	170	34	34	340	68	68
	2	170	34	68	170	34	68	340	68	136
	3	170	34	102	170	34	102	340	68	204
Video grabadora		200			200			400		
	1	200	40	40	200	40	40	400	80	80
	2	200	40	80	200	40	80	400	80	160
	3	200	40	120	200	40	120	400	80	240
TOTAL DEPRECIACIÓN AÑO 1			4.699			3.337			8.035	
TOTAL DEPRECIACIÓN AÑO 2			4.699			3.337			8.035	
TOTAL DEPRECIACIÓN AÑO 3			4.699			3.337			8.035	
Muebles y enseres 5 años										
Varios		1.816			1.470			3.286		
	1	1.816	363	363	1.470	294	294	3.286	657	657
	2	1.816	363	726	1.470	294	588	3.286	657	1.314
	3	1.816	363	1.090	1.470	294	882	3.286	657	1.972
Equipos 5 años		23.493			16.683			40.176		
	1	23.493	4.699	4.699	16.683	3.337	3.337	40.176	8.035	8.035
	2	23.493	4.699	9.397	16.683	3.337	6.673	40.176	8.035	16.070
	3	23.493	4.699	14.096	16.683	3.337	10.010	40.176	8.035	24.106

ANEXO A. No. 7

AMORTIZACION

	Matriz Guayaquil				Sucursal Cuenca				Total General			
	Periodo	Valor Actual	Amortizac.	Amort.Acum.	Periodo	Valor Actual	Amortizac.	Amort.Acum.	Periodo	Valor Actual	Amortizac.	Amort.Acum.
Software(3 años)		5.660	0	0	0	5.020	0	0	0	10.680	0	0
	1	5.660	1.887	1.887	1	5.020	1.673	1.673	1	10.680	3.560	3.560
	2	5.660	1.887	3.773	2	5.020	1.673	3.347	2	10.680	3.560	7.120
	3	5.660	1.887	5.660	3	5.020	1.673	5.020	3	10.680	3.560	10.680
Instalac. en red (3años)		325	0	0	0	275	0	0	0	600	0	0
	1	325	108	108	1	275	92	92	1	600	200	200
	2	325	108	217	2	275	92	183	2	600	200	400
	3	325	108	325	3	275	92	275	3	600	200	600
Instalac. eléctrica (3 años)		280	0	0	0	240	0	0	0	520	0	0
	1	280	93	93	1	240	80	80	1	520	173	173
	2	280	93	187	2	240	80	160	2	520	173	347
	3	280	93	280	3	240	80	240	3	520	173	520
Instalac. radio e Internet		800	0	0	0	300	0	0	0	1.100	0	0
	1	800	267	267	1	300	100	100	1	1.100	367	367
	2	800	267	533	2	300	100	200	2	1.100	367	733
	3	800	267	800	3	300	100	300	3	1.100	367	1.100
Contratación líneas telefónicas		400	0	0	0	400	0	0	0	800	0	0
	1	400	133	133	1	400	133	133	1	800	267	267
	2	400	133	267	2	400	133	267	2	800	267	533
	3	400	133	400	3	400	133	400	3	800	267	800
TOTAL AMORTIZACIÓN AÑO 1		7.465	2.488				2.078				4.567	
TOTAL AMORTIZACIÓN AÑO 2			2.488				2.078				4.567	
TOTAL AMORTIZACIÓN AÑO 3			2.488				2.078				4.567	
Software e Instalaciones		7.465	0	0	0	6.235	0	0	0	13.700	0	0
	1	7.465	2.488	2.488	1	6.235	2.078	2.078	1	13.700	4.567	4.567
	2	7.465	2.488	4.977	2	6.235	2.078	4.157	2	13.700	4.567	9.133
	3	7.465	2.488	7.465	3	6.235	2.078	6.235	3	13.700	4.567	13.700

ANEXO A. No. 8

Presupuesto de Gastos de Operación

	MATRIZ GUAYAQUIL				SUCURSAL CUENCA				TOTALES GENERALES			
	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<i>Arriendo Local</i>	400	4.800	5.280	5.914	250	2.500	3.300	3.896	650	7.300	8.580	9.810
<i>Servicios Públicos</i>	200	2.400	3.120	4.056	200	2.000	3.120	4.056	400	4.400	6.240	8.112
<i>Seguro de equipos</i>	98	1.175	1.057	951	58	695	626	563	156	1.870	1.683	1.515
<i>Impuestos locales</i>		150	150	150		150	150	150		300	300	300
<i>Gastos constitución y permisos</i>		600	0	0		200	0	0		800	0	0
<i>Gasto Internet</i>	680	8.160	6.528	6.528	680	6.800	6.528	5.222	1.360	14.960	13.056	11.750
<i>Enlace ultima milla</i>		0	0	0	740	7.400	8.880	8.880	740	7.400	8.880	8.880
<i>Enlace satelital</i>	2.000	16.000	16.000	24.000		8.000	8.000	12.000	2.000	24.000	24.000	36.000
<i>Pago a Senatel</i>		400	400	400		400	400	400		800	800	800
<i>Pago PACIFICTEL</i>		1.800	1.800	1.800		1.500	1.800	1.800		3.300	3.600	3.600
<i>Depreciación equipos</i>		4.699	4.699	4.699		2.781	3.337	3.337		7.479	8.035	8.035
<i>Amortización</i>		2.488	2.488	2.488		1.732	2.078	2.078		4.220	4.567	4.567
Total Gastos de Operación con dep.am.		42.672	41.522	50.986		34.158	38.219	42.182		76.829	79.741	93.168
<i>Gastos de Operación Mensual con dep.am.</i>		3.556	3.460	4.249		3.416	3.185	3.515		6.402	6.645	7.764
<i>Depreciación mensual</i>		392	392	392		278	278	278		670	670	670
<i>Amortización mensual</i>		207	207	207		173	173	173		381	381	381
Gastos desembolsables anuales		35.485	34.335	43.799		29.645	32.804	36.767		65.130	67.139	80.567

ANEXO A. No. 9

COSTOS OPERATIVOS

COSTOS FIJOS	Matriz Guayaquil			Sucursal Cuenca			Total General		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Mano de obra	9.041	10.849	12.477	8.814	12.693	14.597	17.856	23.542	27.073
Arriendo Local	4.800	5.280	5.914	2.500	3.300	3.696	7.300	8.580	9.610
Arriendo Internet	8.160	6.528	6.528	6.800	6.528	5.222	14.960	13.056	11.750
Gasto satelital	16.000	16.000	24.000	8.000	8.000	12.000	24.000	24.000	36.000
Servicios públicos	2.400	3.120	4.056	2.000	3.120	4.056	4.400	6.240	8.112
Enlace ÚLTIMA MILLA	0	0	0	7.400	8.880	8.880	7.400	8.880	8.880
Pago PACIFICTEL	1.800	1.800	1.800	1.500	1.800	1.800	3.300	3.600	3.600
Asesoría técnica	1.800	900	900	1.500	750	750	3.300	1.650	1.650
Gastos papelería y suministros	3.000	3.600	4.140	1.500	1.980	2.218	4.500	5.580	6.358
Total gastos fijos	47.001	48.077	59.814	40.014	47.051	53.219	87.016	95.128	113.033

ANEXO A. No.10

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

	Matriz Guayaquil				Sucursal Cuenca				Total General			
	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Gastos publicidad	800	9.600	6.720	6.048	600	6.000	5.040	4.536	15.600	11.760	10.584	
Asesoría contable y financiera	300	3.600	4.320	4.968	250	2.500	3.600	4.140	6.100	7.920	9.108	
Asesoría técnica	150	1.800	900	900	150	1.500	750	750	3.300	1.650	1.650	
Gastos papelería y suministros	250	3.000	3.600	4.140	150	1.500	1.980	2.218	4.500	5.580	6.358	
Depreciación muebles y enseres		363	363	363		245	294	294	608	657	657	
Total gastos administrativos		18.363	15.903	16.419		11.745	11.664	11.938	30.108	27.567	28.357	
Gastos mensuales		1.500	1.295	1.338		1.150	1.137	1.164	2.650	2.297	2.363	
Gastos desembolsables		18.000	15.540	16.056		11.500	11.370	11.644	29.500	26.910	27.700	

ANEXO A. No.11

ANALISIS DE COSTOS

COSTOS FIJOS	Matriz Guayaquil			Sucursal Cuenca			Total General		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Mano de obra	28.855	34.626	39.820	12.278	17.680	20.332	41.133	52.306	60.152
Arriendo Internet	8.160	6.528	6.528	6.800	6.528	5.222	14.960	13.056	11.750
Gasto satelital	16.000	16.000	24.000	8.000	8.000	12.000	24.000	24.000	36.000
Arriendo local	4.800	5.280	5.914	2.500	3.300	3.696	7.300	8.580	9.610
Servicios públicos	2.400	3.120	4.056	2.000	3.120	4.056	4.400	6.240	8.112
Seguro	1.175	1.057	951	695	626	563	1.870	1.683	1.515
Impuestos locales	150	150	150	150	150	150	300	300	300
Costos de constitución	600	0	0	200	0	0	800	0	0
Enlace ÚLTIMA MILLA	0	0	0	7.400	8.880	8.880	7.400	8.880	8.880
Pago a Senatel	400	400	400	400	400	400	800	800	800
Pago PACIFICTEL	1.800	1.800	1.800	1.500	1.800	1.800	3.300	3.600	3.600
Depreciación equipos y muebles	5.062	5.062	5.062	3.026	3.631	3.631	8.087	8.692	8.692
Amortización	2.488	2.488	2.488	1.732	2.078	2.078	4.220	4.567	4.567
Gastos financieros	7.542	4.167	0				7.542	4.167	0
Asesoría contable y financiera	3.600	4.320	4.968	2.500	3.600	4.140	6.100	7.920	9.108
Asesoría técnica	1.800	900	900	1.500	750	750	3.300	1.650	1.650
Gastos papelería y suministros	3.000	3.600	4.140	1.500	1.980	2.218	4.500	5.580	6.358
Total gastos fijos	87.832	89.498	101.177	52.180	62.522	69.916	140.012	152.021	171.093
COSTOS VARIABLES									
Gasto publicidad	9.600	6.720	6.048	6.000	5.040	4.536	15.600	11.760	10.584
Total costos variables	9.600	6.720	6.048	6.000	5.040	4.536	15.600	11.760	10.584
COSTO TOTAL	97.432	96.218	107.225	58.180	67.562	74.452	155.612	163.781	181.677

ANEXO A. No. 12
Flujo de Caja Proyectado

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
INGRESOS																
Navegación Internet		288	432	768	1.188	1.284	1.580	1.500	1.500	1.680	1.620	1.620	2.040	15.480	19.582	24.125
Navegación video		120	180	320	495	535	650	625	625	700	675	675	850	8.450	8.514	11.443
Servicio de Escaneo		16	24	48	74	82	110	100	110	110	100	110	110	994	1.312	1.763
Impresiones		60	90	180	278	308	375	375	375	413	413	488	525	3.878	5.118	6.879
Alquiler de computadoras		32	48	96	148	164	200	200	200	220	220	220	280	2.028	2.726	3.588
Fotocopiado		36	54	108	167	185	225	225	225	248	248	293	315	2.327	3.257	4.467
Llamadas Internacionales		338	675	1.350	2.025	2.025	2.025	2.025	2.025	2.700	2.700	2.700	2.700	23.288	34.931	43.684
Video conferencia		1.200	2.400	4.800	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	12.000	12.000	12.000	12.000	101.400	144.540	193.536
Grabación de VD		19	38	75	113	113	113	113	113	150	150	150	150	1.284	1.971	2.822
Franquicia		400	800	800	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.600	1.600	1.600	1.600	14.400	19.200	24.000
<i>Total Ingresos</i>		2.508	4.741	8.545	14.687	14.895	15.458	15.363	15.373	19.820	19.725	19.855	20.570	171.537	241.152	316.298
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	36.707			27.315										64.021		
EGRESOS																
1. Remuneraciones		2.405	2.405	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	3.632	41.133	52.306	60.152
2. Gastos de operación	600	4.378	3.378	6.517	5.767	5.317	5.767	5.767	5.317	5.767	5.767	5.317	5.467	65.130	67.139	80.567
Arriendo Local		400	400	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	7.300		
Servicios Públicos		200	200	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.400		
Seguro de equipos		98	98	167	167	167	167	167	167	167	167	167	167	1.870		
Impuestos locales		150		150										300		
Gastos constitución y permisos	600			200										800		
Gasto Internet		680	680	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	1.360	14.960		
Enlace Última Milla				740	740	740	740	740	740	740	740	740	740	7.400		
Enlace satelital		2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000		
Pago a Senatel		400		400										800		
Pago PACIFICTEL		450		450	450		450	450		450	450		150	3.300		
3. Pago de impuesto a la renta													5.773	5.773	28.047	48.800
4. Gastos administrativos	0	1.500	1.500	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	29.500	26.910	27.700
5. Gastos Financieros	0	333	333	833	833	833	5.000	4.931	4.861	4.792	4.722	4.653	4.583	36.708	25.000	0
Pago Intereses		333	333	833	833	833	833	764	694	625	556	486	417	7.542	4.167	
Pago Capital prestamo							4.167	4.167	4.167	4.167	4.167	4.167	4.167	29.167	20.833	
TOTAL EGRESOS	37.307	8.616	7.616	40.948	12.883	12.433	17.050	16.980	16.461	16.841	16.772	16.253	22.106	242.265	199.402	217.218
NETO DISPONIBLE	-37.307	-6.108	-2.875	-32.403	1.803	2.461	-1.592	-1.818	-1.088	2.979	2.953	3.602	-1.538	-70.728		
Mas aporte de socios	25.000													25.000		
Otros financiamiento requerido	20.000			30.000										50.000		
Flujo de Caja	7.693	1.586	-1.290	-3.692	-1.889	572	-1.020	-2.638	-3.726	-747	2.206	5.808	4.272	4.272	41.750	99.080

ANEXO A. No.13
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DE TEVEO FAMILY

	Matriz Guayaquil			Sucursal Cuenca			TOTALES GENERALES		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
INGRESOS									
Navegación Internet	9.936	12.569	15.485	5.544	7.013	8.640	15.480	19.582	24.125
Navegación video	4.140	5.465	7.345	2.310	3.049	4.098	6.450	8.514	11.443
Servicio escaneo	552	729	979	442	583	784	994	1.312	1.763
Impresiones	2.070	2.732	3.672	1.808	2.386	3.207	3.878	5.118	6.879
Alquiler de computadores	1.104	1.484	1.959	924	1.242	1.639	2.028	2.726	3.598
Fotocopias	1.242	1.739	2.385	1.085	1.518	2.082	2.327	3.257	4.467
Llamadas Internacionales	12.150	18.225	22.781	11.138	16.706	20.883	23.288	34.931	43.664
Video Conferencia (VC)	52.500	79.200	108.000	48.900	65.340	85.536	101.400	144.540	193.536
Grabación de VC	675	1.080	1.575	619	891	1.247	1.294	1.971	2.822
Franquicias	14.400	19.200	24.000	0	0	0	14.400	19.200	24.000
TOTAL INGRESOS	98.769	142.422	188.181	72.768	98.729	128.117	171.537	241.152	316.298
							90,72%	67,92%	57,44%
EGRESOS									
Remuneraciones	28.855	34.626	39.820	12.278	17.680	20.332	41.133	52.306	60.152
Gastos de operación	42.672	41.522	50.986	34.158	38.219	42.182	76.829	79.741	93.168
Gastos administrativos	18.363	15.903	16.419	11.745	11.664	11.938	30.108	27.567	28.357
Gastos financieros	7.542						7.542	4.167	0
TOTAL EGRESOS	97.432	92.051	107.225	58.180	67.562	74.452	155.612	163.781	181.677
UTILIDAD GRAVABLE	1.337	50.371	80.956	14.588	31.167	53.665	15.925	77.371	134.621
Menos Imp.a la Renta y % dist. Utilid.	485	18.260	29.346	5.288	11.298	19.454	5.773	28.047	48.800
UTILIDAD NETA	853	32.112	51.609	9.300	19.869	34.211	10.152	49.324	85.821
Depreciación eq. Operación	4.699	4.699	4.699	2.781	3.337	3.337	7.479	8.035	8.035
Depreciación eq. Administ.	363	363	363	245	294	294	608	657	657
Amortización	2.488	2.488	2.488	1.732	2.078	2.078	4.220	4.567	4.567
Gastos financieros	7.542						7.542	4.167	0
Resultados netos de la inversión	15.944	39.662	59.159	14.057	25.578	39.920	30.002	66.750	99.080

ANEXO A. No. 14

Balance General

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Efectivo	7.693	4.272	46.022	145.101
Muebles y otros	2.034	3.680	3.680	3.680
Menos Depreciación Inmuebles	0	608	1.265	1.923
Equipos	26.312	44.997	44.997	44.997
Depreciación equipos	0	7.479	15.514	23.550
Software e instalaciones	8.361	15.344	15.344	15.344
Menos Amortización	0	5.820	10.387	14.954
Permisos	600	1.600	1.600	1.600
Total Activos	45.000	55.986	84.476	170.297
PASIVOS				
Cuentas por pagar				
Salarios por pagar				
Prestamos bancarios x pagar	20.000	20.833		
Dividendos por pagar				
Total Pasivos	20.000	20.833	0	0
PATRIMONIO				
Capital	25.000	25.000	25.000	25.000
Revalorización del patrimonio	0			
Resultado de ejercicios anteriores	0		10.152	59.476
Utilidades o pérdidas del ejercicio		10.152	49.324	85.821
Total Patrimonio	25.000	35.152	84.476	170.297
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	45.000	55.986	84.476	170.297

ANEXO B

**IMAGEN CORPORATIVA Y
MATERIAL PROMOCIONAL**

ANEXO B. No.1

En el presente anexo se presenta un resumen de los primeros prototipos del trabajo contratado para la creación de la imagen corporativa.

El primer diseño que se presenta es el **logotipo** de empresa, el cual es un ojo con las letras T, V y O, en donde la O representa el lente de una cámara y juntas forman el nombre de la compañía, además se acompaña el logotipo con una frase que guarda mucha relación con el objeto del servicio.



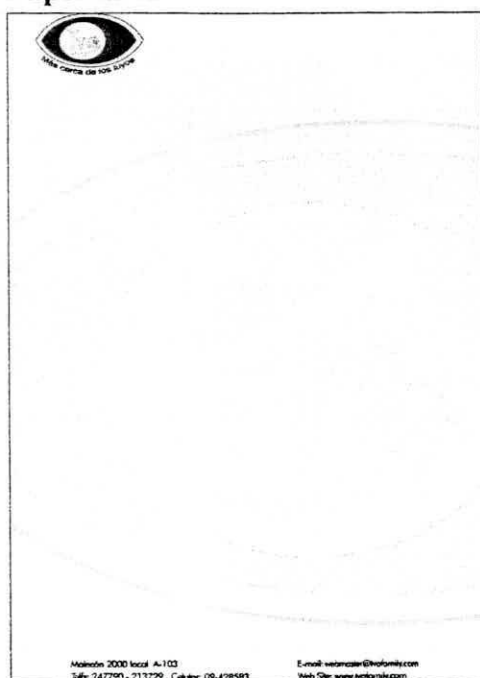
ANEXO B. No.3

Se muestra el diseño de la tarjeta de presentación en la que incluye el logotipo de la empresa en el ángulo superior izquierdo, así como también en el fondo de la tarjeta.

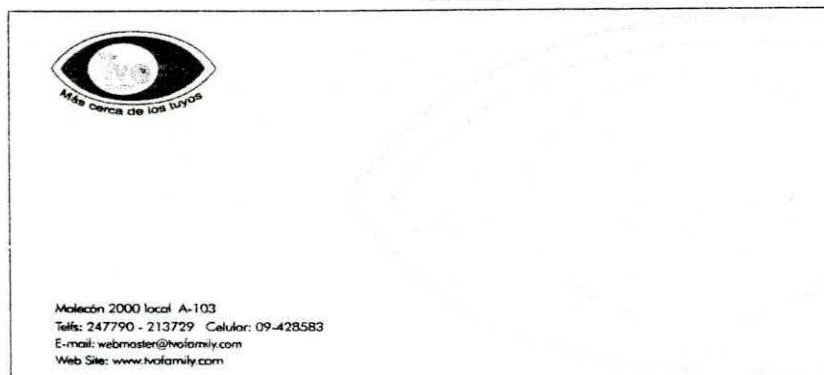


Las hojas y sobres que se van a usar la el envío de correspondencia en los casos que sea necesario podían estar impresas con el logotipo de la empresa, como se puede apreciar en los diseños mostrados a continuación.

Papel carta



Sobres



ANEXO B. No.2

Para la parte publicitaria se están han diseñado afiches, los cuales tienen información acerca del servicio que vamos a ofrecer y acerca de la empresa.

Con la finalidad de captar la atención de nuestros futuros clientes, se han establecido estrategias de mercadeo en las cuales se puede anunciar como por ejemplo, promoción en la se dan 5 minutos gratis de video conferencia en determinado horario. Se presentan a continuación algunos prototipos:

AFICHES

¿Quieres **VER**
a tus seres queridos?

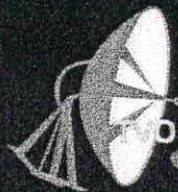
TVO Family
tiene lo que necesitas.
Su servicio especial
de VIDEOCONFERENCIA
con enlace a:
Canadá
España
E.E.U.U.

OTROS SERVICIOS:
navegación en Internet - netmeeting - escaneo - impresiones, etc.



Malecón 2000 local A-103
Telfs: 247790 - 213729
Web Site: www.tvofamily.com
E-mail: webmaster@tvofamily.com

¿Quieres **VER**
a tus seres queridos?



TVO Family tiene lo que necesitas.

POR MES
DE INAUGURACIÓN



¡GRATIS!

5 MINUTOS



de VIDEOCONFERENCIA
con enlace a : Canadá-España-E.E.U.U.

Lunes a Viernes 4 a 6 pm

OTROS SERVICIOS:
navegación en Internet - netmeeting - escaneo - impresiones, etc.



Con objeto de dar a conocer la empresa y los servicios que presta se propone el diseño de un tríptico en el cual se da una breve explicación del servicio de video conferencia y además se mencionan los otros servicios complementarios que se ofrecen.

TRIPTICO ANVERSO Y REVERSO

Servicios Adicionales:

- Navegación en Internet
- NetMeeting
- Llamadas Internacionales
- Alquiler de Computadora
- Impresiones
- Escaneo
- Papelería y Suministros
- Bar



Malecón 2000 local A-103
Telfs: 247790-213729
webmaster@tvofamily.com
www.tvofamily.com

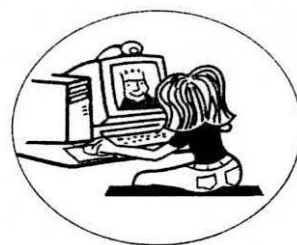
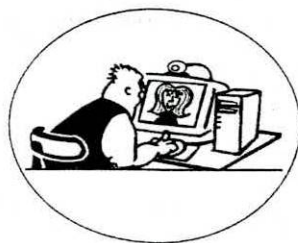


¿Te hace falta ver a tu familia o amigos? Aquí te damos una opción:

Puedes usar el servicio de videoconferencia que te brindamos.

¿En qué consiste la videoconferencia? Puedes ver a tu familia y amigos mientras hablas con ellos, ¿Cómo? a través de una cámara que está conectada al computador, y transmite una imagen nítida de la persona con la que estás hablando.

Es así como tienes todo al mismo tiempo.



Para que tú disfrutes de este servicio ponte de acuerdo con tu familia y amigos; luego acercate a nuestro local, llámanos o visita nuestra página en Internet, para que reserves el horario en el que quieras realizar la videoconferencia.

¿Dónde tenemos presencia? en Canadá, E.E.U.U. y España.

ANEXO B. No.4

Para la publicidad que se va a anunciar por los medios de comunicación escrita se están diseñado varios anuncios de acuerdo al tamaño de la publicidad que se va a sacar por el periódico y también se están elaborado algunos prototipos del diseño de la hoja volante, como el que se muestra a continuación:

Anuncios publicitarios varios

Volante

**AHORA
PUEDES VER
A TUS SERES QUERIDOS
MIENTRAS HABLAS CON ELLOS**

GRACIAS AL SERVICIO DE VIDEOCONFERENCIA
QUE TVO FAMILY OFRECE.

Malecón 2000 local A-103 webmaster@tvofamily.com
Telfs: 247790-213729 www.tvofamily.com

OTROS SERVICIOS : Internet - Netmeeting - Escaneo - Impresiones, etc.

Anuncios de prensa

¿Quieres comunicarte
con tus seres queridos ?

TVO Family te da la
oportunidad de verlos.

¡ CONTACTANOS !

Malecón 2000 local A-103
Telfs.: 2247790-2213729
webmaster@tvofamily.com
www.tvofamily.com

¿Quieres comunicarte
con tus seres queridos ?

TVO Family te da la
oportunidad de verlos.

¡ CONTACTANOS !

Malecón 2000 local A-103
Telfs.: 2247790-2213729
webmaster@tvofamily.com
www.tvofamily.com

Escaneo - Impresiones etc.
Malecón 2000 local A-103
Telfs.: 2247790-2213729
webmaster@tvofamily.com
www.tvofamily.com

otros
servicios: Internet - Netmeeting -

**¡ HOY !!!
GRAN INAUGURACIÓN**

TVO FAMILY abre sus puertas, e invita al público en general
a conocer el nuevo servicio de VIDEOCONFERENCIA con el
que podrás ver a tus seres queridos.

¡ TE ESPERAMOS !

En Malecón 2000 local A-103
Telfs.: 2247790-2213729

Además contamos con servicio de internet, netmeeting, impresiones, escaneos, etc.

Anuncios Clasificados

Como parte de la estrategia de publicidad se contempla la posibilidad de sacar anuncios clasificados por televisión, para lo cual se ha elaborado el siguiente diseño.



TVO FAMILY

¿QUIERES VER A TUS SERES QUERIDOS ?

TVO FAMILY tiene lo que necesitas
su servicio especial de VIDEOCONFERENCIA

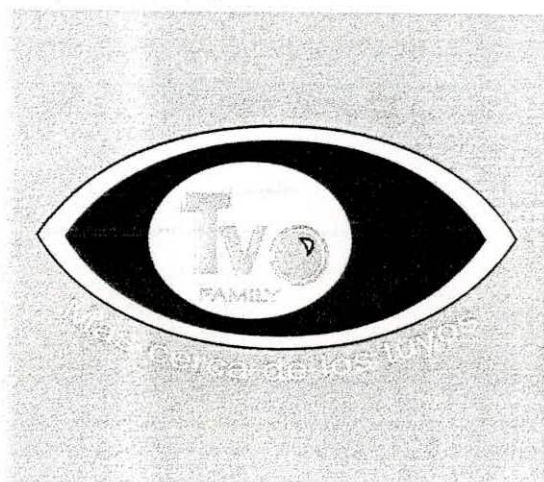
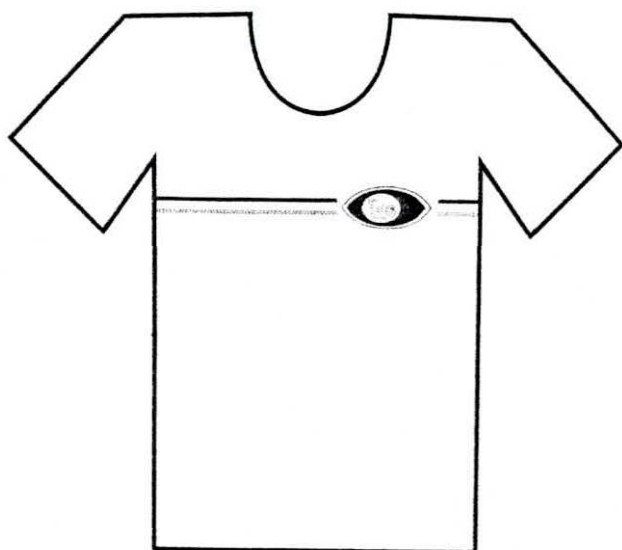
Con enlaces a :
Canadá, España, EEU.U.

OTROS SERVICIOS:
Internet - Netmeeting - Impresiones - Escaneo, etc.

The advertisement is a black and white graphic. At the top left is a satellite dish. To its right are three small circles. On the right side is a circular inset showing a woman with long hair sitting at a desk with a computer monitor displaying a person's face. On the left side is another circular inset showing a man sitting at a desk with a computer monitor displaying a person's face. The central text is on a dark, jagged-edged rectangular background. A large, white, multi-pointed starburst is positioned to the right of the central text block. At the bottom right is a large, stylized eye graphic.

ANEXO B. No.5

El material promocional puede incluir la entrega de camisetas, jarros, gorras, adhesivos para carros, definiéndose a continuación algunos diseños propuestos.



ANEXO C

DOCUMENTOS LEGALES, REGLAMENTOS Y REGULACIONES

ANEXO C. No.1

PASOS A SEGUIR PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA

1. Carta de aprobación del nombre de la compañía a constituirse por parte de Superintendencia de Compañías.
2. Obtención de la Cuenta de Integración por el 25% del monto mínimo de capital aprobado por la Superintendencia de Compañías, esto es USD \$800.00
3. Elaboración de la minuta de la Constitución de la Compañía.
4. Elaboración de la Escritura Pública de la constitución de la Cía.
5. Afiliación de la Cía. A la Cámara del Libro.
6. Trámite en la Superintendencia de Cías, para la debida aprobación de la Constitución de la Cía.
7. Inscripción en el Registro Mercantil de Guayaquil, de la constitución de la Cía.
8. Costo de las respectivas Anotaciones Marginales de la resolución aprobada por la Superintendencia de Cías.
9. Publicación del extracto de la Constitución de la Cía. En un periódico local.
10. Obtención del R.U.C. de la Cía.
11. Elaboración de los títulos provisionales de los accionistas de la Cía.
12. Elaboración del Libro de Acciones y Accionistas.
13. Elaboración de los Nombramientos respectivos de Gerente y Presidente debidamente inscritos.

ANEXO C. No 2

RESOLUCION No. 266-13-CONATEL-2000

CONSEJO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES

CONATEL

CONSIDERANDO:

Que, el avance tecnológico ha impulsado el aparecimiento de nuevos medios de comunicación, como el Internet, cuya utilización se ha masificado, debido a la gran variedad de servicios y aplicaciones;

Que, es necesario regular la comercialización de los servicios que se prestan sobre Internet en los denominados "Cibercafés";

Que, es necesario llevar un registro que permita regular y controlar la prestación de los servicios que ofrecen los "Cibercafés", a fin de que no afecten los derechos de terceros;

Que, para cumplir con los principios de universalidad, accesibilidad y no- discriminación, es necesario promover la prestación de este servicio, y el Internet para todos;

En uso de la facultad que le confiere la Ley,

RESUELVE:

ARTICULO 1.- DEFINICION.-

Definir como servicios enmarcados dentro de la legislación vigente, los que se prestan sobre Internet y pueden ser comercializados por los "Cyber Cafés", a los siguientes:

- Correo Electrónico,
- Búsqueda y Transferencia de Archivos,
- Acceso a Servidores de: Correo, D.N.S, World Wide Web, News, Bases de Datos,
- Gopher (Navegación)
- Chat
- Envío y recepción de fax limitado y,
- Los demás , definidos como tales por el CONATEL.

ARTICULO 2.- REGISTRO.-

La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones llevará un registro de quienes comercialicen los servicios que se prestan sobre Internet, a través de los denominados "Cibercafés". Para la inscripción en este Registro los interesados cumplirán con los siguientes requisitos :

2.1. Para personas naturales:

- Solicitud dirigida al Señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones, (según formato)
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación, en caso de los nacionales o del pasaporte para el caso de los extranjeros.
- Certificado sobre la actividad autorizada a desarrollar en caso de extranjeros
- Número de terminales o computadoras dedicadas al servicio
- Copia del contrato firmado con el respectivo proveedor de Internet (ISP).

2.2. Para personas jurídicas:

- Solicitud dirigida al Señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones, (según formato).
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa, o de su domiciliación en el país, en caso de empresas extranjeras.
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Certificado de la existencia legal y cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Número de terminales o computadoras dedicadas al servicio.
- Copia del contrato con el respectivo proveedor de Internet (ISP).

ARTICULO 3.- CERTIFICACIÓN.-

Una vez presentada la documentación y previo el análisis respectivo, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones procederá al registro de las personas naturales o jurídicas y a la emisión del Certificado de Registro que será entregado al interesado.

El Certificado de Registro tendrá una duración de un año y podrá ser renovado previo el pago de los derechos correspondientes y la actualización de la información requerida.

ARTICULO 4.- APORTES.-

Quien se encuentre habilitado para comercializar los servicios que se prestan sobre Internet, cancelará a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones un valor equivalente a \$ 300,00 (TRESCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA) como derecho de registro.

Los Cibercafés que operen en zonas rurales y urbano marginales determinadas por la SNT cancelarán \$100 (CIEN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA) por este concepto.

De igual forma pagará \$100,00 (CIEN DOLARES AMERICANOS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA) por concepto de derecho para la emisión del Certificado de Registro. Los Cibercafés que operen en zonas rurales y urbano marginales determinados por la SNT cancelarán \$ 50 (CINCUENTA DOLARES AMERICANOS) por este concepto.

ARTICULO 5.- CONTROL.-

Las actividades de los establecimientos y de la prestación de los servicios autorizados a comercializar por los "Cibercafés", estarán controladas por la Superintendencia de Telecomunicaciones, de acuerdo con la ley.

La Superintendencia de Telecomunicaciones procederá a sancionar al propietario o representante del negocio que preste servicio de Internet en caso de que opere sin el Certificado de Registro.

ARTICULO 6.- INFRACCIONES .-

De conformidad con el art. 28, literales a) y b), se considera infracción administrativa la operación de "Cybercafés" sin el correspondiente registro.

La falta de actualización del mismo, de acuerdo a lo dispuesto en la presente resolución, producirá la caducidad del registro y por tanto la operación de "Cibercafés" sin la actualización, también constituye una infracción de tipo administrativo.

De conformidad con el art. 28, literal g), se considera infracción la operación de "Cibercafés", violando las disposiciones de la presente resolución incluyendo las disposiciones transitorias.

ARTICULO 7.- SANCIONES ADMINISTRATIVAS.-

Las infracciones a esta Resolución serán sancionadas con:

- Amonestación escrita
- Multa
- Suspensión definitiva del servicio

De acuerdo con la gravedad de la falta.

ARTICULO 8.- MULTAS.-

Las multas que aplique la Superintendencia de Telecomunicaciones por las infracciones a esta Resolución, serán las establecidas en el Artículo 29 y demás pertinentes, de la Ley Especial de Telecomunicaciones.

ARTICULO 9.-

Los fondos recaudados por la aplicación de esta Resolución se destinarán a una partida especial en el presupuesto de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, y estará destinada al desarrollo y promoción del Internet.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.

Las personas naturales o jurídicas que posean locales que estén operando como "Cibercafés" tendrán el plazo de 60 días, contados a partir de la fecha de la publicación en la prensa de la presente Resolución, para registrarse en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.

SEGUNDA.

Hasta que las tarifas de telefonía fija reflejen costos reales, los "Cibercafés" no tendrán acceso a Internet mediante líneas conmutadas "dial up", debiendo contratar un canal dedicado para el efecto, con cualquiera de las operadoras de servicios portadores autorizadas.

Para la aplicación del Artículo 2 de la presente Resolución deberá adjuntarse copia del contrato de provisión del canal dedicado para operar Internet con la operadora de servicio portador. En caso de terminación de este contrato, el propietario o representante legal del establecimiento será responsable de contratar otro proveedor y deberá actualizar su registro dentro de los siguientes 30 días a que ocurra este hecho, en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, la cual emitirá una actualización del Registro, sin costo adicional.

TERCERA

Mientras se mantenga el régimen de exclusividad regulada para otorgar el servicio de telefonía fija los "Cibercafés" que deseen comercializar servicios que hayan sido otorgados en exclusividad, deberán obtener y presentar, previo su registro, un convenio comercial con las operadoras beneficiarias de dicha exclusividad.

CUARTA

Los "Cibercafés" que, en cumplimiento de la Resolución 152-08-CONATEL-2000 se hubiesen registrado en el catastro elaborado por la SUPTEL hasta el día 5 de julio del 2000, no pagarán el derecho de emisión del Certificado de Registro establecido en el Artículo 4 de esta Resolución.

Sin perjuicio de lo anterior, luego de transcurrido el plazo determinado en la primera disposición transitoria de esta Resolución, todos los solicitantes están obligados a pagar los derechos de registro y de emisión del certificado.

ANEXO C. No.3

CONVENIO COMERCIAL CON OPERADORAS BENEFICIARIAS

CLAUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES.-

1.1 PACIFICTEL S.A. es una empresa legalmente autorizada por el Consejo Nacional Telecomunicaciones, CONATEL, a través de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, SENATEL, para operar los Servicios Finales de Régimen de Exclusividad Temporal y Regulada.

1.2 La Exclusividad le ha sido otorgada a PACIFICTEL S.A. mediante la Cláusula Quinta del Contrato de Concesión, suscrito el 29 de diciembre de 1997, para organizar e instalar; y para prestar, administrar, operar los Servicios de Telefonía Fija, Local, Nacional e Internacional, alámbricos e inalámbricos, entre otros.

1.3 La Cláusula Quincuagésima del Contrato de Concesión, permite a PACIFICTEL S.A. subcontratar parcialmente las actividades que le corresponden cumplir, de conformidad con el Contrato de Concesión, con el propósito de tener un mejor manejo de la concesión.

1.4 Mediante resolución No. 266-13-CONATEL-2000 el Consejo Nacional de Telecomunicaciones establece el mecanismo necesario para registrar y regular la comercialización de los servicios que se prestan sobre Internet en los denominados cybercafés y estableciendo la obligación de suscribir los respectivos convenios".

1.5 Ante la necesidad de regularizar la operación de los Cybercafés, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, ha exhortado a las concesionarias a suscribir convenios de comercialización con los cybercafés para que puedan prestar servicios de telefonía.

1.6 El proveedor ejecuta la comercialización del servicio en forma autónoma, con sujeción a su propia organización en el giro del negocio. Por lo tanto, el aspecto financiero de su gestión es de su absoluta responsabilidad, incluido entre otros, la facturación, recaudación, pago de impuestos, su recurso humano, atención al público y procesamiento y solución de reclamos.

CLAUSULA SEGUNDA: OBJETO DEL CONVENIO.- Con los antecedentes expuestos, siendo PACIFICTEL S.A. la única operadora legalmente autorizada en su área de explotación para prestar los servicios de telefonía fija, estando facultada contractualmente para buscar el mejor manejo de la concesión y siendo de interés de los Organismos de Regulación y de Control la integración jurídica de los Proveedores de Voz por Internet, convienen con en subcontratarle la prestación del Servicio, debiendo recibir como contraprestación por parte del proveedor un pago.

Se aclara de manera expresa que esta participación no implica cesión ni transferencia total ni parcial de los derechos u obligaciones otorgadas a PACIFICTEL S.A. por el contrato de Concesión.

CLAUSULA TERCERA: PRECIO DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO.- El precio que las partes convienen en reconocerse mutuamente por el presente convenio de comercialización, consiste en el pago de un valor que hará el Proveedor a favor de PACIFICTEL S.A. y en las obligaciones que se describen en las Cláusulas Cuarta y Quinta.

El valor que se establece por la presente Cláusula es independiente de los derechos de inscripción, pensión básica mensual y/o facturación de consumo de los servicios, de acuerdo con los regímenes de tarifas vigentes.

El valor mensual será de **US\$ 130 (CIENTO TREINTA 00/00) dólares de los Estados Unidos de América** por cada terminal de usuario que tenga incorporado un programa de aplicación final que permita dar el servicio de voz por internet. El pago se lo realizará en forma trimestral (US\$ 390,00), por períodos adelantados, de la siguiente forma:

- USD \$ 150,00 mediante el pago económico a favor de PACIFICTEL.
- USD \$ 240,00 mediante canje publicitario y mercadeo de productos de PACIFICTEL.

Para el canje publicitario y mercadeo de productos, PACIFICTEL se compromete a entregar al Proveedor lo siguiente:

- Afiches publicitarios e Información detallada de los productos y servicios que PACIFICTEL brinda,
- Los productos que PACIFICTEL desee comercializar en los locales de los Proveedores, entre los que se incluye teléfonos públicos.

- Certificado de Conformidad Trimestral por el canje publicitario y mercadeo de productos, el mismo que servirá como requisito fundamental de vigencia del presente convenio para el siguiente trimestre.

CLAUSULA CUARTA: OBLIGACIONES DE PACIFICTEL S.A.- Son obligaciones de PACIFICTEL S.A. con el Proveedor:

- a) Permitir al Proveedor cumplir con el servicio, materia del presente contrato, desde su área de explotación;
- b) Suministrar la infraestructura de su red, en el caso de que el proveedor lo desee, a través de circuitos dedicados para la prestación del Servicio, en calidad de arrendamiento por un lapso igual a la vigencia de este convenio, cuyo pago se realizará de acuerdo a las tarifas vigentes y se manejará separado de los valores determinados en la cláusula tercera.
- c) Instalar por lo menos 1 teléfono público de PACIFICTEL en el área del local que usa el Proveedor.

CLAUSULA QUINTA: RESPONSABILIDAD Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO.- La prestación del Servicio en si misma y la información

propia de terceros en ella involucrada será suministrada por el Proveedor por su exclusiva cuenta, costo, riesgo y responsabilidad. Es también responsable por la relación que haga con el usuario por la prestación del Servicio y aún por sus implicaciones por la calidad del Servicio. Por tanto el Proveedor asume plena responsabilidad por toda consecuencia derivada de su negligencia, culpa o dolo en el incumplimiento de sus obligaciones quedando obligado a reparar íntegramente cualquier clase de daños y perjuicios causados.

Sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones asumidas con PACIFICTEL S.A en este convenio, el Proveedor se obliga a:

- a) Sufragar los gastos de publicidad y mercadeo para dar a conocer al público la prestación del Servicio y sus opciones;
- b) Proveer el local para operar como Centro de Servicios, con el equipamiento telefónico, humano y/o teleinformático necesario para la prestación del Servicio;
- c) No perjudicar la imagen del Servicio proporcionando información deficiente;
- d) Publicar la prestación del servicio en una guía de servicios de acceso a Internet o medio gráfico similar. Alternativamente podrá hacerlo por otros medios.

- e) A solicitud de PACIFICTEL, el proveedor deberá comercializar los servicios que PACIFICTEL ponga a su disposición cuyas condiciones comerciales se definirán en acuerdos separados;
- f) Proporcionar información a PACIFICTEL S.A. sobre los documentos relacionados con la prestación del Servicio cuando haya lugar para efecto de resolver cualquier reclamación;
- g) Permitir al personal de PACIFICTEL S.A., así como al personal de cualquier otra compañía designada por ésta, que concurra a inspeccionar y revisar las interfaces de los sistemas de conexión, la instalación de los equipos y software para verificar la explotación del Servicio autorizado al Proveedor, cuando así se lo considere necesario.
- h) No podrá gestionar tráfico telefónico entrante por Internet, IP o cualquier otro protocolo o mecanismo;
- i) Mensualmente deberá reportar a PACIFICTEL S.A. sobre la operación de cada uno de los Centros de Servicios, en el formato que las Partes convengan y que podrá ser modificado a petición de una de ellas. Básicamente en el formato constará:
 - Número de PCs que disponen de facilidades de voz;
 - Nombre (s) del proveedor (es) de las facilidades de voz;
 - Monto del pago mensual al proveedor de las facilidades de voz;
 - Horario de atención al público;

La falta, descuido, error u omisión del Proveedor en la aplicación e interpretación de la información relativa al presente convenio, no lo releva de la responsabilidad de apreciar adecuadamente las dificultades y el cumplimiento de las obligaciones que se deriven del mismo.

CLAUSULA SEXTA: VIGENCIA DEL CONVENIO.- La vigencia de este convenio es de un (1) año renovable automáticamente por períodos iguales a menos que exista una notificación escrita del Proveedor con un (1) mes de anticipación. Todo esto mientras dure el Plazo de vigencia del Régimen de Exclusividad Temporal y Regulada a favor de PACIFICTEL S.A.

CLAUSULA SEPTIMA: CARACTERISTICAS DEL SERVICIO PROPORCIONADO POR EL PROVEEDOR.-

7.1 Voz sobre Internet

El Proveedor proporcionará al Usuario la infraestructura de software y hardware adecuadas para prestar el Servicio con calidad y a precios razonables. La medición del tiempo de prestación del Servicio así como su recaudación son responsabilidades del Proveedor.

El Proveedor proporcionará al Usuario el servicio de voz sobre Internet en terminales finales, así como todos los programas de aplicación final que requiera el usuario.

7.2 Prohibiciones al Proveedor

- Promover prácticas de discriminación racial, política o religiosa;
- Incitar a la violencia o a cometer acto ilegal alguno;
- Impulsar la práctica de actos peligrosos o reñidos con la moral, la ética o las buenas costumbres, que pueden afectar a terceros;
- Proveer información falsa, controversial o caduca;
- Inducir a conclusiones erróneas como consecuencia de ambigüedad, exageración u omisión.
- Retrasar el inicio o prolongar indebidamente el consumo del servicio; e,
- Infringir normas legales o reglamentarias sobre el secreto de las telecomunicaciones, la propiedad intelectual, el derecho de intimidad personal o familiar y al honor del usuario.

CLÁUSULA OCTAVA: ADMINISTRADOR DEL CONVENIO.- La administración del convenio, por parte de PACIFICTEL S.A. estará a cargo de la Vicepresidencia de Negocios. La administración por parte del Proveedor estará a cargo de su Representante Legal o la persona que éste designe por escrito.

CLÁUSULA NOVENA: ALCANCE DEL CONVENIO.- Cada una de las partes será considerada en sus relaciones con terceros como contratista independiente, respecto del público, del Servicio y de las relaciones del Proveedor con los Usuarios. El Proveedor es el único dueño del negocio.

El Proveedor se obliga a responder los reclamos que por incumplimiento de sus obligaciones y de disposiciones que le sean imputables, le sean demandados legalmente, por los usuarios y/o terceros legitimados, obligándose a excluir a PACIFICTEL S.A. por toda consecuencia que de ello se derivare.

CLAUSULA DECIMA: PROHIBICION DE CEDER EL CONVENIO.- Por ningún motivo, el Proveedor podrá ceder a terceros los derechos y obligaciones emanados de este Convenio, ni total ni parcialmente.

CLAUSULA DECIMO PRIMERA: CAUSALES DE TERMINACION DEL CONVENIO.- Las Partes acuerdan que este Convenio podrá darse por terminado en los siguientes casos:

- 1) Por terminación de la exclusividad temporal y regulada de PACIFICTEL S.A.
- 2) Por desaparición o reemplazo del Servicio objeto de este contrato en el mercado.
- 3) Por quiebra del proveedor.
- 4) Por mutuo acuerdo entre las Partes.
- 5) Por imposibilidad del Proveedor de continuar ejerciendo su objeto social.
- 6) Cuando pueda verse afectada la seguridad de la Red Pública de Telecomunicaciones de PACIFICTEL S.A.
- 7) Por incumplimiento de las obligaciones contractuales establecidas en la cláusula tercera.
- 8) Por incumplimiento de una de las obligaciones de las cláusulas Cuarta y Quinta.

CLASULA DECIMO SEGUNDA: RELACION LABORAL DEL PERSONAL DEL PROVEEDOR CON PACIFICTEL S.A. El Proveedor realizará la prestación del Servicio con autonomía administrativa y técnica en los que le corresponde. En consecuencia no existirá vínculo laboral alguno entre PACIFICTEL S.A. y el personal del Proveedor.

CLAUSULA DECIMO TERCERA.- COMUNICACIONES.- Salvo que sea acordado de otra manera, las comunicaciones que deban cursar las Partes, se harán por escrito y se considerarán válidas y suficientes si se envían por correo certificados, E-mail o por fax confirmado telefónicamente.

Para cualquier asunto relacionado con la aplicación y ejecución de este Convenio y sus Anexos, las Partes deberán dirigirse a:

PACIFICTEL S.A.

Att.

Rocafuerte 732 y Orellana.

Casilla Postal

Guayaquil

Teléfono: 4 560200

Fax : 4

E-mail:

PROVEEDOR

Att.

Dirección:

Teléfono

Fax:

E-mail:

CLAUSULA DECIMO CUARTA.- RESPONSABILIDAD DE LAS PARTES POR SUCESOS AJENOS QUE AFECTEN LA PRESTACION DEL SERVICIO.-

Ninguna de las Partes será responsable por cualquier pérdida, daño, demora, incumplimiento causado por eventos imprevistos fuera de su control y que alude la ley como causas de fuerza mayor o caso fortuito.

CLAUSULA DECIMA QUINTA.- CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACION.-

Excepto que sea requerido de otro modo por leyes o regulaciones aplicables, las Partes conocen y acuerdan que la información aquí contenida, así como cualquier otra información así designada por cualquier Parte a la otra, es y debe permanecer como propiedad de esta Parte, debe ser mantenida estrictamente confidencial y no debe ser revelada a terceras partes, particularmente a aquellas que ofrecen servicios competitivos en Ecuador. A la terminación de este Convenio, las Partes deberán retornar a la otra Parte cualquier y todo el material confidencial y deben cesar y desistir de hacer uso posterior de tal material o información.

Las partes no deben revelar y deben prevenir a sus respectivos empleados, cesionarios, sub contratados o agentes, de revelar cualquier información confidencial adquirida.

CLAUSULA DECIMA SEXTA.- MARCO LEGAL, SOLUCION DE CONTROVERSIAS Y ARBITRAJE.- El presente Convenio se fundamenta en las disposiciones legales vigentes en el Ecuador, en especial aquellas que norman al sector de las telecomunicaciones y en el acuerdo expreso de las Partes constantes en este Convenio.

Controversias

Cualquier controversia, diferencia o reclamación que se derive o esté relacionada con la interpretación o ejecución del presente convenio será sometido y resuelta por los Tribunales de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, de acuerdo con la Ley de Arbitraje y Mediación y según el Reglamento del Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil. Este arbitraje será en derecho.

Para efectos de cualquier notificación, las partes contratantes señalan como su domicilio las siguientes direcciones:

- PACIFICTEL, en el despacho de su Presidencia Ejecutiva, ubicado en el Edificio ROCASA de las calles Rocafuerte 732 y Orellana de la ciudad de Guayaquil; con el número telefónico 560200.
- EL PROVEEDOR,

En caso de que el Proveedor cambie de dirección, ésta se obliga a notificarlo, por escrito, al Administrador del Convenio.

En caso de que Pacifictel cambie de dirección, está obligada a notificarlo por escrito al Administrador del Convenio nombrado por el Proveedor.

Las cláusulas del presente Convenio podrán ser modificadas total o parcialmente por mutuo acuerdo.

ANEXO D

RESULTADOS ENCUESTA

ANEXO D. No.1

LA ENCUESTA Y SUS RESULTADOS

Para determinar el grado de aceptación de nuestro servicio se elaboró una encuesta cuyas preguntas y resultados los podemos ver a continuación:

Edad entre:

18-30	25 personas
31-40	6 personas
41-50	13 personas
51-60	4 personas
61-70	2 personas

¿Tiene familiares o amigos viviendo en el extranjero?

Sí	50 personas
No	0 personas

¿Está en contacto con ellos?

Sí	50 personas
No	0 personas

¿Qué medio utiliza para comunicarse?

Teléfono	41 personas
Correo	4 personas
E-mail	22 personas
Chat	3 personas
Videoconferencia	0 personas

Con qué frecuencia se comunica con sus familiares

Diario	6 personas
Semanal	17 personas
Quincenal	7 personas
Mensual	13 personas

Esporádicamente 5 personas

¿Cuál es el tiempo promedio que dura la comunicación?

- 5 minutos	13 personas
+10 minutos	12 personas
+15 minutos	7 personas
+30 minutos	14 personas
+60 minutos	4 personas

¿Cuánto gasta en comunicarse?

-5 dólares	23 personas
entre 5-10	21 personas
entre 10-20	3 personas
entre 20-50	1 persona
+50 dólares	0 personas

¿Le gustaría ver en tiempo real a la persona con la que esta hablando, a través de una pantalla?

Sí	48 personas
No	2 personas

¿Estaría dispuesto a pagar \$1.20 por minuto para tener este servicio?

Sí	39 personas
No	11 personas

¿Durante cuánto tiempo lo usaría?

5 minutos	27 personas
10 minutos	17 personas
15 minutos	5 personas
20 o más	1 persona

¿Con qué frecuencia usaría este servicio?

Semanal	13 personas
Quincenal	10 personas
Mensual	20 personas

Esporádicamente	7 personas
No lo usaría	0 personas

¿En qué horario le es más fácil comunicarse?

7-9 am	2 personas
9-12 am	4 personas
12-3 pm	6 personas
3-6 pm	12 personas
6-9 pm	16 personas
9-11 pm	10 personas

¿Qué días preferiría?

Entre semana	20 personas
Fin de semana	30 personas

¿Se le hace fácil trasladarse hasta el área del Malecón 2000 para tener la video conferencia?

Sí	20 personas
No	30 personas

¿En qué sector de la ciudad vive Ud.?

Norte: 27 personas Sur: 15 personas En otra ciudad: 1 persona Centro: 5 personas

¿En qué ciudad del extranjero vive su familiar?

España:	10 personas
EE.UU:	30 personas
Italia:	6 personas
Canadá:	7 personas
Suecia:	1 persona
Cuba:	1 persona
Bélgica:	1 persona

BIBLIOGRAFÍA

- Datos Estadísticos INEC
- Innovación Empresarial (Rodrigo Varela)
- Contabilidad Financiera (Horngren, Sunden, Elliot)
- Principio de Finanzas Corporativas (Brealey Myers)
- Management Information Systems (Laudon)
- Proyecto de Marketing Internacional (grupo estudiantes UQAM-ESPOL 2001)
- Trabajo de Imagen Corporativa TVO FAMILY (PROTCOM-ESPOL)
- Página WEB (PROTCOM-ESPOL)

- www.tvofamily.com
- www.polycom.com
- www.picturetel.com
- www.affinity.net
- www.verestar.com
- www.migrantes ecuatorianos.com
- www.conatel.gov.ec

- Unidad de Negocios Pacifictel S.A. (Ings. Richard Morán, Jaime Asanza)
- Información sobre tipos de conexiones VERESTAR S.A.
- Información sobre tipos de conexiones y sus costos CONVERGIA S.A. (Ings. Aldo Otati, Carlos Jurado)
- Regulaciones del Sector de Telecomunicaciones CONATEL (Ing. Carlos Del Pozo)
- Información técnica canales de acceso y anchos de banda (TELCONET Ing. Tomislav Topic)
- Información de Equipos de Videoconferencia (COASIN TELECOM)
- Estudio Jurídico del Ab. Miguel Calderón Jaime (Creación Compañía)
- Cotizaciones y datos técnicos hardware y software (ECUAREDES S.A.)
- Cotizaciones e información sobre costos accesos Internet (ESPOLTEL S.A.)

- Asesoría Técnica del Anl. Yamil Lambert
- Asesoría Financiera MBA Eliécer Campos
- Dirección del Proyecto MBA. Nayeth Solórzano
- Dirección General Ing. Sergio Flores