

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

Licenciatura en Sistemas de Información
"Venta de E-Tickets para Espectáculos Públicos y
Privados por Internet para Media Logic S.A."

TESIS DE GRADO

Previo la obtención del título de:
Licenciado en Sistemas de Información

Presentado por
Lsi. Blanca Irene Kuonquí Bravo
Lsi. José Enrique Chávez Mendoza
Lsi. Luis Ernesto Román Zambrano



Guayaquil - Ecuador

2006

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



**FACULTAD DE INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD Y
COMPUTACIÓN**

Licenciatura en Sistemas de Información

**"Venta de E-Tickets para Espectáculos Públicos y Privados
por Internet para Media Logic S.A."**

TESIS DE GRADO

**Previo la obtención del Título de:
Licenciado en Sistemas de Información**

Presentado por:

**Lsi. Blanca Irene Kuonquí Bravo
Lsi. José Enrique Chávez Mendoza
Lsi. Luis Ernesto Román Zambrano**


Guayaquil - Ecuador

2006

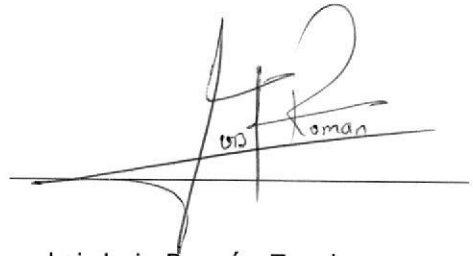
DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este Proyecto de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL"

(Reglamento de Exámenes y Títulos profesionales de la ESPOL)



Lsi. José Chávez Mendoza



Lsi. Luis Román Zambrano



Lsi. Blanca Kuonquí Bravo

MIEMBROS DEL TRIBUNAL



Ing. Lenín Freire, MSIG
Coordinador de L.S.I.
Presidente



Dr. Gustavo Galio, MSIG
Director Tesis



Ing. Néstor Arreaga
Miembro Principal



Ing. Eduardo Armijos
Miembro Principal

DEDICATORIA

(Blanca Kuonquí Bravo)

A mis padres por su invaluable apoyo

A mis abuelos por la confianza
depositada en mí.

A mis hermanas.

DEDICATORIA

(José Chávez Mendoza)

A mis padres por el apoyo incondicional
que me han brindado en todos los
momentos de mi vida.

DEDICATORIA

(Luis Román Zambrano)

A mi padre, que aunque este lejos, ha sido una inspiración para alcanzar este nuevo objetivo.

A mi esposa y a mi primogénita.

AGRADECIMIENTO
(Blanca Kuonquí Bravo)

A Dios.

A mis padres y hermanas.

A mis abuelitos.

A mis compañeros de tesis.

AGRADECIMIENTO
(José Chávez Mendoza)

A Dios

A mis padres y hermanos

AGRADECIMIENTO
(Luis Román Zambrano)

A Dios

A mi familia

A mis compañeros de tesis

INTRODUCCIÓN

En este documento detallamos minuciosamente todo el proceso del plan de negocio tecnológico el cual esta basado en un sitio Web transaccional llamado: "Ecuatickets.com". Nos enfocaremos al análisis detallado de todos los aspectos concernientes al negocio, como son: el análisis de mercado, comercialización, jurídico, financiero y social. Se detallan las herramientas para desarrollo, equipos y recursos.

Respecto al producto que desarrollamos, damos una completa explicación de la funcionalidad, usabilidad, riesgos, ventajas, desventajas, formas de pago y restricciones que tendría el sitio.

RESUMEN EJECUTIVO

Media Logic S.A. es una empresa tecnológica creada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, por un joven profesional que poniendo en práctica todos sus conocimientos y experiencias adquiridas, decidió formar un ente jurídico para que los clientes tengan una mayor confianza en los productos y servicios que ofrece.

Este documento presenta el plan de negocio de un nuevo producto que se incorpora al menú de servicios y productos de la empresa llamado "Ecuatickets", el cual consiste en la venta de tickets para espectáculos públicos y privados a través de Internet.

La idea de este nuevo producto se sustenta por la necesidad no cubierta por el mercado, de que los espectadores adquieran los tickets de los espectáculos públicos y privados mediante una forma rápida, cómoda y segura, mediante el uso de Internet, el cual se ha convertido en uno de los medios mas efectivos para masificar la comercialización de un producto.

Los servicios de Ecuatickets estarán disponibles a los organizadores de eventos en las ciudades de Quito y Guayaquil, y podrá ser usado por cualquier persona con acceso a Internet desde cualquier parte del mundo.

Los ingresos que percibirá *Media Logic S.A.* por su producto Ecuatickets, están dados por un valor que recibirá por parte del organizador del evento por cada dólar

vendido, y por la comisión cobrada al espectador por cada ticket vendido y por el servicio de entrega a domicilio.

En Ecuatickets, el espectador podrá encontrar información actualizada de los espectáculos actuales y futuros, escenarios, artistas, entre otros.

El análisis financiero de Ecuatickets demuestra que es un modelo de negocio rentable, de acuerdo al análisis de los estados e índices financieros proyectados a 5 años tales como:

- Margen de utilidad neta (14.61%)
- Rentabilidad sobre la inversión (15.63%)
- Rentabilidad sobre el patrimonio (94.99%).
- Rentabilidad sobre activos totales (2.01)
- Punto de retorno de la inversión (1,36 años = 16 meses)
- V.A.N. (18.220,35)
- T.I.R. (86.4%)

Tabla de Contenido

1 La Empresa y su Producto	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Historia de la Empresa y Situación actual.....	1
1.3 Misión	2
1.4 Visión.....	3
2 Análisis del Mercado	4
2.1 Constitución del Mercado	4
2.2 Ente Regulador.....	5
2.3 Posibilidad de Implementación y Éxito del Proyecto.....	5
2.4 Restricciones o Barreras	6
2.5 Principales Empresas y Participación Estimada del Mercado Actual	8
3 Análisis del Sector y de la Empresa	9
3.1 Recursos Cualificados Disponibles	9
3.1.1 Recursos Humanos.....	9
3.1.2 Capacidad de Respuesta ante Requerimientos Emergentes	22
3.2 Función de los Sistemas Informáticos/Sitios Web Actuales	24
3.3 Calidad del Servicio Percibido	26
3.3.1 Percepción de la Calidad del Servicio	26
3.3.2 Tendencia del mercado en relación al servicio	26
3.3.3 Oportunidades en desarrollo de valores agregados	27
3.3.4 Ciclo del Servicio.....	28
3.3.5 Narrativa (Compra de Tickets – Cliente).....	29
3.3.6 Narrativa (Canje de Tickets).....	32
3.3.7 Narrativa	33

3.3.8 Fugas del Servicio	33
3.4 Análisis del Producto	34
3.4.1 Producto/Servicio	34
3.4.2 Punto Beneficiador y Beneficios.....	35
3.4.3 Presentación del Producto	36
3.5 Análisis del Consumidor.....	38
3.5.1 Identificación y Segmentación del Mercado.....	38
3.5.2 Grupo Objetivo primario y secundario.....	39
3.5.3 Características del Mercado	41
3.6 Características del Mercado.....	47
3.6.1 Objetivos Mercadológicos	47
3.6.2 Objetivos Financieros.....	48
3.6.3 Plan de Contingencia	49
3.7 Cuantificación del Mercado.....	50
4 Estrategias de Mercado	51
4.1 Lanzamiento de EcuTickets.....	51
4.2 Estrategias de Precios	52
4.3 Estrategias de Comercialización.....	52
4.4 Estrategia Promocional	53
4.5 Estrategia de Distribución	54
4.6 Políticas de Servicios.....	54
4.7 Políticas de Comercialización	55
5 Análisis Técnico.....	56
5.1 Producto.....	56
5.2 Equipos	57

5.3 Mobiliario.....	59
5.4 Planos	60
5.5 Herramientas	61
5.6 Plan de Consumo	62
5.7 Plan de Compras	63
5.8 Proveedores.....	63
5.9 Sistemas de Control y Seguridad	64
6 Política Laboral	65
6.1.1 Empleados	67
6.1.2 Herramientas de Control y Desempeño	67
7 Análisis Legal y Social.....	69
7.1 Aspectos Legales de la Empresa	69
7.2 Aspectos Legales del Empleado	70
7.3 Aspectos Legales de los Clientes.....	70
7.4 Legislación.....	71
8 Análisis Financiero.....	73
8.1 Capital de Trabajo	73
8.2 Inversión de Activos Fijos	74
8.3 Depreciación de Activos Fijos	77
8.4 Presupuesto de Ingresos.....	79
8.5 Presupuesto de Egresos.....	83
8.6 Flujo de Caja.....	87
8.7 Flujo de Efectivo	93
8.8 Estado de Resultados y Balance General	94
8.9 Análisis de Razones Financieras	99

9 Cronograma de Actividades	105
10 Recomendaciones	106
11 Conclusiones.....	107
12 Anexos	108
13 Bibliografía	140

Índice de Tablas

Tabla no. 1. Estadísticas de Número de Posesión de	7
Tarjetas de Crédito en el Ecuador.....	7
Tabla no. 2. Participación de mercado.....	8
Tabla no. 3. Sitios Web Actuales	24
Tabla no. 4. Cuadro comparativo entre sus competidores.....	25
Tabla no. 5. Certificados de Regalo	27
Tabla no. 6. Perfil de los usuarios de Internet aplicable a Latinoamérica.....	42
Tabla no. 7. Edad de los usuarios latinos de Internet.....	42
Tabla no. 8. Estadísticas de Acceso a Internet en Ecuador (Oct. del 2005)	43
Tabla no. 9. Accesos y usuarios en el año 2004 en Ecuador.....	44
Tabla no. 10. Accesos y usuarios en el año 2005 en Ecuador	46
Tabla no. 12. Equipos Informáticos de la oficina.....	57
Tabla no. 13. Mobiliario de la oficina.....	59
Tabla no. 14. Consumo de suministros proyectado a un mes	62
Tabla no. 15. Plan de compra de Suministros	63
Tabla no. 16. Proveedores de Servicios y Suministros.....	64
Tabla no. 17. Porcentaje de Acciones de los Socios de Ecuatickets.....	73
Tabla no. 18. Valor de las Acciones de los Socios	73
Tabla no. 19. Rubros de Capital de Trabajo	74
Tabla no. 20. Rubros de Inversión Inicial	75
Tabla no. 21. Inversión Inicial	76
Tabla no. 22. Porcentajes de Depreciación de Activos Fijos.....	77
Tabla no. 23. Tabla de Depreciación de Activos Fijos	77
Tabla no. 22. Tabla de Presupuesto de Ingresos	79

Tabla no. 23. Tabla de Presupuesto de Egresos.....	84
Tabla no. 24. Tabla de Flujo de Caja.....	87
Tabla no. 25. Balance Inicial.....	94
Tabla no. 26. Estado de Resultados	96
Tabla no. 27. Balance General	97
Tabla no. 28. Proyección de Impuestos Fijos	122
Tabla no. 29. Proyección de Impuestos después de Balances.....	122
Tabla no. 30. Gastos por Lanzamiento	124
Tabla no. 31. Costos de Promoción y Publicidad	124
Tabla no. 32. Análisis de Mercado	130
Tabla no. 33. Análisis de Escenarios	131
Tabla no. 34. Análisis de Categoría de Eventos	132

Índice de Anexos

Anexo 01. Contrato de Trabajo Eventual	109
Anexo 02. Contrato de Trabajo a Plazo Fijo	113
Anexo 03. Acta de finiquito	117
Anexo 04. Contrato de Prestación de Servicios.....	119
Anexo 05. Impuestos de la Compañía.....	122
Anexo 06. Rol de Pagos	123
Anexo 07. Gastos de Publicidad	124
Anexo 08. Comportamiento de Tasa de Inflación.....	125
Anexo 09. Análisis de Mercado.....	126
Anexo 10. Análisis de Escenarios.....	131
Anexo 11. Análisis de Categoría de Eventos.....	132
Anexo 12. Encuesta a Organizadores de Espectáculos.....	134
Anexo 13. Encuesta a Espectadores	136
Anexo 14. Precios	138

1 La Empresa y su Producto

1.1 Antecedentes

La idea surgió por la constante necesidad de adquirir tickets para eventos, desde ciudades donde inclusive no existen puntos de ventas, de una forma ágil y segura, sin hacer largas colas, con facilidades de pago y que sean entregadas en el lugar donde el cliente lo solicite.

Este servicio constituirá otra alternativa de venta de tickets para las empresas que organicen eventos de espectáculos en las ciudades de Guayaquil y Quito, las cuales constituyen nuestro segmento de mercado.

1.2 Historia de la Empresa y Situación actual

Nuestra empresa, llamada "Media Logic S.A.", tiene sus oficinas en la ciudad de Guayaquil ubicada en Antepara 714 y Quisquís Mezanine oficina 5.

La idea de formar la empresa Media Logic S.A. surgió del Sr. Luis Román, quien desde algunos años antes ha venido incursionando en el mercado nacional con un producto de software que ha tenido muy buena acogida y con el fin de incursionar en el desarrollo de nuevos productos, invitó a su otro socio para formar parte activa de la empresa.

Media Logic S.A. es una empresa formada por un joven profesional con experiencia en el área informática y creada con el fin de crear soluciones tecnológicas a pequeños y medianos negocios.

Su principal actividad es el desarrollo de aplicaciones utilizando tecnología de punta así como la comercialización de software anteriormente desarrollado.

Cuenta con productos ya desarrollados y en completo funcionamiento en empresas a nivel nacional. Media Logic S.A. cuenta con unos 70 clientes en todo el país y se tienen buenas expectativas de crecimiento a mediano plazo.

Media Logic S.A. también brinda los servicios de asesoría informática, servicios tales como mantenimiento preventivo y correctivo de hardware y desarrollo de aplicaciones.

1.3 Misión

Ser facilitadores de la tecnología, para que a través de un sitio web, las empresas que organizan espectáculos públicos y privados del país, puedan expandir la venta de sus tickets, hacia otros mercados.

1.4 Visión

Posicionarnos como líderes en el Ecuador en proveer el servicio de venta de tickets por Internet.

2 Análisis del Mercado

2.1 Constitución del Mercado

Ecuatickets es un sitio web dedicado a la venta de tickets para eventos públicos y privados por Internet.

Su target primario, son todos los organizadores de espectáculos de las ciudades de Quito y Guayaquil inicialmente, teniendo como objetivo principal, expandir su mercado a todas las ciudades del Ecuador.

Entre los principales organizadores de espectáculos tanto públicos como privados en el Ecuador, podemos nombrar los siguientes:

- Top Show Producciones
- Espectar
- Hits producciones
- Expoeventos
- Hotel Oro Verde
- Barceló Colon Miramar
- Ferias del Ecuador
- Feria Jesús del Gran Poder – Quito
- Cámara de Comercio de Guayaquil

2.2 Ente Regulador

Ecuatickets, es un producto más de Media Logic, empresa tecnológica, cuya actividad está regulada por la Superintendencia de Compañías del Ecuador. La actividad de nuestros clientes, los organizadores de espectáculos, es regulada por la Cámara de Turismo y por el Municipio de la ciudad sede del evento.

2.3 Posibilidad de Implementación y Éxito del Proyecto

En base a un sondeo realizado, pudimos notar que Ecuatickets podría tener una gran aceptación en el mercado, ya que surgió de la necesidad de cubrir la venta de tickets para espectáculos en zonas donde no existen puntos de venta, incrementando así la cantidad de tickets vendidos, lo cual es el principal objetivo de nuestros posibles clientes, los organizadores de espectáculos.

Además, la Internet se está constituyendo en el mejor medio tecnológico para masificar la promoción y venta de productos a un bajo costo, y más aun, cuando dicho medio no ha sido debidamente explotado en el Ecuador.

Podemos destacar también que la gran mayoría de posibles compradores de tickets, tienen acceso a Internet, ya sea desde sus trabajos,

centros de estudio, a través de Cybers o desde sus hogares, facilitando así la visita al portal, lo cual hace a Ecuatickets, un negocio atractivo para los organizadores de espectáculos.

Cabe señalar, que la cantidad de espectáculos en el Ecuador, se han incrementado considerablemente con relación a años anteriores.

2.4 Restricciones o Barreras

Luego de un detallado análisis, pudimos determinar ciertas barreras con las que Ecuatickets podría enfrentarse, como por ejemplo:

- La penetración del Internet en el Ecuador, aún es incipiente, lo cual dificulta en cierta medida la utilización masiva de Internet.
- Sabemos también que en el Ecuador, el número de PC's con acceso a Internet es mínima con respecto a otros países en Latinoamérica.
- La cantidad de tarjeta-habientes en el Ecuador, es poco atractiva (33% de la población aproximadamente).
- La baja confiabilidad en los organizadores de eventos, que se evidencia en la cantidad de espectáculos cancelados.

De todas las barreras u obstáculos que hemos encontrado para Ecuatickets, consideramos que definitivamente la más importante, es la falta

de confiabilidad por parte de los usuarios de Internet, en cuanto a realizar transacciones a través de la web, por temor al ingresar el número de su tarjeta de crédito y que sea mal utilizado.

Tabla no. 1. Estadísticas de Número de Posesión de Tarjetas de Crédito en el Ecuador

Fecha	Internacional		Nacional		Total
	Corporativa	Individual	Corporativa	Individual	
Mar-03	18,227	335,066	1,643	220,329	575,265
Abr-03	18,301	343,037	1,608	217,630	580,576
May-03	17,938	355,256	1,622	218,691	593,507
Jun-03	21,490	404,070	1,628	219,229	646,417
Jul-03	21,009	407,246	1,626	209,644	639,525
Ago-03	20,955	422,626	1,602	209,223	654,406
Sep-03	20,335	435,946	1,899	212,619	670,799
Oct-03	20,152	456,330	1,992	213,693	692,167
Nov-03	20,017	461,716	1,933	215,071	698,737
Dic-03	20,233	500,675	1,923	234,456	757,287
Ene-04	20,195	521,842	1,843	228,798	772,678
Feb-04	19,936	532,602	1,792	222,912	777,242
Mar-04	19,836	582,463	1,768	226,612	830,679
Abr-04	19,624	593,800	1,720	227,173	842,317
May-04	19,481	602,898	1,729	226,102	850,210
Jun-04	19,418	668,609	1,690	226,441	916,158
Jul-04	19,265	685,762	1,687	230,900	937,614
Ago-04	19,068	701,904	1,639	234,524	957,135
Sep-04	19,004	752,404	1,671	243,888	1,016,967
Oct-04	18,863	770,802	1,665	249,146	1,040,476
Nov-04	18,789	797,926	1,675	249,323	1,067,713
Dic-04	18,978	853,507	1,770	281,298	1,155,553
Ene-05	18,194	812,691	1,409	229,161	1,061,455
Feb-05	17,935	807,763	1,432	229,732	1,056,862
Mar-05	17,726	815,801	1,404	236,348	1,071,279
Abr-05	17,631	828,989	1,373	245,626	1,093,619
May-05	17,352	838,912	1,357	253,263	1,110,884
Jun-05	16,882	846,674	1,371	263,177	1,128,104
Jul-05	16,822	856,526	1,355	276,364	1,151,067
Ago-05	16,662	865,794	1,318	294,849	1,178,623
Sep-05	16,536	874,266	1,158	307,141	1,199,101

Fuente: Central de Riesgo. Septiembre 2005

2.5 Principales Empresas y Participación Estimada del Mercado Actual

Tabla no. 2. Participación de mercado

Nombre Empresa	Shared Market (%)
EcuadorVirtual	6.0%
ImaTech	5.5%
STD	5.0%
PaloSanto	4.0%

Fuente: Sondeo de muestreo personal

* Base estadística poco representativa

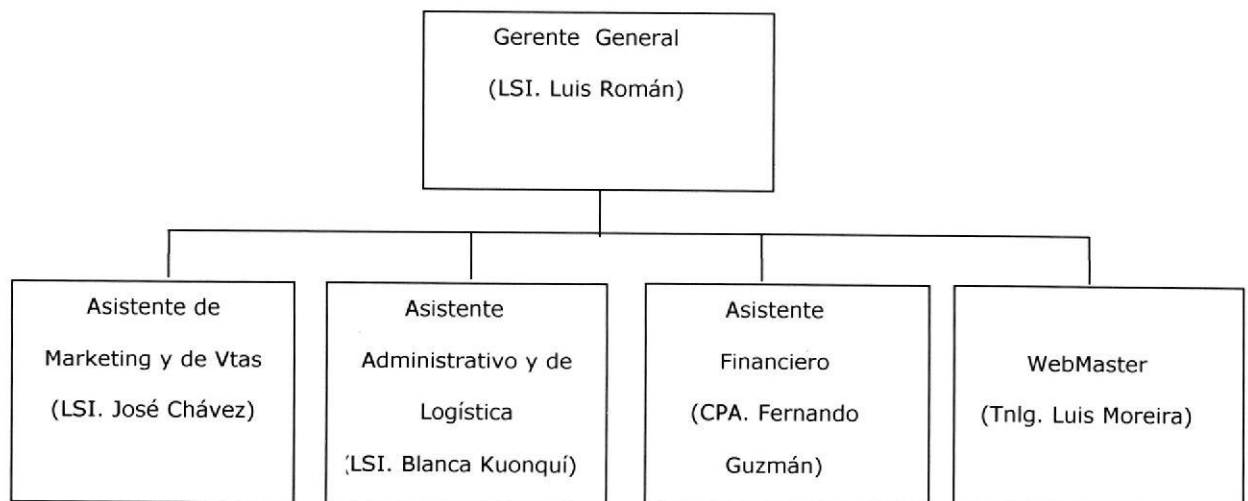
3 Análisis del Sector y de la Empresa

3.1 Recursos Cualificados Disponibles

3.1.1 Recursos Humanos


3.1.1.1 Análisis del Equipo de Trabajo

El sitio web Ecuatickets será considerado otro producto más de la compañía *Media Logic S.A.*, el cual requerirá de la siguiente estructura organizacional para su puesta en funcionamiento. Algunos cargos ya existen actualmente en la empresa, pero es necesario citarlos para que se describan las funciones relacionadas al nuevo producto.



Organigrama de Media Logic S.A. para el Producto Ecuatickets

3.1.1.1.1 Descripción del Cargo: Gerente General

		DESCRIPCIÓN DE CARGO		Documento #: RHH-D-001
Elaborado Por: José Chávez		Revisado Por: Blanca Kuonquí		Aprobado Por: Luis Román
PARTE A: IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
Nombre del Cargo:		Gerente General		
Nombre del Área:		Ecuatickets	Nivel del Cargo:	2 de 3
Descripción Genérica del Cargo:		Administrar todas las actividades de la empresa haciendo un uso eficiente de los recursos financieros, humanos y materiales asignados.		
Cargo de Jefe Superior:		Gerente General		
Cargos bajo su mando directo: <ul style="list-style-type: none"> • Asistente de Marketing y de Ventas • Asistente Administrativo y de Logística • Asistente Financiero • Webmaster 				
Comunicaciones Colaterales: Ninguna				
Edad Requerida:	30-45 Años	Sexo:	Ambos	

PARTE B: DESCRIPCIÓN DEL CARGO**Actividades:**

- Planificar, organizar, y controlar el aspecto financiero y crediticio de la empresa.
- Evaluar los estados financieros de la empresa.
- Asegurar el cumplimiento de las metas de la empresa mediante la toma de decisiones correcta y oportuna.
- Participar en el desarrollo del presupuesto y plan estratégico de la empresa.
- Aprobar las cotizaciones de los servicios a los clientes.
- Coordinar y participar de los eventos y avances de proyectos con los clientes.
- Elaborar y darle seguimiento a los contratos por servicios prestados por la empresa a los clientes.

PARTE C: HABILIDADES MENTALES

Conocimientos y/o Carreras
Requeridas:


Graduado en carrera de Administración de empresas o afines.

Experiencia Requerida:

Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

Aptitudes Requeridas:	<ul style="list-style-type: none">• Liderazgo• Analítico• Sentido de colaboración y solidaridad• Responsabilidad• Iniciativa• Creatividad• Fluidez verbal• Organizado• Buen manejo de las relaciones interpersonales
-----------------------	--

3.1.1.1.2 Descripción del Cargo: Asistente de Marketing y de Ventas


		DESCRIPCIÓN DE CARGO		Documento #: RHH-D-002
Elaborado Por: José Chávez		Revisado Por: Blanca Kuonquí		Aprobado Por: Luis Román
PARTE A: IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
Nombre del Cargo:		Asistente de Marketing y Ventas		
Nombre del Área:		Ecuatickets	Nivel del Cargo:	1 de 3
Descripción Genérica del Cargo:		Planificar, implementar y evaluar los planes de marketing y de ventas del producto Ecuatickets.		
Cargo de Jefe Superior:		Gerente de Producto		
Cargos bajo su mando directo: Ninguno				
Comunicaciones Colaterales: <ul style="list-style-type: none"> • Asistente Administrativo y de Logística • Asistente Financiero • Webmaster 				
Edad Requerida:		25-45 Años	Sexo:	Ambos

PARTE B: DESCRIPCIÓN DEL CARGO**Actividades:**

- Elaborar e implementar el plan de marketing.
- Elaborar las propuestas en conjunto con los demás asistentes de áreas, lo cual incluye el análisis de recursos físicos, humanos, administrativos y financieros necesarios.
- Elaborar el contrato de prestación de servicios de los clientes.
- Realizar las presentaciones al cliente acerca de las funcionalidades que ofrece el producto Ecuatickets y de todo el proceso de logística asociado.
- Establecer convenios de publicidad con organizadores de espectáculos y con propietarios de bares, discotecas, karaokes y otros.
- Investigar e identificar las necesidades del mercado.
- Elaborar y dar cumplimiento al presupuesto de ventas.
- Poseer conocimiento completo de los actuales clientes e identificación de potenciales clientes.
- Planificar estrategias con las demás áreas de la empresa para obtener más contratos de servicios y de postventa.
- Elaborar y dar seguimiento a las propuestas del producto.
- Realizar la comercialización, promoción y demostración del producto.
- Verificar la satisfacción del cliente en cuanto al producto ó servicio requerido.

PARTE C: HABILIDADES MENTALES	
Conocimientos y/o Carreras Requeridas:	Preferible graduado en la carrera de Ingeniería Comercial, Marketing o experiencia mínima de cinco años en el área.
Experiencia Requerida:	Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
Aptitudes Requeridas:	<ul style="list-style-type: none">• Analítico• Sentido de colaboración y solidaridad• Responsabilidad• Iniciativa• Creatividad• Fluidez verbal• Organizado• Buen manejo de las relaciones interpersonales

3.1.1.1.3 Descripción del Cargo: Asistente Administrativo y de Logística


		DESCRIPCIÓN DE CARGO		Documento #: RHH-D-003
Elaborado Por: José Chávez	Revisado Por: Blanca Kuonquí	Aprobado Por: Luis Román		
PARTE A: IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
Nombre del Cargo:	Asistente Administrativo y de Logística			
Nombre del Área:	Ecuatickets	Nivel del Cargo:	3 de 3	
Descripción Genérica del Cargo:	Garantizar el normal desenvolvimiento operativo de la empresa y por consiguiente del producto Ecuatickets.			
Cargo de Jefe Superior:	Gerente de Producto			
Cargos bajo su mando directo: Ninguno				
Comunicaciones Colaterales:				
<ul style="list-style-type: none"> • Asistente de Marketing y de Ventas • Asistente Financiero • Webmaster 				
Edad Requerida:	30-45 Años	Sexo:	Ambos	

PARTE B: DESCRIPCIÓN DEL CARGO**Actividades:**

- Asegurar el cumplimiento de las políticas, objetivos, procedimientos y normas de disciplina de la empresa y los relacionados con la eficiencia de los procesos.
- Realizar el reclutamiento, evaluación, capacitación y liquidación del personal.
- Asegurar el buen estado y funcionamiento de las instalaciones y de los equipos necesarios en las distintas áreas de la empresa.
- Implementación y registro contable de las transacciones administrativas de la empresa tales como roles de pago, pagos a los proveedores, facturas por pagar y por cobrar, cobros a clientes, depósitos, liquidaciones, planillas del seguro, etc.
- Implementar y controlar la seguridad física de la empresa.
- Control de ingresos y egresos de la empresa a fin de asegurar un buen manejo de la liquidez y del pago de obligaciones.
- Auditoría a las cuentas de activos y pasivos.
- Elaboración de informes de presupuestos, movimientos y situación financiera de la empresa.
- Aseguramiento del normal funcionamiento de la empresa asistiendo a las áreas en cualquier requerimiento administrativo.
- Mantener relaciones con los proveedores de servicios de entregas.
- Administrar la entrega de tickets a los clientes.

PARTE C: HABILIDADES MENTALES	
Conocimientos y/o Carreras Requeridas:	Graduado en carrera de Administración de empresas o afines.
Experiencia Requerida:	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
Aptitudes Requeridas:	<ul style="list-style-type: none">• Analítico• Sentido de colaboración y solidaridad• Responsabilidad• Iniciativa• Creatividad• Fluidez verbal• Organizado• Buen manejo de las relaciones interpersonales

3.1.1.1.4 Descripción del Cargo: WebMaster

		DESCRIPCIÓN DE CARGO		Documento #: RHH-D-004
Elaborado Por: José Chávez		Revisado Por: Blanca Kuonquí		Aprobado Por: Luis Román
PARTE A: IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
Nombre del Cargo:		WebMaster		
Nombre del Área:		EcuaTickets	Nivel del Cargo:	3 de 3
Descripción Genérica del Cargo:		Administrar el sitio web y realizar las etapas de desarrollo, pruebas e implementación de los cambios y/o errores del mismo de acuerdo al cronograma, estándares y metodologías establecidas.		
Cargo de Jefe Superior:		Gerente de Producto		
Cargos bajo su mando directo: ninguno				
Comunicaciones Colaterales: <ul style="list-style-type: none"> • Asistente de Administración y de Logística • Asistente de Marketing y de Ventas • Asistente Financiero 				
Edad Requerida:		22-35 Años	Sexo:	Ambos

PARTE B: DESCRIPCIÓN DEL CARGO**Actividades:**

- Administrar el sitio web en cuanto a: (Se aplica si el sitio lo administra directamente *Media Logic S.A.*):
- Instalación de Firewalls.
- Instalación de antivirus y actualización periódica del mismo.
- Monitoreo continuo mediante alertas y otras herramientas acerca de la carga de trabajo del sitio, amenazas de virus, falla del hardware o software.
- Administrar la base de datos en cuanto a afinamiento y proceso de respaldos automatizados.
- Realizar e implementar planes de contingencias para garantizar el normal funcionamiento del sitio web.
- Configurar la base de datos del sitio web en cuanto a:
- Registrar las publicidades en el sitio web derivados de los convenios realizados.
- Registro de nuevos eventos, imágenes, localidades, precios, escenarios y otros.
- Emisión de reportes de ventas de tickets, de control y estadísticos.

PARTE C: HABILIDADES MENTALES	
Conocimientos y/o Carreras Requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> • Analista de Sistemas ó superior • Conocimientos de desarrollo y administración de sitios web transaccionales. • Conocimientos intermedios de bases de datos. • Dominio del idioma Inglés (lectura y escritura)
Experiencia Requerida:	Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.
Aptitudes Requeridas:	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico • Sentido de colaboración y solidaridad • Responsabilidad • Iniciativa • Creatividad • Fluidez verbal • Organizado • Buen manejo de las relaciones interpersonales

3.1.2 Capacidad de Respuesta ante Requerimientos Emergentes

Media Logic S.A. está preparada para afrontar eventos emergentes mediante los siguientes planes de contingencias:

Sitio web no funciona

El plan de contingencia ante cualquier problema que provoque la interrupción de servicio del sitio web, está a cargo de la empresa con la cual se contrató el hospedaje. En caso de que este plan falle, *Media Logic S.A.* realizará el siguiente procedimiento:

- Dado que la base datos de Ecuatickets se respalda diariamente, mediante un job, en el servidor del hospedaje, se copia dicho respaldo, vía ftp, a nuestro servidor web de contingencias.
- Restaurar el sitio web (*.aspx, *.img, *.html, *.config, etc.) en el servidor web de contingencias.
- Verificar que el directorio virtual esté correctamente configurado.
- Redireccionar el url www.Ecuatickets.com al nuevo servidor web de contingencias.

Cancelación de Eventos

Cuando se cancele un evento por motivo de fuerza mayor, se procederá de acuerdo al siguiente procedimiento:

- Comunicar al Webmaster la cancelación del evento para que se indique como cancelado en el sitio web, y evitar que se sigan vendiendo entradas.
- Media Logic S.A. es responsable de generar un reporte de todas las ventas que hayan sido registradas mediante Ecuatickets.
- En base al reporte, procesar con la entidad emisora de la tarjeta de crédito de pago, el reverso de los valores correspondientes a los tickets adquiridos. La devolución se realizará en los subsiguientes 5 días laborables después de la cancelación del evento.
- Notificar vía e-mail a cada cliente, la nota de crédito a su tarjeta de crédito correspondiente al reverso.

No entrega de Tickets a Domicilio

Cuando nuestro courier no pueda entregar los tickets a domicilio a un determinado destinatario, se procederá de acuerdo al siguiente procedimiento:

- El courier nos notificará vía e-mail un reporte de los tickets NO entregados.
- El asistente de logística se comunicará con el cliente para comunicarle que no fue posible realizar la entrega del ticket, y le planteará la alternativa de hacer la entrega el stand de Ecuatickets o en las oficinas de Media Logic S.A., y de realizar el reembolso por el valor del servicio de entrega que no fue realizado.
- Si el courier no puede entregar el ticket en el domicilio, se le entregará al cliente el día del evento, en el lugar del espectáculo.

3.2 Función de los Sistemas Informáticos/Sitios Web Actuales

Tabla no. 3. Sitios Web Actuales

Empresas	Fortalezas	Debilidades
EcuadorVirtual	Pioneros en el desarrollo de sitio web para venta de tickets electrónicos en el Ecuador	La imagen de la empresa no ha sido bien difundida en el mercado.
ImaTech	Ofrece atractivos diseños para páginas web. Excelentes relaciones comerciales. Atractivos precios por sus servicios	Baja capacidad financiera
STD del Ecuador	Experiencia en desarrollo de sitios web Conocimientos tecnológicos de última generación	Ofrece precios un poco superiores por sus servicios en relación al mercado
PaloSanto	Ofrece otros servicios relacionados al desarrollo de sitios web (Hosting)	Limitada a la tecnología de código abierto (LINUX) Ofrece precios muy elevados por sus servicios

Tabla no. 4. Cuadro comparativo entre sus competidores

Empresas	Fortalezas	Debilidades	Nivel de Satisfacción	Sitios Web Elaborados
EcuadorVirtual	<ul style="list-style-type: none"> Pioneros en el desarrollo de sitio web para venta de tickets electrónicos en el Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> La imagen de la empresa no ha sido bien difundida en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Muy satisfactorio 	<ul style="list-style-type: none"> E-Ticket (www.tame.com.ec)
ImaTech	<ul style="list-style-type: none"> Ofrece atractivos diseños para páginas web. Excelentes relaciones comerciales. Atractivos precios por sus servicios 	<ul style="list-style-type: none"> Baja capacidad financiera 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfactorio 	<ul style="list-style-type: none"> El Universo (www.eluniverso.com)
STD del Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en desarrollo de sitios web Conocimientos tecnológicos de última generación 	<ul style="list-style-type: none"> Inadecuada estimación de tiempos en el desarrollo de proyectos Ofrece precios elevados por sus servicios en relación al mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfactorio 	<ul style="list-style-type: none"> Portal de Compras de la Junta de Beneficencia de Guayaquil (www.jbgcompras.org.ec)
TicketMaster	<ul style="list-style-type: none"> Poseen gran experiencia en la logística y venta de e-tickets a nivel mundial. Alto poder financiero que le permite incursionar en nuevos mercados. 		<ul style="list-style-type: none"> Muy satisfactorio 	<ul style="list-style-type: none"> TicketMaster www.ticketmaster.com

3.3 Calidad del Servicio Percibido

3.3.1 Percepción de la Calidad del Servicio

Existe expectativa por el sitio para la compra de los tickets por Internet. Según un sondeo realizado en la ciudad de Guayaquil a 50 personas, el 79.00 % indicaron que si comprarían, aunque hicieron hincapié en que el sitio debe tener todas las seguridades posibles.

En el Ecuador, aún no existe un portal que realice venta de tickets para espectáculos a través de Internet, ya que existen portales dedicados a la venta de tickets, pero no para espectáculos. Existen también portales donde el usuario puede realizar la reservación de su ticket, pero no comprarlo.

3.3.2 Tendencia del mercado en relación al servicio

Actualmente, Internet se está convirtiendo poco a poco en la mejor herramienta para masificar la venta de productos a un bajo costo, ya que puede cubrir zonas en las que no existen puntos de venta, pero si hay personas que requieren el servicio.

La utilización de lectoras de códigos de barras y el uso de la nanotecnología, permiten que los procesos que actualmente son difíciles de controlar, hoy en día, se los pueda hacer de manera ágil y segura, pero los costos no son accesibles a nuestro negocio.

3.3.3 Oportunidades en desarrollo de valores agregados

La posibilidad de implementar como valor agregado el concepto de **Certificado de Regalo**, el cual consiste en otorgar un cupón al usuario, por un valor determinado, el que posteriormente podrá ser canjeado por tickets, en el sitio web o personalmente en el stand de Ecuatickets o en las oficinas de Media Logic S.A.

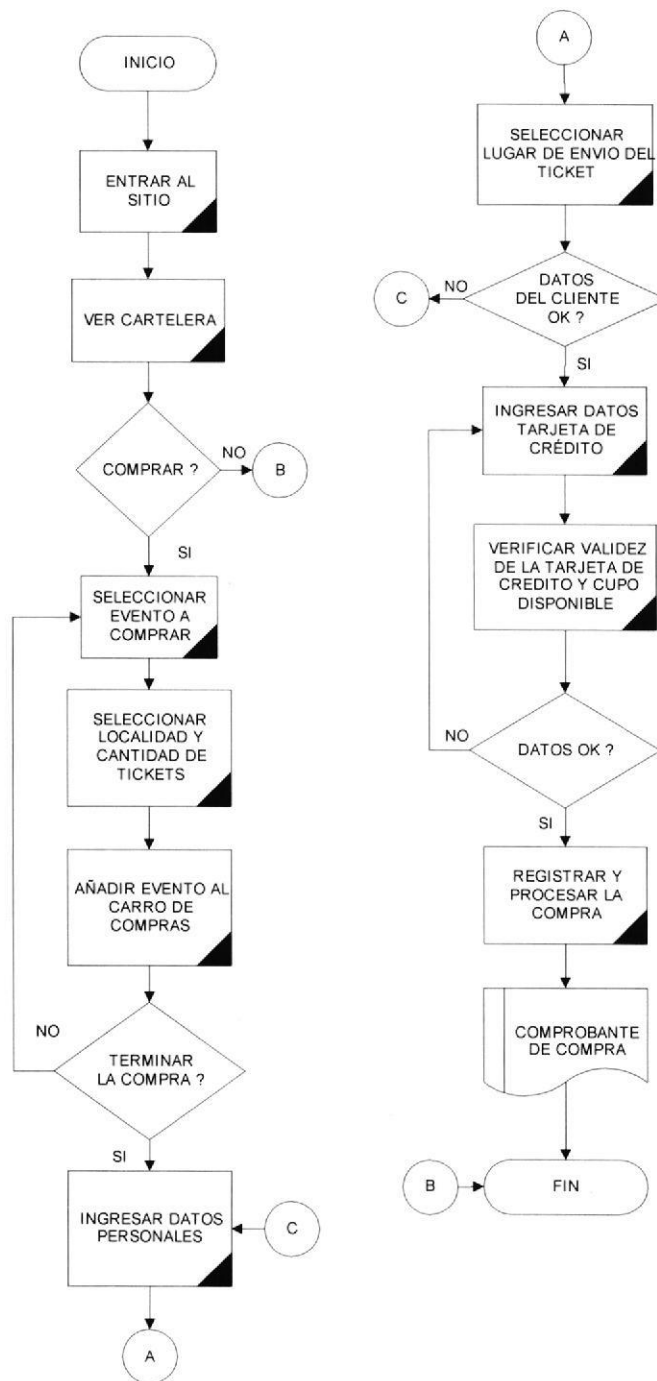
Los niveles de los Certificados de Regalo pueden ser:

Tabla no. 5. Certificados de Regalo

Nivel	Valor
Súper Premium	\$ 100.00
Premium	\$ 50.00
Básico	\$ 25.00

3.3.4 Ciclo del Servicio

3.3.4.1 Compra de Tickets - Cliente

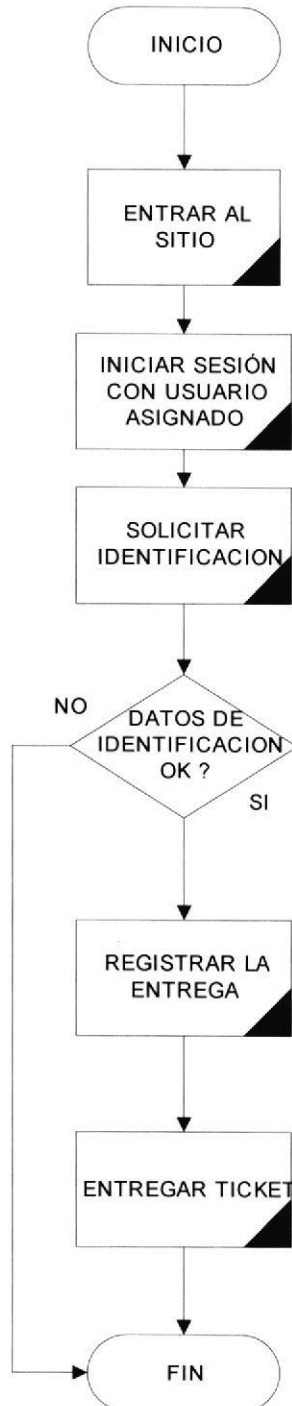


3.3.5 Narrativa (Compra de Tickets – Cliente)

- El ciclo comienza, cuando el usuario de Ecuatickets entra al sitio web.
- El usuario tiene disponible la Cartelera de Espectáculos para decidir cual de los espectáculos prefiere y si desea o no comprarlo, también tiene la opción de adquirir Certificados de Regalos.
- Si el usuario decide comprar, debe seleccionar el espectáculo o Certificado de Regalo a comprar, caso contrario, finaliza el proceso.
- Una vez seleccionado el espectáculo, debe escoger la localidad, número de silla (en caso de que sea numerada), cantidad de tickets a comprar; en caso de ser Certificado de Regalo, debe decidir el valor del mismo, etc.
- Luego, debe añadir el espectáculo o Certificado de Regalo seleccionado al Carrito de Compras.
- En caso de que el cliente desee realizar otra compra, debe repetir el proceso de selección del producto y añadirlo nuevamente al Carrito de Compras, caso contrario, se procede a realizar el proceso de la compra.
- Para realizar la venta, primero se debe ingresar los datos personales del cliente.
- Estos datos son verificados, si están correctos, puede continuar con el proceso de compra, de lo contrario el proceso finaliza.
- Una vez ingresado los datos del cliente correctamente, se debe ingresar los datos de la tarjeta de crédito del cliente.

- Ingresados los datos, se procede a verificar la validez de la misma, su fecha de caducidad, cupo disponible, etc.
- Si los datos ingresados tienen algún error, se debe volver a ingresar los datos de la tarjeta de crédito, de lo contrario, continúa con el proceso.
- Una vez ingresado correctamente los datos, se registra y procesa la compra.
- Luego se imprime el Comprobante de Venta y finaliza el proceso

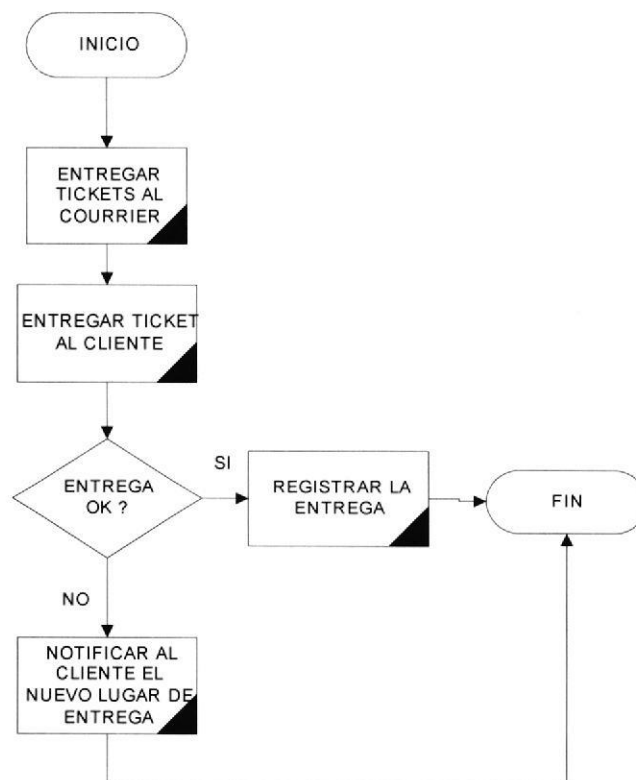
3.3.5.1 Canje de Tickets



3.3.6 Narrativa (Canje de Tickets)

- El ciclo comienza, cuando el usuario de EcuTickets, en este caso el vendedor representante de EcuTickets, entra al sitio web.
- El vendedor, debe iniciar sesión ingresando su usuario asignado.
- Una vez iniciada sesión, el vendedor debe solicitar una identificación personal al cliente, para registrar y verificar sus datos.
- Luego el vendedor procede a registrar en el sistema la entrega y,
- Finalmente el vendedor debe entregar el ticket al cliente.

3.3.6.1 Entrega de Tickets a Domicilio



3.3.7 Narrativa

- El ciclo comienza, cuando un representante de Ecuatickets entrega los tickets al courier.
- El courier debe entregar el ticket al cliente, en el lugar especificado por el mismo al momento de registrar la compra.
- Si la entrega fue satisfactoria, se registra la entrega en el sistema y finaliza el proceso, caso contrario,
- Se debe notificar al cliente el motivo por el cual no fue entregado su ticket en el lugar acordado y los datos del nuevo lugar de entrega, con esto finaliza el proceso.

3.3.8 Fugas del Servicio

A continuación indicamos las posibles fugas del servicio, que podrían ocurrir en nuestro modelo de negocio:

- Si el ancho de banda de la conexión a Internet utilizada por el usuario es mínimo y esto agravado por la navegación en horas pico, es probable que el usuario abandone el sitio web, dado el excesivo tiempo de carga de las páginas.
- Si el nivel de calidad de nuestro courier en la entrega de los tickets no es el esperado, puede originar una mala imagen de nuestro servicio y por ende una resistencia al uso del sitio web.

- Si el usuario no especifica la ubicación exacta y completa de su domicilio podría ocasionar problemas en la entrega de los tickets y por ende no volverían a utilizar el sitio web.

3.4 Análisis del Producto

3.4.1 Producto/Servicio

Ecuatickets es un portal o sitio web dedicado a vender tickets para espectáculos públicos y privados a través de Internet.

El portal ofrece variada información acerca de los espectáculos y sus protagonistas.

Antes de proceder a una compra por primera vez, el usuario debe ingresar sus datos personales para que pueda ser registrado en el portal, permitiendo así almacenar sus datos para futuras compras.

Ecuatickets le brinda 3 alternativas al momento de realizar su compra, las cuales se detallan a continuación:

1. Entrega a domicilio si el usuario reside en la ciudad sede del evento. La compra debe ser realizada mínimo hasta 2 días antes del espectáculo.
2. Entrega la oficina de Media Logic S.A. ubicada en la ciudad sede del evento.

3. Entrega en el stand de Ecuatickets en el día del evento ubicado en las instalaciones del escenario.

En las dos últimas modalidades de entrega, el cliente deberá presentar la cédula de identidad original de la persona que fue especificada como el destinatario de los tickets.

3.4.2 Punto Beneficiador y Beneficios

Ecuatickets es la mejor opción para realizar compras de tickets para espectáculos, sean éstos públicos o privados por las siguientes razones:

Ahorro de tiempo: El usuario no necesita hacer largas y molestosas colas para poder adquirirlos.

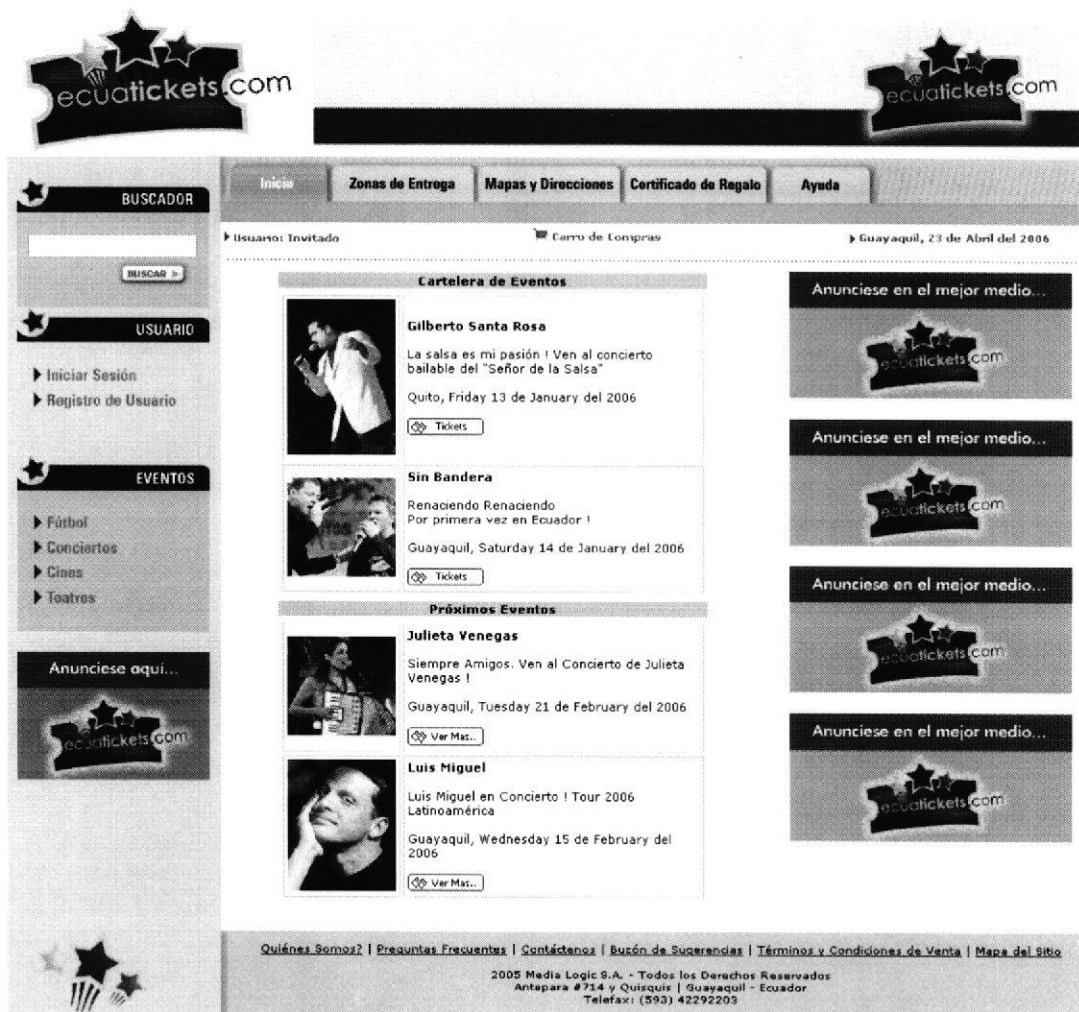
Comodidad: Se brinda al usuario la facilidad de que desde su hogar u oficina, adquiera sus tickets, de forma cómoda y sin contratiempos.

Además, Ecuatickets le ofrece la opción de entrega a domicilio, donde por un mínimo valor adicional, se encarga de llevar el ticket adquirido hasta su hogar.

Seguridad: el portal garantiza la integridad de la transacción de compra que el usuario realiza y la confidencialidad de sus datos personales.

3.4.3 Presentación del Producto

A continuación presentamos un esquema de lo que será el portal de EcuTickets:



3.4.3.1 Presentación del Logotipo

El logotipo diseñado para el portal es el siguiente:



3.4.3.2 Precio

El precio del servicio a ser cobrado al organizador, es una tarifa por cada ticket vendido, es definido entre las partes luego de hacer el análisis financiero.

Los conceptos a ser cobrados al cliente son: el precio en sí del ticket, determinado por el organizador del espectáculo, y si el usuario lo decide, por el servicio de entrega a domicilio.

3.4.3.3 Posicionamiento y Promesa Básica

En cuanto al **posicionamiento**, esperamos que Ecuatickets sea percibido como: la manera más fácil, rápida y sobre todo segura de comprar sus tickets para espectáculo a través de Internet, es decir:

“Compra rápida, fácil y segura”

La **Promesa Básica** de Ecuatickets es:

“A un clic de tu evento favorito.”

3.4.3.4 Servicio y Valor Agregado

Los organizadores podrán obtener publicidad gratuita de sus próximos espectáculos dentro del sitio web, dependiendo de las condiciones de la negociación entre las partes.

3.5 Análisis del Consumidor

3.5.1 Identificación y Segmentación del Mercado

Nuestro producto “**Ecuatickets**” esta dirigido a toda persona natural o jurídica que organizan eventos en las ciudades de Guayaquil y Quito. A estas personas o instituciones estarán dirigidos todos nuestros esfuerzos para lograr convenios o alianzas estratégicas de comercialización para que utilicen nuestro sitio como una alternativa tecnológica de ampliar sus ventas.

Nuestro producto podrá ser utilizado por personas que tengan acceso a Internet ya sea desde sus hogares, oficinas, cybers; esto puede ser desde cualquier ciudad del Ecuador, inclusive desde el extranjero.

Se estima que los usuarios que deseen comprar por Internet deben tener determinadas características tales como:

- Poseer una tarjeta de crédito.
- Que su edad oscile entre los 18 y 45 años.
- Que tenga cupo disponible y la tarjeta sea válida.

Dentro de nuestro mercado primario, los usuarios potenciales de nuestro producto serían:

- Personas naturales o jurídicas que se dediquen a contratar artistas nacionales e internacionales para conciertos en las ciudades de Guayaquil y Quito.
- Instituciones deportivas que organicen espectáculos tales como partidos de football.
- Dueños de Bares y Discotecas.

3.5.2 Grupo Objetivo primario y secundario.

El grupo objetivo primario o target, al cuál estará dirigido nuestro producto, son todas las personas naturales o empresas de cualquier tamaño, que se dediquen a organizar eventos de concurrencia masiva. También está dirigido a aquellas instituciones que realizan espectáculos deportivos y estén establecidas en las ciudades de Guayaquil y Quito.

Estimamos que en las ciudades de Quito y Guayaquil, el número de organizadores de eventos es de aproximadamente 20.

Luego de un análisis hemos determinado que los principales organizadores de eventos en las ciudades de Guayaquil y Quito son los siguientes:

- Feria Jesús del Gran Poder – Quito
- Top Show Producciones
- Espectar
- Ferias del Ecuador
- Hits producciones
- Expoeventos
- Hotel Oro Verde
- Hotel Barceló Colon Miramar
- Cámara de Comercio de Guayaquil
- Equipos de fútbol de Guayaquil y Quito

El grupo objetivo secundario serían todos los usuarios que comprarían las entradas para los espectáculos de los organizadores que hagan convenio para la utilización de nuestro sitio. El número de tarjeta habientes en el Ecuador es de 1,199,101 y el número de personas con acceso a Internet son: 482,380. De este total de personas que tienen acceso a Internet se estima que el 75% poseen una tarjeta de crédito es decir 361,785 que sería nuestro mercado secundario.

3.5.3 Características del Mercado

La tendencia en la utilización de Internet para realizar transacciones mercantiles está en constante crecimiento en estos días. Ya no solo se utiliza Internet para realizar pagos de servicios a través del sector bancario como se ha venido haciendo desde unos 3 años atrás, sino que, han surgido un sinnúmero de oportunidades de negocios, lo que hace que las personas vayan teniendo mas confianza en realizar una transacción comercial a través de Internet, por ejemplo, en nuestro país el sitio web www.todo1.com, es cada día más empleado por los usuarios para realizar sus compras. Además existe un mayor control de los denominados "fraudes cibernéticos" y "robos de identidad", por parte de firmas certificadoras reconocidas a nivel mundial tal como Verisign y que son de fácil adquisición por las empresas, han hecho que todas estas dudas se vayan superando.

Hay que destacar que hoy en día el uso de la tecnología ya no es un mito, en todo hogar de clase alta existe por lo menos un computador y la tendencia es que la clase media siga esta tendencia. Además, en cada sector existen los denominados cybers cafés, de fácil acceso para todo tipo de usuarios.

Ya que nuestro mercado objetivo secundario son todas las personas que utilizarían nuestro sitio para la compra de sus entradas a los eventos, es necesario presentar las siguientes estadísticas:

Tabla no. 6. Perfil de los usuarios de Internet aplicable a Latinoamérica

Perfil del usuario de Internet aplicable a los Latinoamericanos	
•	51% son usuarios varones de 15 a 39 años, que hablan inglés, buscan noticias y se conectan al menos una hora al día.
•	25% son mujeres
•	19% ya compró en línea
•	62% Piensa comprar en línea
•	72% tiene tarjeta de crédito
•	52% tiene tarjeta de crédito internacional
•	60% tiene renta familiar superior a 20 salarios mínimos
•	19% tiene renta familiar superior a 50 salarios mínimos
•	70% realiza actividad económica
•	58% son estudiantes
•	79% se conecta desde casa
•	32% es desempleado
•	18% trabaja en informática
•	23% es empresario o ejecutivo

Fuente: <http://www.educar.org/articulos/perspectivaseducvirtual.asp>

Aunque estas estadísticas son a nivel de toda Sudamérica, debemos anotar que la mayoría de costumbres, poder adquisitivo, político y social de la mayoría de países de esta región tienen mucha similitud, debido a esto, estos porcentajes serían fácilmente aplicables a nuestro país.

Tabla no. 7. Edad de los usuarios latinos de Internet

Edad de los usuarios latinos de Internet					
Grupos de Edades					
11-15	16-20	21-25	26-30	31-40	51-60
1.0%	5.0%	12.5%	16.1%	47.1%	15.8%

Fuente: <http://www.educar.org/articulos/perspectivaseducvirtual.asp>

Es importante analizar esta estadística ya que nuestro mercado secundario se ubica entre los 18 y 45 años de los usuarios que utilizan Internet lo cual representaría el 75.7 % de los usuarios de Internet.

Tabla no. 8. Estadísticas de Acceso a Internet en Ecuador (Oct. del 2005)

Tipo de Cuenta	Cantidad	Descripción
Cuentas Dial-Up totales	90,524	Es el número total de cuentas que acceden al Internet utilizando Dial-Up, es importante indicar que esta información no se refiere a los usuarios que utilizan Internet Dial-Up.
Usuarios Dial-Up Totales	362,096	El número de usuarios Dial-Up totales de Internet se lo puede determinar multiplicando el número de cuentas totales Dial-Up por un factor; la Superintendencia recomienda que este factor sea 4 sin embargo se está realizando un estudio para confirmar o modificar este factor
Cuentas Dedicadas totales	25,834	Son todas aquellas cuentas que utilizan otros medios que no sea Dial-Up para acceder a Internet como puede ser ADSL, Cable Modem, Radio, etc.
Usuarios Dedicados totales	120,284	Son el número total de usuarios que los Proveedores de Servicios de Internet estiman que disponen por sus cuentas dedicadas
Cuentas Totales	116,358	Es la suma de las cuentas Dial-Up más las cuentas dedicadas totales

Tipo de Cuenta	Cantidad	Descripción
Usuarios Totales	482,380	El número de usuarios totales de Internet está dado por la suma de los usuarios Dial-Up y Dedicados Totales

Fuente: http://www.supertel.gov.ec/telecomunicaciones/v_agregado/estadisticas/Internet.htm

De acuerdo a los reportes de los proveedores de Internet del Ecuador, se estima que 482,380 usuarios poseen Internet en todo el país. De estos, más del 75.0% (361,785) se encuentran en las ciudades de Guayaquil y Quito. Hay que destacar que la gran mayoría de usuarios se conectan mediante Dial-Up, esto es, a través de línea telefónica convencional. También debemos destacar que el impulso que está teniendo la telefonía celular para el acceso a Internet es cada día mayor por lo que en poco tiempo estas cifras tenderán a crecer.

Tabla no. 9. Accesos y usuarios en el año 2004 en Ecuador

Mes	Cuentas Dial-Up	Cuentas Corporativas	Usuarios estimados de Cuentas Corporativas	Total de usuarios estimados
Enero	102,610	4,617	55,478	158,088
Febrero	98,992	10,321	82,567	181,559
Marzo	100,779	10,324	82,430	183,209
Abril	101,334	7,438	53,892	155,22
Mayo	102,058	9,377	63,064	165,122
Junio	106,034	8,334	72,059	178,093
Julio	107,414	8,782	74,127	181,541

Mes	Cuentas Dial-Up	Cuentas Corporativas	Usuarios estimados de Cuentas Corporativas	Total de usuarios estimados
Agosto	108,373	8,956	72,932	181,305
Septiembre	103,005	9,848	77,065	179,997
Octubre	103,514	9,849	77,183	180,624
Noviembre	107,348	11,455	79,806	187,154
Diciembre	108,169	11,599	83,734	191,903

http://www.supertel.gov.ec/telecomunicaciones/v_agregado/estadisticas/anual%202004.htm

Tabla no. 10. Accesos y usuarios en el año 2005 en Ecuador

Mes	Cuentas Dial-Up	Cuentas Corporativas	Usuarios estimados de Cuentas Corporativas	Total de usuarios estimados
Enero	107,391	11,890	94,377	201,768
Febrero	107,901	11,848	94,016	201,917
Marzo	107,887	14,058	102,925	210,812
Abril	107,912	14,058	102,926	210,838
Mayo	100,909	13,188	86,771	187,680
Junio	100,972	13,267	87,776	188,748
Julio	99,996	13,984	79,985	179,981

Fuente: http://www.supertel.gov.ec/telecomunicaciones/v_agregado/estadisticas/anual.htm

Estos cuadros estadísticos muestran claramente el aumento mes a mes de los usuarios de Internet especialmente los Dial-Up aunque en estos días esta introduciéndose en el mercado ecuatoriano la "banda ancha".

3.6 Características del Mercado

3.6.1 Objetivos Mercadológicos

Los objetivos mercadológicos que se ha trazado la gerencia de Media Logic S.A. con relación a su sitio web Ecuatickets son los siguientes:

Objetivos a corto plazo:

- Obtener el 12% de nuestro mercado primario (eventos).
- Obtener el 6% de nuestro mercado secundario (espectadores).
- Destinar el 5% anual de los ingresos por ventas para campañas de publicidad del sitio web.
- Obtener una tasa de crecimiento anual del 5% de nuestro mercado primario (eventos).

Objetivos a mediano plazo:

- Convertirnos en los líderes del mercado entre los sitios web que ofrecen el servicio de compra de tickets en línea para espectáculos públicos y privados.
- Incrementar la cobertura actual de entrega de tickets a otras zonas
- Llegar a otras ciudades donde tradicionalmente no se realizan espectáculos públicos y privados.
- Obtener el 17% de nuestro mercado primario (eventos).
- Obtener el 12% de nuestro mercado secundario (espectadores).
- geográficas del país.

Objetivos a largo plazo:

- Obtener el 20% de nuestro mercado primario (eventos).
- Obtener el 12% de nuestro mercado secundario (espectadores).
- Comercializar tickets de eventos internacionales.
- Difundir el Internet entre los usuarios como un medio seguro para la compra en línea de productos y servicios.

3.6.2 Objetivos Financieros

Los objetivos financieros que se ha planteado lograr la gerencia de Media Logic S.A. con relación a su sitio web Ecuatickets, son los siguientes:

- El periodo de cobranza a los organizadores, no será mayor a 7 días después de la realización del evento.
- Que la razón circulante no sea menor a 1.30 veces.
- Que el margen de utilidad neta, sea mayor al 25%.
- Asignar el 5% del presupuesto de ventas a los gastos de publicidad y promoción.

3.6.3 Plan de Contingencia

Media Logic S.A. ha elaborado el siguiente plan de contingencia en caso de que se no esté logrando alcanzar los objetivos de mercadológicos y financieros planteados inicialmente:

- Aprovechando toda la infraestructura y la logística del sitio web, se sugiere comercializar otros productos y servicios relacionados al mundo del espectáculo, tales como:
 - Impresión de tickets.
 - Planificación de espectáculos.
 - Plumones de seguridad, que son dispositivos de seguridad para verificar la validez de los tickets.
 - Souvenirs de los artistas de los espectáculos de Ecuatickets.
 - Otros dispositivos de seguridad.
- Crear promociones que permitan a los organizadores de eventos recibir tarifas más bajas si pactan con Ecuatickets un número determinado de eventos en un periodo de tiempo.
- Crear promociones que ofrezcan a los espectadores precios más bajos si compran un número determinado de eventos en un periodo de tiempo.

3.7 Cuantificación del Mercado

Nuestro análisis de mercado se basa en un sondeo realizado a los principales organizadores de espectáculos radicados en Quito y Guayaquil; inicialmente nos enfocaremos en dichas ciudades. Además, para una cuantificación más real de nuestro mercado secundario (espectadores) hemos considerado la capacidad de los principales escenarios, y la categoría de los espectáculos.

Ver Anexo 09, 10 y 11

4 Estrategias de Mercado

4.1 Lanzamiento de Ecuatickets

Previo al lanzamiento de Ecuatickets, se realizará una campaña publicitaria que consistirá en el envío de e-mails a los organizadores de eventos registrados en nuestras bases de datos.

Para el lanzamiento oficial de nuestro producto, tenemos previsto realizar dos screenings, uno para los organizadores de Quito y otro para Guayaquil, invitando para dichos eventos a los medios de comunicación para darle más notoriedad al mismo.

En dicho evento se presentará la versión DEMO del producto y al final se entregará un copia del CD a los presentes, mostrando como funciona Ecuatickets, qué beneficios ofrece y un plan de costos, tanto para los organizadores como para sus clientes.

Se hará un seguimiento a los asistentes al lanzamiento y si amerita el caso, podemos visitar al organizador para resolver cualquier inquietud acerca del producto o su negociación.

4.2 Estrategias de Precios

Los organizadores de espectáculos no deberán cancelar un valor mensual por los servicios de Ecuatickets, el precio será \$0.02 por cada dólar vendido a través del sitio web, el cual será fijado entre el organizador y los representantes de Ecuatickets, y variará de acuerdo al organizador y el espectáculo a presentar.

Además el usuario final tendrá un pequeño recargo adicional en el valor de su ticket por el uso del servicio de Ecuatickets (Aproximadamente \$0.25 por cada e-ticket) y el recargo por entrega a domicilio es de \$1.50.

4.3 Estrategias de Comercialización

Uno de nuestros objetivos es presentar a Ecuatickets, mediante la demostración en vivo, ante los organizadores de espectáculos como una potencial herramienta para la venta masiva de sus tickets con relación a los espectadores.

4.4 Estrategia Promocional

Cabe señalar que el pre-lanzamiento y lanzamiento del producto indicados previamente, también actúan como estrategias promocionales.

En el contenido de los e-mails utilizados en el pre-lanzamiento del producto se incluirá lo siguiente: Logotipo de Ecuatickets, la promesa básica y los beneficios que ofrece a los organizadores de espectáculos.

Utilizaremos e-mails y medios impresos para realizar publicidad de nuestro sitio web durante todo el año a un menor costo, con mayor frecuencia en los meses de febrero a noviembre.

Además realizaremos convenios con los organizadores para que incluyan a Ecuatickets y su dirección electrónica, en la publicidad que realicen para sus espectáculos, como otra alternativa para adquirir sus tickets.

Tenemos también como estrategia promocional, realizar convenios de publicidad en lugares como discotecas, bares, karaokes, hoteles, centros comerciales y colegios, ofreciendo un espacio publicitario en la página de Ecuatickets a cambio de una tarifa mensual o canje de publicidad.

4.5 Estrategia de Distribución

- Se tercerizará el servicio de entrega de tickets a domicilio por medio de la empresa Servientrega. Este servicio solo tendrá cobertura en la ciudad sede del evento y tendrá un recargo mínimo por cada entrega, sin importar la cantidad de tickets o el tipo de localidades compradas.
- También habrán dos puntos de distribución: oficinas de Media Logic S.A. y el stand de Ecuatickets situado en las inmediaciones del escenario en el día del evento. Para esto, el cliente deberá especificar el lugar de entrega al realizar la compra.

4.6 Políticas de Servicios

- La entrega a domicilio del producto sólo se dará dentro de la ciudad sede del evento y en ciudades diferentes teniendo en cuenta que existe un número de días previos al evento manejado como parámetro por cada evento.
- Los pagos en la compra por Internet solo se realizaran a través de tarjeta de crédito.
- La responsabilidad de Ecuatickets termina cuando el ticket es entregado al usuario, y en caso de los espectáculos cancelados, cuando el dinero sea reembolsado al cliente.

4.7 Políticas de Comercialización

- El pago con tarjeta de crédito se hará sin ninguna restricción de monto mínimo.
- Los recargos por las compras en diferido los definirá cada empresa emisora de la tarjeta de crédito.
- Se aceptarán todas las tarjetas de crédito que trabajen con la firma certificadora VeriSign, estas pueden ser: American Express, Discover, Diners Club, JCB, Visa y Mastercard. Aceptamos todas estas tarjetas ya que la pasarela de pago que vamos a utilizar (PayFlow de VeriSign) así lo permite.

5 Análisis Técnico

5.1 Producto

Nuestro producto Ecuatickets utilizará Internet para su funcionamiento. Estará administrado por un hosting el cual se encargará del mantenimiento y administración de la base de datos.

En las oficinas de Media Logic S.A. existirá un Web Master el cual dará mantenimiento a la página de Ecuatickets.

Se puede acceder al sitio desde cualquier computadora con acceso a Internet que tenga las siguientes características:

Requerimientos del computador del cliente:

Software:

- Sistema Operativo Microsoft Windows 95 o superior
- Navegador de Internet.

Hardware:

- Procesador Pentium III o superior
- Memoria RAM 64 MB o superior
- Conexión a Internet

5.2 Equipos

Para la operación del negocio se hace necesaria la utilización de los siguientes equipos:

Tabla no. 12. Equipos Informáticos de la oficina

Cargo	Tipo de Equipo	Características	Cantidad
Gerente General	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 256 MB de memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 17 pulgadas • MS Windows XP • MS Office XP 	1
Asistente de Marketing y Ventas	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 256 MB de Memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows XP • MS Office XP 	1
Asistente Administrativo y de Logística	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 256 MB de Memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows XP • MS Office XP 	1
Contador	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 256 MB de Memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows XP 	1

Cargo	Tipo de Equipo	Características	Cantidad
		<ul style="list-style-type: none"> • MS Office XP 	
WebMaster	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 256 MB de Memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows XP • MS Office XP • MS Visual Studio.NET 2003 	1
WebMaster	Servidor	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 3 Ghz • 512 MB de Memoria RAM • Disco duro de 200 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows 2003 Server • MS SQL Server 2000 • NET Framework 2.0 	1
Recepción	PC	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Pentium IV de 2.8 Ghz • 128 MB de Memoria RAM • Disco duro de 80 GB • Monitor a color de 15 pulgadas • MS Windows XP • MS Office XP 	1
Todas	Impresora	HP Láser Jet 5L	1
Todas	MODEM	Motorola	1
Todas	Router	D-Link	1

5.3 Mobiliario

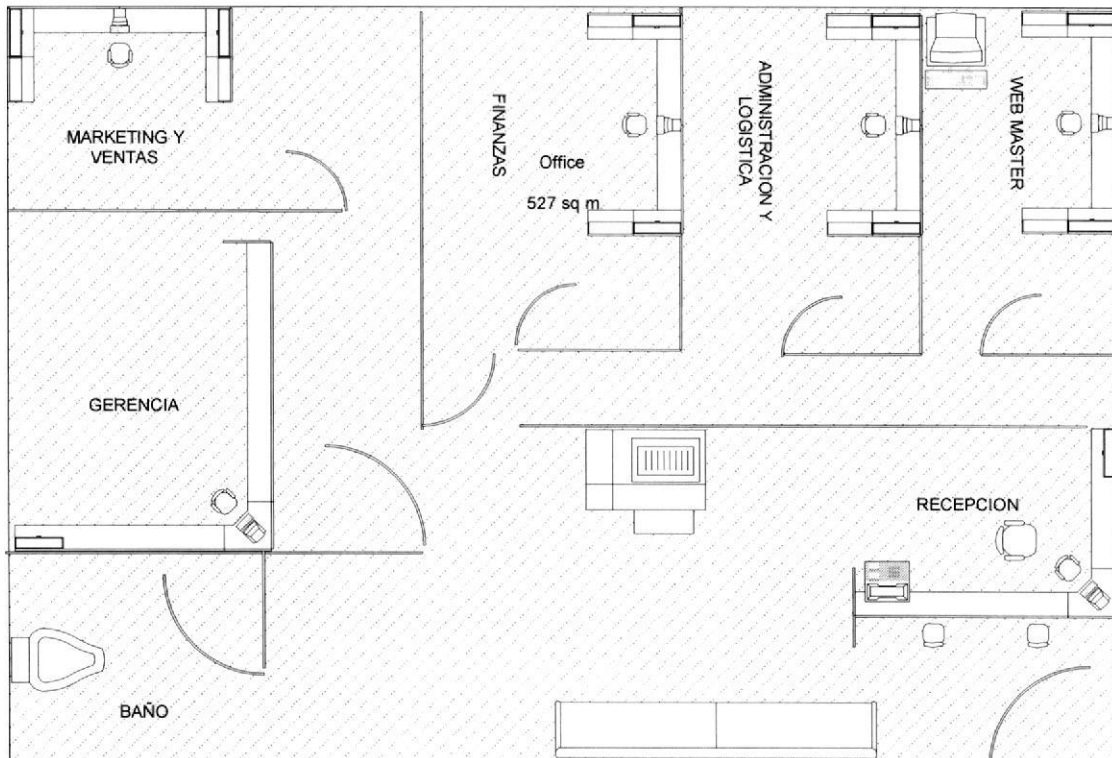
La oficina de Media Logic S.A. constará con el siguiente mobiliario para su funcionamiento:

Tabla no. 13. Mobiliario de la oficina

Cargo	Tipo de Mobiliario	Cant.
Gerente General	• Escritorio	1
	• Silla para escritorio	1
	• Sillas para visitantes	2
Asistente de Marketing y Ventas	• Escritorio	1
	• Silla para escritorio	1
Asistente Administrativo y de Logística	• Escritorio	1
	• Silla para escritorio	1
Contador	• Escritorio	1
	• Silla para escritorio	1
Recepción	• Escritorio	1
	• Silla para escritorio	1
	• Sillas para visitantes	2
Sala de reuniones	• Mesa redonda	1
	• Sillas	4
	• Pizarra líquida	1

5.4 Planos

La oficina de Media Logic S.A. se encuentra distribuida de la siguiente manera:



La oficina constará de 6 áreas físicas:

- Gerencia General
- Centro de Cómputo (WebMaster)
- Administrativa (Asistente de Marketing y Ventas, Asistente de Administración y logística y Asistente Financiero)
- Recepción
- Sala de Reuniones
- Baño

Cada una de estas áreas estará equipada con su respectivo mobiliario y equipos de computación.

5.5 Herramientas

Las herramientas que se utilizaron en el producto son:

- MS Visual Studio.Net 2003 Architect Edition.
- Enterprise Manager y SQL Analyzer de MS SQL Server ver. 2000. Developer Edition
- Macromedia Fireworks ver. MX
- Macromedia Flash ver. MX

Los componentes del sitio web son:

- Páginas Web desarrolladas en ASP.net
- Motor de base datos MS SQL Server ver. 2000 Standard Edition
- .Net Framework ver. 1.1

Se seleccionó MS SQL Server 2000 como motor de base de datos dado que garantiza la seguridad, integridad y confidencialidad de los datos, y ofrece un excelente tiempo de respuesta en el procesamiento.

Se ha diseñado la base de datos de tal forma que en el futuro en el sitio web se pueda incorporar otras clases de productos a ser comercializados.

Hemos considerado la contratación de un WebMaster que se encargará de administrar el sitio web y realizar las etapas de desarrollo, pruebas e implementación de los cambios y/o errores del mismo de acuerdo al cronograma, estándares y metodologías establecidas.

La base de datos es auto administrable ya que el mantenimiento y respaldo se ejecutarán mediante tareas de ejecución automáticas (jobs).

5.6 Plan de Consumo

Nuestro plan de consumo de materiales se describe en la siguiente tabla:

Tabla no. 14. Consumo de suministros proyectado a un mes

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor Total
1	Resma de Hojas A4	3.50	3.50
50	Tarjetas de presentación	0.10	5.00
1	Tonner para Impresora Láser (recarga)	12.00	12.00

Cantidad	Descripción	Valor	Valor
		unitario	Total
1	Artículos varios de Limpieza	5.00	5.00
3	Botellones de agua	1.20	3.60
		\$ 21.80	\$ 29.10

5.7 Plan de Compras

El plan de compras de materiales se describe en la siguiente tabla:

Tabla no. 15. Plan de compra de Suministros

Descripción	Frecuencia de Compra
Resmas de Hojas A4	Cada fin de mes
Tarjetas de presentación	Cada fin de mes
Tonner de tinta para la Impresora Láser (recarga)	Cada vez que se termine
Artículos varios de Limpieza	Cada fin de mes
Botellones de agua	Cada fin de mes

5.8 Proveedores

A continuación se detalla la lista de proveedores y suministros:

Tabla no. 16. Proveedores de Servicios y Suministros

Tipo de Servicios	Proveedores
Suministros de Oficina	<ul style="list-style-type: none">• Juan Marcel• Papelesa
Recargas de Tonner	<ul style="list-style-type: none">• Docucentro
Artículos de Limpieza	<ul style="list-style-type: none">• Megamaxi• Mi comisariato
Internet	<ul style="list-style-type: none">• Satnet (Cable Modem)• EcuEnlace

5.9 Sistemas de Control y Seguridad

- El WebMaster será la única persona autorizada a entrar a los fuentes del sitio web para realizar cambios previamente autorizados por la dirección.
- La llave de la oficina estará a cargo del asistente administrativo siendo este el único responsable de la integridad de las instalaciones.
- El respaldo de los fuentes del sitio estarán a cargo del WebMaster, los cuales se guardarán una copia en CD en las instalaciones de la oficina y otra copia en un casillero de seguridad bancaria.
- El respaldo de la información se realizará diariamente y estará a cargo de la empresa que nos provee el hosting.

6 Política Laboral

Para Media Logic. S. A., el recurso humano es un activo muy valioso imposible de tasar en un determinado precio, se considera: profesionalismo, experiencia, moral, dedicación y superación.

El ser humano es muy complejo, difícilmente se logra los requisitos señalados, pero tratamos que los obtengan en base al ejemplo propio, las normas establecidas y los cursos de capacitación que ofrecemos.

Normas empresariales:

- El horario de trabajo es de 9h00 a 18h00, completando así 8 horas diarias. Dentro de este horario, se le otorga al empleado 1 hora para almorzar. De ser necesario el trabajador laborará horas extras en consideración al cumplimiento contractual de la compañía.
- Las tareas diarias se terminan durante el fijado horario, sólo quedará para el día siguiente si amerita de acuerdo a las necesidades eventuales posibles.
- Todos los recursos de la compañía ameritan un trato racional. El uso indebido de los mismos, pueden ser causantes de daños y pueden llegar a impedir el normal desenvolvimiento de las labores.
- Las justificaciones por faltas al lugar de trabajo, se aceptarán exclusivamente con la certificación del impedimento físico del empleado, enfermedad o muerte de sus seres más cercanos u otra condición fácil de demostrar.

- De comprobarse, en el empleado, la desidia o el propósito de dañar trabajos u objetos de la empresa, es motivo ipso facto de su despido.
- El uso del teléfono, Internet, impresora y cualquier otro servicio aprovechado en beneficio personal del empleado está terminantemente prohibido.
- Los empleados que cumplan 1 año de servicio, serán afiliados al I.E.S.S., con todos los beneficios respectivos.
- Mantener presente estas normas para su mejor desenvolvimiento complementándolas asistiendo y aprovechando los cursos de capacitación.

6.1.1 Empleados

En Media Logic. S. A. rigen las siguientes normas para los empleados:

- El trabajador debe mantener una presentación acorde a las funciones designadas, nada de ornamentos raros en su cuerpo o ropa, se exige un trato educado y amable.
- La presentación de los empleados que asisten a trabajar los días sábados, domingos y feriados, puede ser de tipo informal.
- Se permitirá que en Media Logic S.A. se realicen pasantías de estudiantes, por un período no mayor a 6 meses, sin derecho a remuneración.
- La modalidad de contratación del personal será directa, es decir, no se hará uso de empresas tercerizadoras para la contratación de personal.
- Se prohíbe traer personas extrañas a la compañía para ayudar en tareas competentes exclusivamente del empleado.

6.1.2 Herramientas de Control y Desempeño

- Los jefes departamentales, deben presentar evaluaciones semestrales de trabajo y de ser posibles sugerencias o iniciativas horas/hombre mejorando el tiempo y presentación.
- Cada empleado debe registrar su hora de entrada y salida en una hoja de registro provista por la administración.

- Cada jefe evaluará anualmente a sus subordinados y en base a esta evaluación, podrá sugerir la promoción a un cargo superior y/o el porcentaje de aumento en su salario.

7 Análisis Legal y Social

7.1 Aspectos Legales de la Empresa

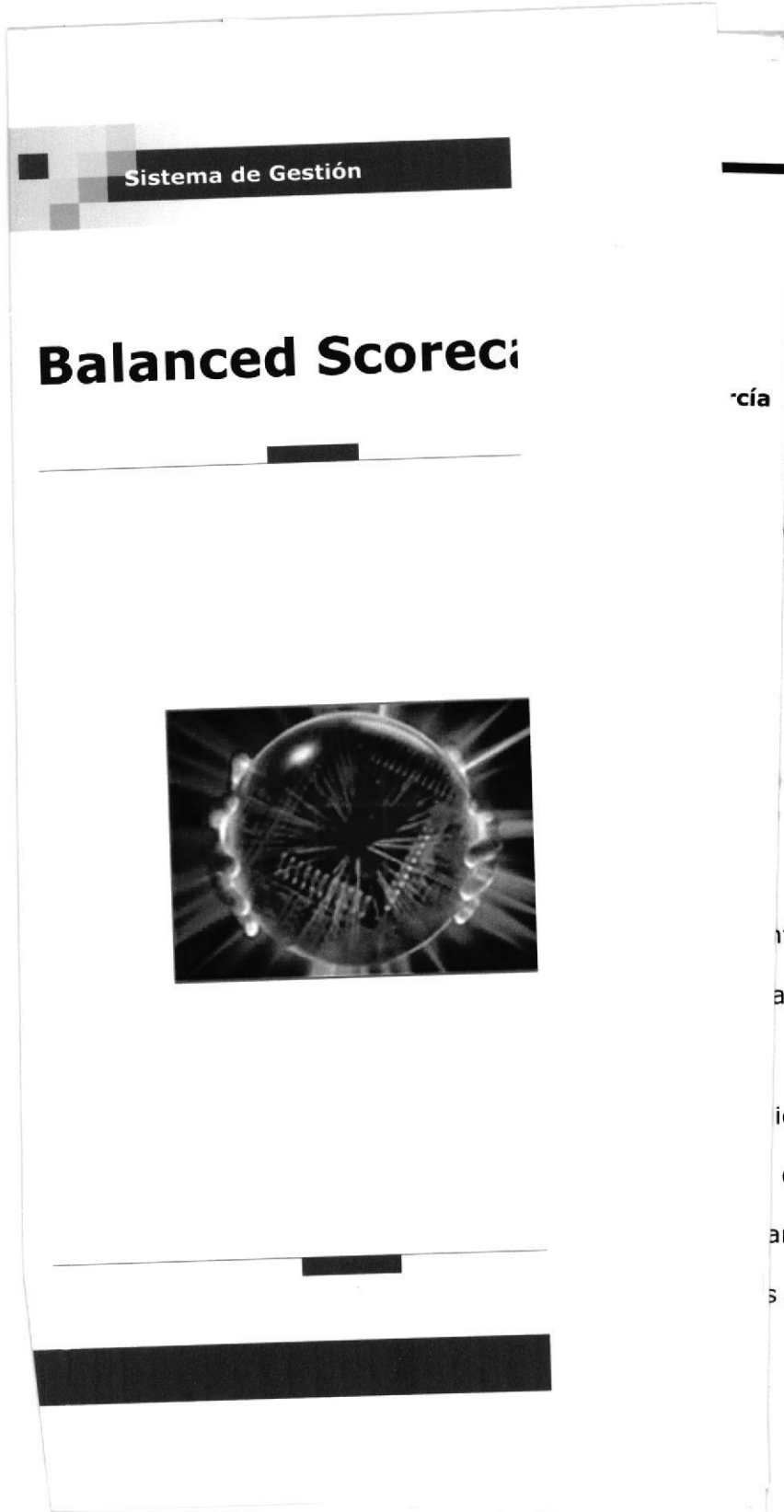
Media Logic S.A. está regida por los siguientes aspectos legales:

- Media Logic S.A. es una empresa obligada a llevar contabilidad.
- Mensualmente, se presentan las siguientes declaraciones al S.R.I:
 - Formulario 103 - Declaraciones del Impuesto al Valor Agregado
 - Formulario 104 – Declaración de Retenciones en la Fuente
- Posee facturas y comprobantes de retención con autorizaciones para un año.

Anualmente se presenta la siguiente documentación:

- A la Superintendencia de compañías:
 - Balance General
 - Balance de Pérdidas y Ganancias
- Al Servicio de Rentas Internas – S.R.I.:
 - Declaración Anual del Impuesto a la Renta

7.2 Aspectos Legales del Empleado



as.

os empleados son:

ño de trabajo bajo contrato
ría n acta de finiquito, y serán
os sociales correspondientes
ente.

ntos) se les hará firmar un
ariado.

ientes están regidas por las
de Servicios" y en caso de
artes, se puede hacer uso de
s autoridades competentes.

- Cualquier eventualidad o inconformidad con relación al espectáculo tales como: cancelación, calidad no esperada, mala organización, atrasos, etc., es responsabilidad absoluta del organizador del mismo, más no de Media Logic S.A. Media Logic actúa como un facilitador en la comercialización y entrega de los tickets.
- Media Logic S.A. se responsabiliza por las anomalías suscitadas en la comercialización y entrega de los tickets adquiridos mediante Ecuatickets, tales como: errores en el cargo (compra de tickets) o crédito (cancelación del evento) a la tarjeta de crédito del cliente (espectador), entrega tardía o no entrega de los tickets, venta duplicada de sillas numeradas, etc.

7.4 Legislación

Media Logic S.A. es una empresa legalmente constituida y cuenta con la siguiente documentación en regla:

- Permiso de funcionamiento otorgado por la M. I. Municipalidad de Guayaquil.
- Permiso de Bomberos válido por un año.
- Número Patronal de la empresa.
- RUC emitido por el Servicio de Rentas Internas
- Media Logic S.A. cuenta con dos cuentas corrientes para sus trámites financieros:
 - Cuenta corriente en el Banco de Guayaquil.
 - Cuenta corriente en el Banco del Pacífico.

Ver anexos 05

8 Análisis Financiero

8.1 Capital de Trabajo

Para efectos del análisis financiero, Media Logic S.A. abrirá una sucursal que se encargará únicamente del producto EcuTickets, donde las utilidades producidas por dicho producto, serán repartidas entre los accionistas Luis Román, José Chávez y Blanca Kuonqui, según los porcentajes de acciones de EcuTickets, los cuales se encuentran detallados a continuación, junto con los valores de aportación de los socios.

Cabe señalar que los señores José Chávez y Blanca Kuonquí, se convierten en socios al adquirir el 25% de las acciones cada uno al Sr. Luis Román, quien conserva el 50% restante de las acciones. Por tanto el porcentaje de acciones queda distribuido de la siguiente forma:

Tabla no. 17. Porcentaje de Acciones de los Socios de EcuTickets

Acciones de los Socios	
Socio	Porcentaje
Luis Román	50 %
José Chávez	25 %
Blanca Kuonquí	25 %

Tabla no. 18. Valor de las Acciones de los Socios

Aportación de Socios	
Socio	Valor
José Chávez	\$ 5.000
Blanca Kuonquí	\$ 5.000
Luis Román	\$ 10.000

Tabla no. 19. Rubros de Capital de Trabajo

Rubro	Monto	Descripción
Inversión Inicial	5,781.00	Total activos fijos a adquirir
	2.211,00	Total gastos pre-operativos
Capital de Trabajo	800,00	Total capital de trabajo para iniciar

8.2 Inversión de Activos Fijos

Siendo Media Logic S.A. una empresa en funcionamiento y Ecuatickets un producto más de la misma, se aprovechará la infraestructura actual con el fin de disminuir la inversión inicial en activos fijos, y más aún, se contará con la donación de algunos activos por parte de los socios y se podrá contar con algunos activos existentes de la empresa. A continuación se detallan todos los activos fijos a ser adquiridos o donados, necesarios para la puesta en marcha del producto.

Tabla no. 20. Rubros de Inversión Inicial

Listado de Activos Fijos		
Producto	Cant.	Objetivo
PC's de Escritorio	4	Empleados
Servidor	1	File Server, Mail Server y de Contingencias del Sitio Web
Escritorio	4	Empleados
Silla	4	Empleados
Silla	2	Recepción de Gerencia
Mueble	1	Recepción General
Teléfono/Fax	1	Recepción General
Impresora Láser	1	Uso General
UPS	1	Servidor
Medios de Conectividad para los PC's (Hub,Cables, Conectores, canaletas, etc.)	1	Conexión de PC's a la LAN
Archivador	1	Almacenamiento de documentación
Acondicionador de aire	1	Acondicionador de aire
Licencias de Windows XP	4	PC's
Licencias de Windows 2003 Server	1	Servidor
Licencias de Software Visual Studio.Net 2003	1	Desarrollo y cambios al Sitio Web
Licencias de Software SQL Server 2000	1	Desarrollo y cambios al Sitio Web
Licencia de Software Microsoft Office 2003 Student and Teacher Edition	1	Colaboración entre el grupo de trabajo
Hosting	1	Hosting de Sitio Web
Uso de Dominio	1	Dominio de Sitio Web
Servicio de Pago con Tarjeta Crédito (Verisign)	1	Servicio de Pago con Tarjeta de Crédito
Certificado Digital (Verisign)	1	Seguridad del Sitio Web
Servicio conexión Internet	1	Servicio Internet

Tabla no. 21. Inversión Inicial

Inversión Inicial (\$)				
Activos Fijos	Cant.	Valor	Total	(C)ompra (E)xistente (D)onado
PC's de Escritorio	1	610,00	610,00	D
PC's de Escritorio	4	610,00	2.440,00	C
Servidor	1	1.150,00	1.150,00	E
Escritorio	4	85,00	340,00	C
Silla	6	60,00	360,00	C
Mueble	1	300,00	300,00	C
Teléfono/Fax	1	120,00	120,00	E
Impresora Láser	1	210,00	210,00	E
UPS	1	60,00	60,00	C
Archivador	1	180,00	180,00	C
Acondicionador de aire	1	310,00	310,00	E
Licencia de Windows XP	4	195,00	780,00	E
Licencia de Windows 2003 Server	1	126,93	126,93	E
Licencia de Software Visual Studio.Net 2003	1	1.250,00	1.250,00	E
Licencia de Software SQL Server 2000 Standard Edition 5 CALs	1	1.489,00	1.489,00	E
Licencia de Software Microsoft Office 2003 Student and Teacher Edition	4	149,00	596,00	E
Software (Sitio Web Ecuatickets)	1	1.200,00	1.200,00	D
Gastos Pre-operativos				
Lanzamiento Ecuatickets	1	1.200,00	1.200,00	C
Elaboración DEMO	1	200,00	200,00	C
Afiches y Souvenirs	1	80,00	80,00	C
Tarjetas de Presentación (300)	1	50,00	50,00	C
Medios de Conectividad para los PC's (Hub,Cables, Conectores, canaletas, etc.)	1	200,00	200,00	C
Dominio, Hosting y Certificado Digital SSL (Anual)	1	192,00	192,00	C
Servicio de Pago con Tarjeta Crédito - Verisign (Anual)	1	179,00	179,00	C
Instalación de Conexión Internet	1	110,00	110,00	E
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			2.211,00	
Total Activos:			\$ 13.251,93	
Total Activos a Comprar:			\$ 5.781,00	
(C)omprado: El artículo debe ser adquirido				

Inversión Inicial (\$)	
(E)xistente:	El artículo ya existe en la empresa
(D)onado:	El artículo es donado por algún socio de la empresa

8.3 Depreciación de Activos Fijos

Las tablas que se muestran a continuación, detallan los valores de las depreciaciones de los activos fijos de la empresa.

Tabla no. 22. Porcentajes de Depreciación de Activos Fijos

% de Depreciación		
Tipo de Activo	%	Años Depreciación
Maquinarias y Equipos	10	10
Vehículos	20	5
Equipos de Computación	33	3
Edificios	5	10
Muebles y Enseres	20	5

Tabla no. 23. Tabla de Depreciación de Activos Fijos

Activo Fijos	Periodo	%	Valor Actual	Depreciación	Dep. Acum.
PC's de Escritorio	0	33,33%	610,00		
	1	33,33%	406,69	203,31	203,31
	2	33,33%	203,37	203,31	406,63
	3	33,33%	0,06	203,31	609,94
UPS	0	33,33%	60,00	0,00	0,00
	1	33,33%	40,00	20,00	20,00
	2	33,33%	20,00	20,00	40,00
	3	33,33%	0,01	20,00	59,99
Total Equipos de Computación			670,00		669,93
Escritorio	0	20,00%	85,00		0,00
	1	20,00%	68,00	17,00	17,00

Activo Fijos	Periodo	%	Valor Actual	Depreciación	Dep. Acum.
	2	20,00%	51,00	17,00	34,00
	3	20,00%	34,00	17,00	51,00
	4	20,00%	17,00	17,00	68,00
	5	20,00%	0,00	17,00	85,00
Silla	0	20,00%	60,00	0,00	0,00
	1	20,00%	48,00	12,00	12,00
	2	20,00%	36,00	12,00	24,00
	3	20,00%	24,00	12,00	36,00
	4	20,00%	12,00	12,00	48,00
	5	20,00%	0,00	12,00	60,00
Mueble	0	20,00%	300,00	0,00	0,00
	1	20,00%	240,00	60,00	60,00
	2	20,00%	180,00	60,00	120,00
	3	20,00%	120,00	60,00	180,00
	4	20,00%	60,00	60,00	240,00
	5	20,00%	0,00	60,00	300,00
Archivador	0	20,00%	180,00	0,00	0,00
	1	20,00%	144,00	36,00	36,00
	2	20,00%	108,00	36,00	72,00
	3	20,00%	72,00	36,00	108,00
	4	20,00%	36,00	36,00	144,00
	5	20,00%	0,00	36,00	180,00
Total Muebles y Enseres			625,00		625,00
Software (Sitio Web Ecuatickets)	0	33,33%	1.200,00		
	1	33,33%	800,04	399,96	399,96
	2	33,33%	400,08	399,96	799,92
	3	33,33%	0,12	399,96	1.199,88
Total Software			2.400,24		2.399,76

8.4 Presupuesto de Ingresos

La siguiente tabla, refleja una proyección de las ventas realizadas mediante el uso de nuestro producto Ecuatickets.

Estos valores están dados tanto la cantidad de tickets vendidos como en dólares.

Tabla no. 22. Tabla de Presupuesto de Ingresos

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES																	
	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE			3Mes			4mes			5mes			6Mes		
	Tickets	\$		Tickets	\$		Tickets	\$		Tickets	\$		Tickets	\$		Tickets	\$	
Rubro de Ingresos	1.573	58.916,67		1.588	59.505,83		1.604	60.100,89		1.620	60.701,90		1.636	61.308,92		1.653	61.922,01	
Comisión cobrada al Organizador x cada \$1 vendido (USD)		1.178,33			1.190,12			1.202,02			1.214,04			1.226,18			1.238,44	
Comisión cobrada al Espectador x cada e-ticket vendido (USD)		393,27			397,21			401,18			405,19			409,24			413,34	
Ingreso por servicio de entrega de tickets (*) x cada		1.573,10			1.588,83			1.604,72			1.620,77			1.636,97			1.653,34	

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES										
		1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE					
		1 Mes	2 Mes		3 Mes		4 mes		5mes	6Mes
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$
Vta (USD)										
Pago a Courier por servicio de Entrega		1.048,73		1.059,22		1.069,81		1.080,51		1.091,32
TOTAL		3.537,98		3.573,36		3.609,10		3.645,19		3.681,64
										1.102,23

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	3er. TRIMESTRE						4To. TRIMESTRE					
	7mes		8Mes		9Mes		10Mes		11Mes		12Mes	
	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$
Rubro de Ingresos	1.669	62.541,23	1.686	63.166,64	1.703	63.798,31	1.720	64.436,29	1.737	65.080,65	1.755	65731.46
Comisión cobrada al Organizador x cada \$1 vendido (USD)		1.250,82		1.263,33		1.275,97		1.288,73		1.301,61		1.314,63
Comisión cobrada al Espectador x cada e-ticket vendido (USD)		417,47		421,64		425,86		430,12		434,42		438,76
Ingreso por servicio de entrega de tickets (*) x cada Vta (USD)		1.669,88		1.686,58		1.703,44		1.720,48		1.737,68		1.755,06
Pago a Courier por servicio de Entrega		1.113,25		1.124,38		1.135,63		1.146,98		1.158,45		1.170,04
TOTAL		3.755,64		3.793,20		3.831,13		3.869,44		3.908,13		3.947,21

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	2008		2009		2010		2011	
	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$	Tickets	\$
Rubro de Ingresos	22.344	836.876,10	25.026	937.301,23	28.029	946.674,24	31.393	956.140,99
Comisión cobrada al Organizador x cada \$1 vendido (USD)		16.737,52		18.746,02		18.933,48		19.122,82
Comisión cobrada al Espectador x cada e-ticket vendido (USD)		5.586,23		6.256,58		7.007,37		7.848,26
Ingreso por servicio de entrega de tickets (*) x cada Vta (USD)		20.855,27		21.063,82		21.274,46		21.487,21
Pago a Courier por servicio de Entrega		15.725,31		15.882,56		16.041,39		16.201,80
TOTAL		48.765,26		52.323,01		54.222,69		56.306,54

8.5 Presupuesto de Egresos

A continuación, en la tabla nº 23, se muestra una proyección de los valores establecidos como egresos durante los próximos 5 años.

Para el cálculo de dichos valores, se ha considerado una tasa de inflación anual del 4.76% y un porcentaje de incremento salarial del 5%, estos porcentajes son los establecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

% de incremento anual para salarios	5,00%
Tasa de Inflación anual:	4,76%

Ver Anexos 05, 06, 07 y 08

Tabla no. 23. Tabla de Presupuesto de Egresos

	PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE		
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes
Gastos Operativos						
Arriendo	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Total Gastos Operativos	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00
Gastos de Administración y Vtas						
Salarios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Publicidad	176,90	178,67	180,45	182,26	184,08	185,92
Agua Potable *	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Teléfono *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Energía Eléctrica *	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Suministros y papelerías *	29,10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Limpieza *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total Gastos de Administración y Vtas.	1.280,00	1.272,67	1.274,45	1.276,26	1.278,08	1.279,92
Total Gastos	1.402,00	1.394,67	1.396,45	1.398,26	1.400,08	1.401,92

* Indica que es un valor compartido con Media Logic S.A. (50% c/u)

PRESUPUESTO DE EGRESOS									
	3er. TRIMESTRE			4to. TRIMESTRE					
	7Mes	8Mes	9Mes	10mes	11mes	12Mes			
Gastos Operativos									
Arriendo	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Total Gastos Operativos	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00
Gastos de Administración y Vtas									
Salarios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Publicidad	187,78	189,66	191,56	193,47	195,41	197,36	199,30	201,24	203,18
Agua Potable *	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Teléfono *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Energía Eléctrica *	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Suministros y papelerías *	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Limpieza *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Total Gastos de Administración y Vtas.	1.281,78	1.283,66	1.285,56	1.287,47	1.289,41	1.291,36	1.293,30	1.295,24	1.297,18
Total	1.403,78	1.405,66	1.407,56	1.409,47	1.411,41	1.413,36	1.415,30	1.417,24	1.419,18

* Indica que es un valor compartido con Media Logic S.A. (50% c/u)

PRESUPUESTO DE EGRESOS				
	2008	2009	2010	2011
Gastos Operativos				
Arriendo	1.005,70	1.053,57	1.103,72	1.156,25
Gastos de Administración y Vtas				
Salarios	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Publicidad	2.438,26	2.616,15	2.711,13	2.815,33
Agua Potable *	50,28	52,68	55,31	58,08
Teléfono *	125,71	131,70	137,96	144,53
Energía Eléctrica *	628,56	658,48	689,82	722,66
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	527,99	553,12	579,45	607,03
Suministros y papelerías *	251,42	263,39	275,93	289,06
Limpieza *	125,71	131,70	137,96	144,53
Total Gastos Operativos	1.005,70	1.053,57	1.103,72	1.156,25
Total Gastos de Administración y Vtas.	16.747,95	17.545,15	18.380,30	19.255,20
Total	17.753,64	18.598,72	19.484,01	20.411,45

* Indica que es un valor compartido con Media Logic S.A. (50% c/u)

8.6 Flujo de Caja

En la siguiente tabla, se representa una proyección del flujo de caja hasta el año 2011, cuyos datos han sido establecidos según el análisis de mercado detallado en los **anexos 09 y 10**.

Tabla no. 24. Tabla de Flujo de Caja

	FLUJO DE CAJA					
	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE		
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes
CAJA INICIAL	1.242,48	2.329,73	3.449,20	4.592,03	5.758,45	6.948,69
Ventas al Contado	3.537,98	3.573,36	3.609,10	3.645,19	3.681,64	3.718,45
Total Efectivo de Clientes	3.537,98	3.573,36	3.609,10	3.645,19	3.681,64	3.718,45
Menos: Costo de Ventas	1.048,73	1.059,22	1.069,81	1.080,51	1.091,32	1.102,23
Pago a Courier por servicio de Entrega	1.048,73	1.059,22	1.069,81	1.080,51	1.091,32	1.102,23
Menos: Egresos por Gastos Operativos	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00
Arriendo	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Dominio, Hosting y Certificado Digital SSL (Anual)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00

FLUJO DE CAJA						
	1er. TRIMESTRE			2do. TRIMESTRE		
	1Mes	2Mes	3Mes	4mes	5mes	6Mes
Menos: Egresos por Gastos Administrativos y Ventas	1.280,00	1.272,67	1.274,45	1.276,26	1.278,08	1.279,92
Salarios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Publicidad	176,90	178,67	180,45	182,26	184,08	185,92
Agua Potable *	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Teléfono *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Energía Eléctrica *	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Suministros y papelerías *	29,10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Limpieza *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
TOTAL DE EGRESOS	2.450,73	2.453,89	2.466,27	2.478,77	2.491,40	2.504,15
NETO DISPONIBLE	1.087,25	1.119,47	1.142,83	1.166,42	1.190,24	1.214,30
Saldo Acumulado	2.329,73	3.449,20	4.592,03	5.758,45	6.948,69	8.162,99

FLUJO DE CAJA									
	3er. TRIMESTRE			4To. TRIMESTRE					
	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes			
CAJA INICIAL	8.162,99	9.401,60	10.664,75	11.952,70	13.265,68	14.603,95			
Ventas al Contado	3.755,64	3.793,20	3.831,13	3.869,44	3.908,13	3.947,21			
Total Efectivo de Clientes	3.755,64	3.793,20	3.831,13	3.869,44	3.908,13	3.947,21			
Menos: Costo de Ventas	1.113,25	1.124,38	1.135,63	1.146,98	1.158,45	1.170,04			
Pago a Courier por servicio de Entrega	1.113,25	1.124,38	1.135,63	1.146,98	1.158,45	1.170,04			
Menos: Egresos por Gastos Operativos	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00	122,00			
Arriendo	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00			
Dominio, Hosting y Certificado Digital SSL (Anual)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00			
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00			
Menos: Egresos por Gastos Administrativos y Ventas	1.281,78	1.283,66	1.285,56	1.287,47	1.289,41	1.291,36			
Salarios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00			
Publicidad	187,78	189,66	191,56	193,47	195,41	197,36			
Agua Potable *	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00			
Teléfono *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00			
Energía Eléctrica *	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00			
Suministros y papelerías *	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00			
Limpieza *	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00			

FLUJO DE CAJA						
	3er. TRIMESTRE			4To. TRIMESTRE		
	7mes	8Mes	9Mes	10Mes	11Mes	12Mes
TOTAL DE EGRESOS	2.517,03	2.530,04	2.543,18	2.556,46	2.569,86	2.583,40
NETO DISPONIBLE	1.238,61	1.263,15	1.287,94	1.312,98	1.338,27	1.363,82
Saldo Acumulado	9.401,60	10.664,75	11.952,70	13.265,68	14.603,95	15.967,77

FLUJO DE CAJA				
	2008	2009	2010	2011
CAJA INICIAL	15.967,77	31.062,08	49.172,87	68.158,82
Ventas al Contado	48.765,26	52.323,01	54.222,69	56.306,54
Total Efectivo de Clientes	48.765,26	52.323,01	54.222,69	56.306,54
Menos: Costo de Ventas	15.725,31	15.882,56	16.041,39	16.201,80
Pago a Courier por servicio de Entrega	15.725,31	15.882,56	16.041,39	16.201,80
Menos: Egresos por Gastos Operativos	1.725,69	1.245,57	1.295,72	1.348,25
Arriendo	1.005,70	1.053,57	1.103,72	1.156,25
Dominio, Hosting y Certificado Digital SSL (Anual)	192,00	192,00	192,00	192,00
Servicio Conexión a Internet 128 kbps *	527,99	553,12	579,45	607,03
Menos: Egresos por Gastos Administrativos y Ventas	16.219,96	17.084,09	17.899,63	18.760,27
Salarios	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Publicidad	2.438,26	2.616,15	2.711,13	2.815,33
Agua Potable *	50,28	52,68	55,31	58,08
Teléfono *	125,71	131,70	137,96	144,53
Energía Eléctrica *	628,56	658,48	689,82	722,66
Suministros y papelerías *	251,42	263,39	275,93	289,06
Limpieza *	125,71	131,70	137,96	144,53

FLUJO DE CAJA				
	2008	2009	2010	2011
TOTAL DE EGRESOS	33.670,95	34.212,22	35.236,73	36.310,32
NETO DISPONIBLE	15.094,31	18.110,79	18.985,96	19.996,22
Saldo Acumulado	31.062,08	49.172,87	68.158,82	88.155,04

Ver Anexo 09, 10

8.7 Flujo de Efectivo

	FLUJO DE EFECTIVO					
	2006 0	2007 1	2008 2	2009 3	2010 4	2011 5
+Ingresos afectos a Impuestos		39.882,76	43.179,03	46.066,43	47.215,32	48.458,28
Ingresos por Venta		39.882,76	43.179,03	46.066,43	47.215,32	48.458,28
-Egresos afectos a Impuestos		30.627,79	33.199,64	34.188,67	35.218,87	36.292,13
Costo de Ventas		13.300,56	15.725,31	15.882,56	16.041,39	16.201,80
Gastos Operativos		1.464,00	1.005,70	1.053,57	1.103,72	1.156,25
Gastos Administrativos y de Ventas		15.863,24	16.468,63	17.252,54	18.073,76	18.934,07
-Gastos No desembolsables		3.162,11	3.162,11	3.162,11	690,20	633,35
Depreciación		2.639,91	2.639,91	2.639,91	168,00	168,00
Amortización de Intangibles		522,20	522,20	522,20	522,20	465,35
=Utilidad antes de Impuestos		6.092,86	6.817,28	8.715,65	11.306,25	11.532,80
-Impuestos (40%)		2.437,14	2.726,91	3.486,26	4.522,50	4.613,12
=Utilidad después de Impuestos		3.655,71	4.090,37	5.229,39	6.783,75	6.919,68
+Gastos No desembolsables		3.162,11	3.162,11	3.162,11	690,20	633,35
Depreciación		2.639,91	2.639,91	2.639,91	168,00	168,00
Amortización de Intangibles		522,20	522,20	522,20	522,20	465,35
-Egresos No afectos a Impuestos						
Inversión Inicial	7.992,00					
+Valor de Salvamento						56.807,94
						64.360,97
Flujo de Efectivo	7.992,00	6.817,82	7.252,48	8.391,50	7.473,95	7.553,03

8.8 Estado de Resultados y Balance General

La tabla mostrada a continuación, detalla el Balance Inicial de Media Logic S.A. al 31 de diciembre del 2006.

Tabla no. 25. Balance Inicial

BALANCE GENERAL	
Al 31 de Diciembre del 2006	
ACTIVO - (PASIVO + PATRIMONIO)	0,00
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja – Bancos	1.242,48
Cuentas por Cobrar	1.750,95
Impuestos retenidos	326,69
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	3.320,12
ACTIVO FIJO	
Equipo de oficina	430,00
Equipos de computación	1.360,00
Software	4.241,93
Menos: Depreciación Acumulada	472,91
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	5.559,02
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	400,00
Menos: Amortización Gastos de constitución	20,00
Gastos preoperativos	2.211,00
Menos: Amortización Gastos preoperativos	36,85
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	2.554,15
TOTAL DE ACTIVOS	11.433,29
PASIVO	

BALANCE GENERAL	
Al 31 de Diciembre del 2006	
PASIVO CORRIENTE	
Impuestos por Pagar	142,97
IVA Cobrado	308,83
Cuentas por pagar a accionistas	10.000,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	10.451,80
TOTAL PASIVO	10.451,80
PATRIMONIO	
Capital	800,00
Resultado de los ejercicios anteriores	0,00
Utilidad o Pérdida del ejercicio	181,49
Reserva Legal	0,00
TOTAL PATRIMONIO	981,49
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	11.433,29

La tabla detallada a continuación, es la proyección del Estado de Resultados de Media Logic S.A. con su producto Ecuatickets, el cual genera siempre utilidades

Tabla no. 26. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Ventas Brutas	39.882,76	43.179,03	46.066,43	47.215,32	48.458,28
Menos: Costo de Ventas	13.300,56	15.725,31	15.882,56	16.041,39	16.201,80
Menos: Gastos Operativos	1.464,00	1.005,70	1.053,57	1.103,72	1.156,25
Menos: Gastos Administrativos y Ventas	15.863,24	16.468,63	17.252,54	18.073,76	18.934,07
Menos: Depreciación	2.639,91	2.639,91	2.639,91	168,00	168,00
Muebles y Enseres	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Equipos de oficina	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Equipos de Computación	672,11	672,11	672,11	0,00	0,00
Software	1.799,80	1.799,80	1.799,80	0,00	0,00
Menos: Amortización	522,20	522,20	522,20	522,20	465,35
Gastos Constitución	80,00	80,00	80,00	80,00	60,00
Gastos Preoperativos	442,20	442,20	442,20	442,20	405,35
UTILIDAD GRAVABLE	6.092,86	6.817,28	8.715,65	11.306,25	11.532,80
Menos Participación Trabajadores (15%)	913,93	1.022,59	1.307,35	1.695,94	1.729,92
Utilidad antes de Impuestos	5.178,93	5.794,69	7.408,30	9.610,31	9.802,88
Menos: Impuesto de Renta (25%)	1.294,73	1.448,67	1.852,08	2.402,58	2.450,72
Utilidad antes de Reservas	3.884,20	4.346,02	5.556,23	7.207,73	7.352,16
Menos: Reserva Legal (10%)	388,42	434,60	555,62	720,77	735,22
Menos: Reserva de Capital (10%)	388,42	434,60	555,62	720,77	735,22
UTILIDAD NETA	3.107,36	3.476,81	4.444,98	5.766,19	5.881,73

La siguiente tabla presenta el Balance General de Media Logic S.A., donde se ha establecido también una proyección para los próximos 4 años.

Tabla no. 27. Balance General

BALANCE GENERAL					
	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
ACTIVO - (PASIVO + PATRIMONIO)	4.514,16	12.642,72	18.296,40	23.367,59	28.156,26
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja - Bancos	11.229,44	21.016,83	33.183,87	45.512,82	58.053,20
Iva Pagado	125,36	140,40	141,81	143,23	144,66
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	11.229,44	21.016,83	33.183,87	45.512,82	58.053,20
ACTIVO FIJO					
Muebles y Enseres	625,00	625,00	625,00	625,00	625,00
Equipos de Oficina	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Equipos de Computación	2.030,00	2.030,00	2.030,00	2.030,00	2.030,00
Software	6.642,17	6.642,17	6.642,17	6.642,17	6.642,17
Menos: Depreciación Acumulada	3112,82	5752,73	8392,63	8560,63	8728,63
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	6.614,35	3.974,44	1.334,54	1.166,54	998,54
ACTIVOS DIFERIDOS					
Gastos de Constitución	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos Pre-operativos	2.211,00	2.211,00	2.211,00	2.211,00	2.211,00
Menos: Amortización Acumulada	579,05	1101,25	1623,45	2145,65	2611,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	2.031,95	1.509,75	987,55	465,35	0,00

BALANCE GENERAL					
	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
TOTAL DE ACTIVOS	19.875,75	26.501,03	35.505,99	47.144,71	59.051,73
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
IVA por Pagar	421,01	431,79	460,66	472,15	484,58
Impuesto a la Renta por Pagar	0,00	384,17	1288,82	2967,43	4523,94
Participación de Trabajadores	0,00	913,93	1022,59	1307,35	1695,94
Cuentas por Pagar Accionistas	10.851,73	4562,76	2426,87	1253,36	532,45
TOTAL PASIVO CORRIENTE	11.272,74	6.292,65	5.198,95	6.000,29	7.236,91
TOTAL PASIVO	11.272,74	6.292,65	5.198,95	6.000,29	7.236,91
PATRIMONIO					
Capital	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Resultado de los ejercicios anteriores	181,49	3.288,85	6.765,66	11.210,64	16.976,83
Utilidad o Pérdida del ejercicio	3.107,36	3.476,81	4.444,98	5.766,19	5.881,73
Participación Trabajadores	913,93	1.936,52	3.243,87	4.939,81	6.669,73
Impuesto a la Renta	1.294,73	2.743,40	4.595,48	6.998,06	9.448,78
Reserva Legal	388,42	823,02	1.378,64	2.099,42	2.834,63
Reserva de Capital	388,42	823,02	1.378,64	2.099,42	2.834,63
TOTAL PATRIMONIO	4.088,85	7.565,66	12.010,64	17.776,83	23.658,56
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	15.361,59	13.858,31	17.209,59	23.777,12	30.895,47

8.9 Análisis de Razones Financieras

Índice de Liquidez

Razón Circulante: La razón circulante refleja el estado de liquidez de un negocio. Se demuestra que nuestra empresa no presentaría problemas de liquidez, ya que en el primer año alcanzaría a cubrir hasta 1 vez el valor de sus pasivos circulantes y el índice se incrementa año a año.

$$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

	2007	2008	2009	2010	2011	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE
Activos Corrientes	11.229,44	21.016,83	33.183,87	45.512,82	58.053,20		1,00				
Pasivos Corrientes	11.272,74	6.292,65	5.198,95	6.000,29	7.236,91				3,34		
										6,38	
											7,59
											8,02

Rentabilidad sobre Activos Totales: El rendimiento sobre los activos totales refleja la efectividad para generar ventas en base a los activos disponibles, ya que por cada dólar invertido en activos fijos se generan 2 dólares de ventas netas.

Ventas Netas

Activos Totales

	2007		2008		2009		2010		2011		INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE
	2007	2008	2008	2009	2009	2010	2010	2011	2011	2011	2007	2008	2009	2010	2011
39.882,76		43.179,03	46.066,43	47.215,32	48.458,28	2,01	1,63	1,30	1,00	0,82					
19.875,75		26.501,03	35.505,99	47.144,71	59.051,73										

Rentabilidad sobre la Inversión (ROI): El rendimiento sobre la inversión refleja que para obtener el porcentaje de utilidad por dólar vendido, se requiere de un valor significativo de inversión en activos.

Utilidad Neta

Activos Totales

	2007		2008		2009		2010		2011		INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE
	2007	2008	2008	2009	2009	2010	2010	2011	2011	2011	2007	2008	2009	2010	2011
3.107,36		4.346,02	5.556,23	7.207,73	7.352,16	15,63%	16,40%	15,65%	15,29%	12,45%					
19.875,75		26.501,03	35.505,99	47.144,71	59.051,73										

Rentabilidad sobre el Patrimonio: La rentabilidad sobre el patrimonio refleja al ser bastante alto, que existe gran aceptación por parte de la empresa de importantes oportunidades de inversión y una administración de gastos eficiente.

Utilidad Neta
Patrimonio

	2007		2008		2009		2010		2011		INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE	INDICE
											2007	2008	2009	2010	2011	2011
	3.884,20		4.346,02		5.556,23		7.207,73		7.352,16		94,99%	57,44%	46,26%	40,55%		31,08%
	4.088,85		7.565,66		12.010,64		17.776,83		23.658,56							

Punto de Retorno:

El punto retorno de la inversión es de 2 años (16 meses), lo cual indica una pronta recuperación del capital invertido.

PUNTO DE RETORNO	P	FLUJO NETO	SALDO
	0		7.992,00
	1	6.817,82	1.174,18
	2	7.252,48	-6.078,30
	3	8.391,50	----
	4	7.473,95	----
	5	7.553,03	----
	PB=	1,16	

PUNTO DE RETORNO CON DESCUENTO	P	FLUJO NETO	VP (FC)	SALDO
13%	0		Cap(1+i) ⁿ	7.992,00
	1	6.817,82	6.033,47	1.959
	2	7.252,48	5.679,75	-3.721
	3	8.391,50	5.815,73	----
	4	7.473,95	4.583,91	----
	5	7.553,03	4.099,48	----
	PR-D=	1,36		

Valor Actual Neto (V.A.N.):

Dado que el valor presente neto del negocio es mayor a 0, la empresa ganará un rendimiento mayor que su costo de capital (13%)

	0	1	2	3	4	5
VALOR ACTUAL NETO						
	-7.992,00	6.817,82	7.252,48	8.391,50	7.473,95	7.553,03
	6.033,47					
	5.679,75					
	5.815,73					
	4.583,91					
	4.099,48					
VAN	18.220,35					

Tasa Interna de Rendimiento (T.I.R.):

El valor de la T.I.R. nos muestra la alta rentabilidad del proyecto, dado que es mucho mayor que la tasa del costo de capital (13%)

TASA INTERNA DE RETORNO

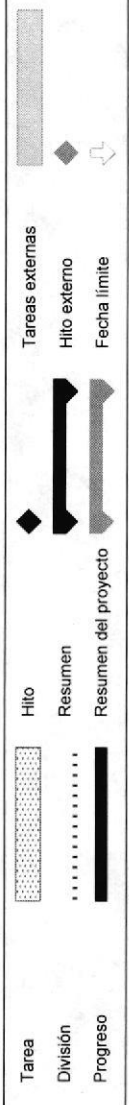
TIR	86,4%
INDICE DE RENTABILIDAD	
IR	3,28

9 Cronograma de Actividades

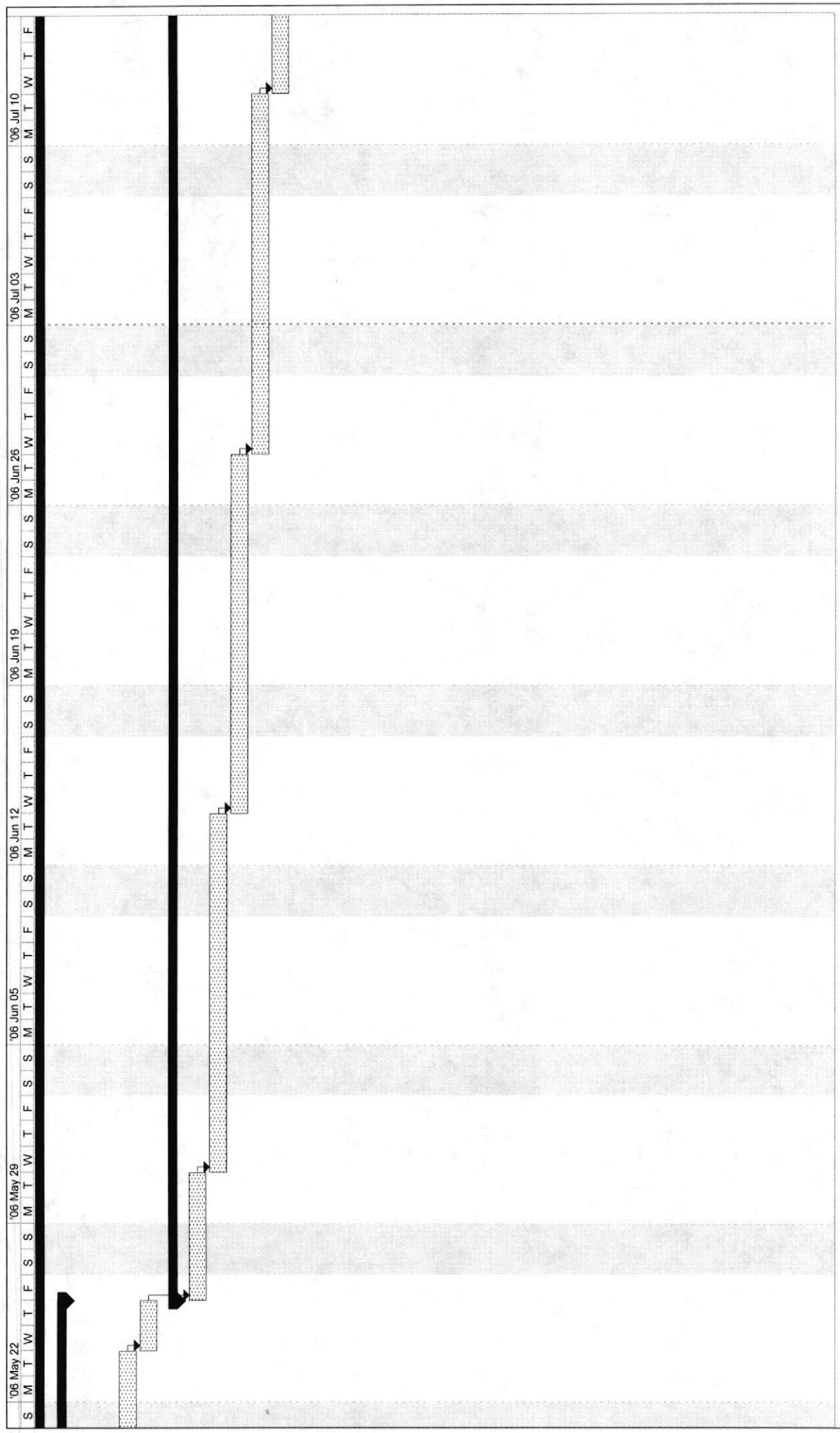
ID	Nombre de tarea	Duration	Start	Finish	'06 May 01	'06 May 08	'06 May 15				
					S	M	T	W	T	F	S
1	Creación del sitio web	129 days	2006-05-01	2006-10-26							
2	Análisis	19 days	2006-05-01	2006-05-25							
3	Desarrollo de visión y alcance del sitio web	5 days	2006-05-01	2006-05-05							
4	Creación de encuestas	2 days	2006-05-08	2006-05-09							
5	Ejecución de encuestas	10 days	2006-05-10	2006-05-23							
6	Tabulación y análisis de los datos obtenidos de las encuestas	2 days	2006-05-24	2006-05-25							
7	Diseño	43 days	2006-05-26	2006-07-25							
8	Creación del logotipo de Ecuatickets	3 days	2006-05-26	2006-05-30							
9	Creación del template de páginas web	10 days	2006-05-31	2006-06-13							
10	Diseño de base de datos	10 days	2006-06-14	2006-06-27							
11	Diseño de clases	10 days	2006-06-28	2006-07-11							
12	Diseño de interfaces	10 days	2006-07-12	2006-07-25							
13	Desarrollo	50 days	2006-07-26	2006-10-03							
14	Desarrollo de código fuente	50 days	2006-07-26	2006-10-03							
15	Pruebas	13 days	2006-10-04	2006-10-20							
16	Pruebas unitarias	5 days	2006-10-04	2006-10-10							
17	Pruebas integrales	5 days	2006-10-11	2006-10-17							
18	Pruebas de stress (carga)	3 days	2006-10-18	2006-10-20							
19	Instalación de sitio Ecuatickets en el servidor de hosting	4 days	2006-10-23	2006-10-26							
20	Instalación de base datos en MS SQL Server 2000	1 day	2006-10-23	2006-10-23							
21	Creación de sitio web en Internet Information Services (IIS)	1 day	2006-10-24	2006-10-24							
22	Instalación de certificado digital en Internet Information Services (IIS)	1 day	2006-10-25	2006-10-25							
23	Prueba de verificación de funcionalidades del sitio web	1 day	2006-10-26	2006-10-26							
24											
25	Adecuaciones de las instalaciones	14 days	2006-10-04	2006-10-23							
26	Adquisición de Inmobiliario para la oficina (Sillas, escritorios, archivador y mueble)	5 days	2006-10-04	2006-10-10							
27	Adquisición de servidor, PCs y UPS	5 days	2006-10-04	2006-10-10							
28	Instalación de escritorios	1 day	2006-10-11	2006-10-11							
29	Contratación e instalación de puntos de red (6)	4 days	2006-10-12	2006-10-17							
30	Instalación y configuración del servidor	1 day	2006-10-18	2006-10-18							
31	Instalación y configuración de PCs (5)	2 days	2006-10-19	2006-10-20							
32	Instalación de base de datos del sistema administrativo SIAPRE en el servidor	1 day	2006-10-23	2006-10-23							
33	Instalación de sistema administrativo SIAPRE en las 5 PCs	1 day	2006-10-23	2006-10-23							
34											
35	Contratación de servicios	13 days	2006-10-02	2006-10-18							

Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03

ID	Nombre de tarea	Duration	Start	Finish	'06 May 01	'06 May 08	'06 May 15
36	Contratación del servicio de Dominio/Hosting y Certificado Digital con compañía M6.Net	5 days	2006-10-02	2006-10-06	S	M	T
37	Contratación del servicio de pago en línea: Payflow Link	3 days	2006-10-02	2006-10-04	S	M	T
38	Convenio con las empresas emisoras de las tarjetas de crédito (American Express, Diners Club, Visa, MasterCard)	10 days	2006-10-05	2006-10-18	S	M	T
39					S	M	T
40	Preparación del lanzamiento de Ecuatickets	35 days	2006-10-16	2006-12-01	S	M	T
41	Envío de e-mails a organizadores de eventos	1 day	2006-10-16	2006-10-16	S	M	T
42	Elaboración de tarjetas de presentación	3 days	2006-10-17	2006-10-19	S	M	T
43	Elaboración de invitaciones para organizadores y prensa	1 day	2006-10-17	2006-10-17	S	M	T
44	Elaboración de afiches	3 days	2006-10-17	2006-10-19	S	M	T
45	Elaboración de souvenirs	3 days	2006-10-18	2006-10-20	S	M	T
46	Elaboración de CDs con version demo	5 days	2006-10-23	2006-10-27	S	M	T
47	Screening en Guayaquil	10 days	2006-10-30	2006-11-10	S	M	T
48	Evaluar y contratar el local para el lanzamiento	5 days	2006-10-30	2006-11-03	S	M	T
49	Contratación de attaché (1)	2 days	2006-10-30	2006-10-31	S	M	T
50	Contratación del servicio de buffet	2 days	2006-10-30	2006-10-31	S	M	T
51	Entrega de invitaciones a organizadores	4 days	2006-11-06	2006-11-09	S	M	T
52	Entrega de invitaciones a la prensa	3 days	2006-11-06	2006-11-08	S	M	T
53	Realización del evento	1 day	2006-11-10	2006-11-10	S	M	T
54	Screening en Quito	15 days	2006-11-13	2006-12-01	S	M	T
55	Reservación de hospedaje	1 day	2006-11-13	2006-11-13	S	M	T
56	Reservación de pasajes	1 day	2006-11-13	2006-11-13	S	M	T
57	Contratación del local para el lanzamiento	5 days	2006-11-14	2006-11-20	S	M	T
58	Contratación de attaché (1)	2 days	2006-11-14	2006-11-15	S	M	T
59	Contratación del servicio de buffet	2 days	2006-11-14	2006-11-15	S	M	T
60	Entrega de invitaciones a organizadores	4 days	2006-11-21	2006-11-24	S	M	T
61	Entrega de invitaciones a la prensa	3 days	2006-11-21	2006-11-23	S	M	T
62	Realización del evento	1 day	2006-12-01	2006-12-01	S	M	T
63					S	M	T
64	Visitas a organizadores	15 days	2006-12-04	2006-12-22	S	M	T
65	Visitas a organizadores interesados en Ecuatickets	15 days	2006-12-04	2006-12-22	S	M	T



Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03



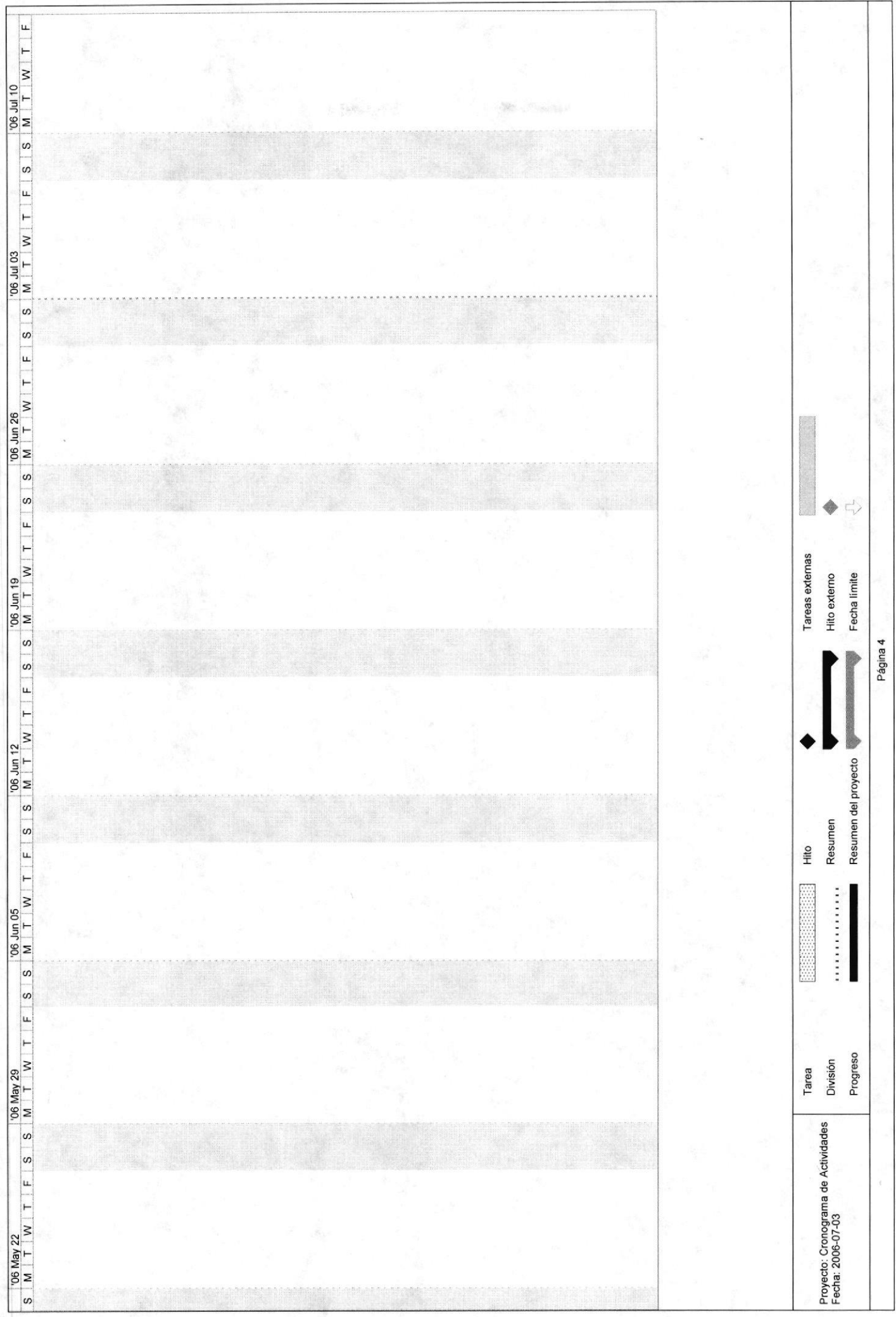
Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03

Tarea
 División
 Progreso

Hito
 Resumen
 Resumen del proyecto




Hito externo
 Fecha límite

Tareas externas



Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03

Tarea
 División
 Progreso

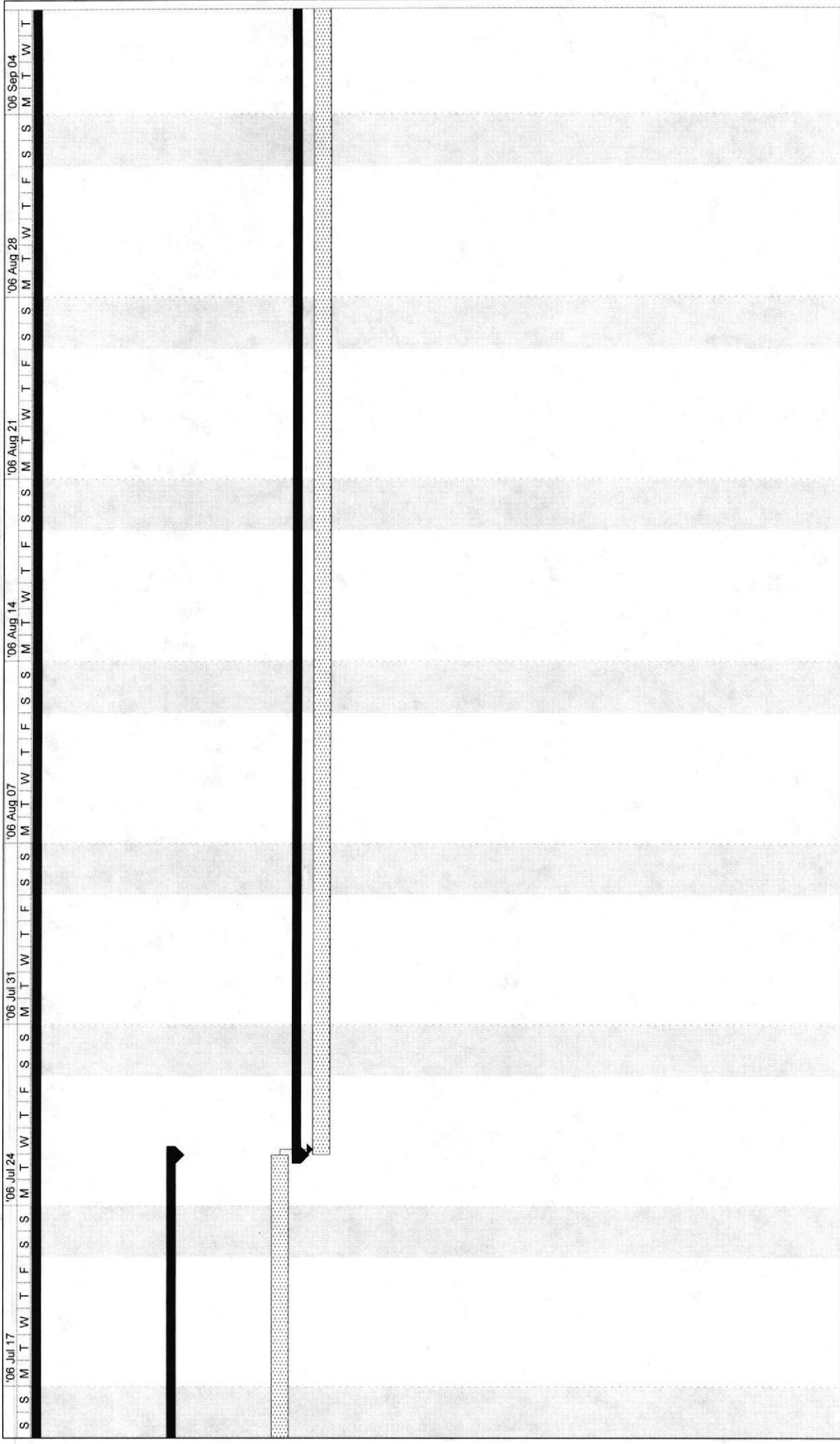
 Hito
 Resumen
 Resumen del proyecto










 Hito
 Resumen del proyecto
 Resumen

Tareas externas
 Hito externo
 Fecha limite

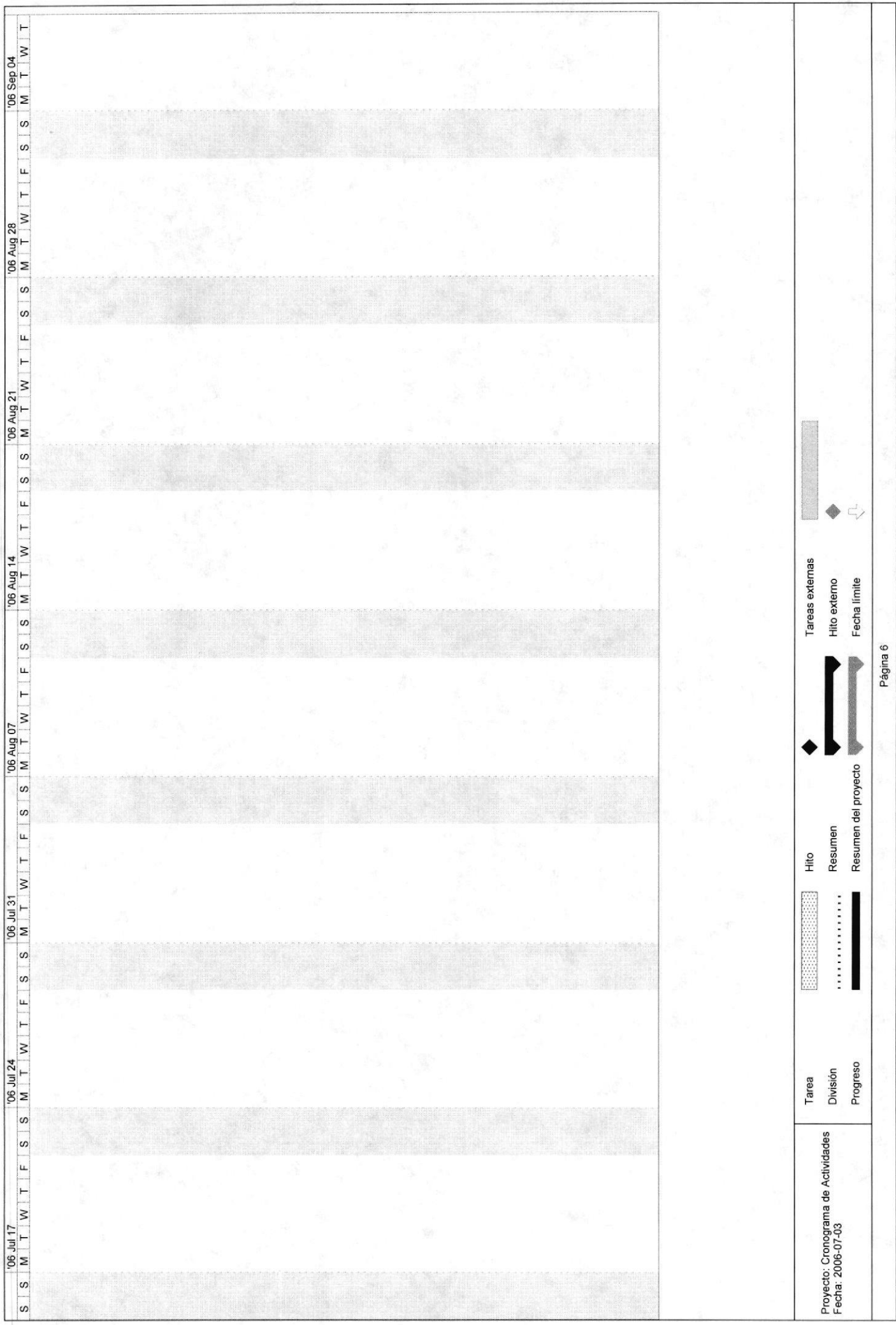









Tarea		Hito		Tareas externas	
División		Resumen		Hito externo	
Progreso		Resumen del proyecto		Fecha límite	




Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03



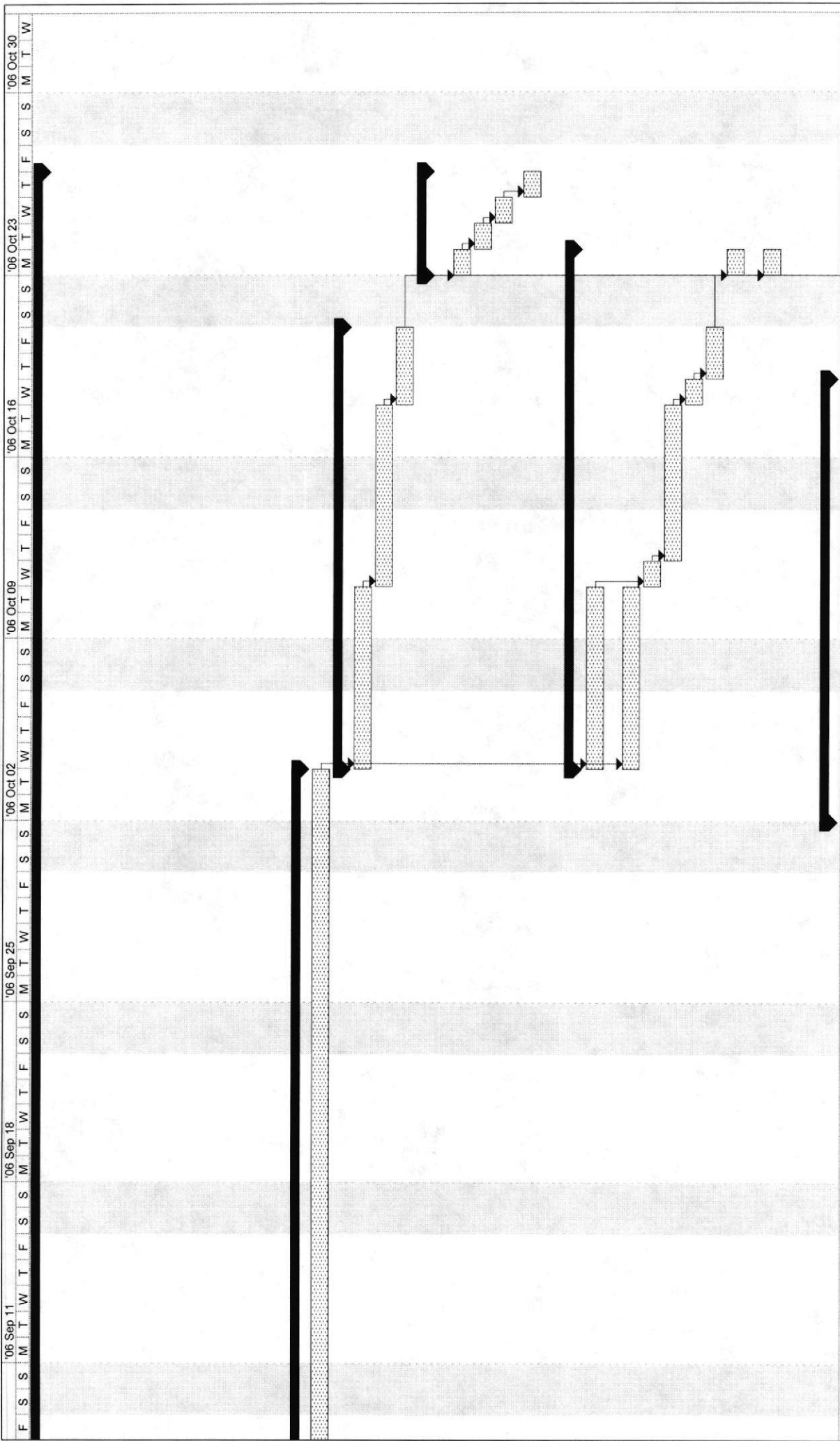
Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03

Tarea
 División
 Progreso

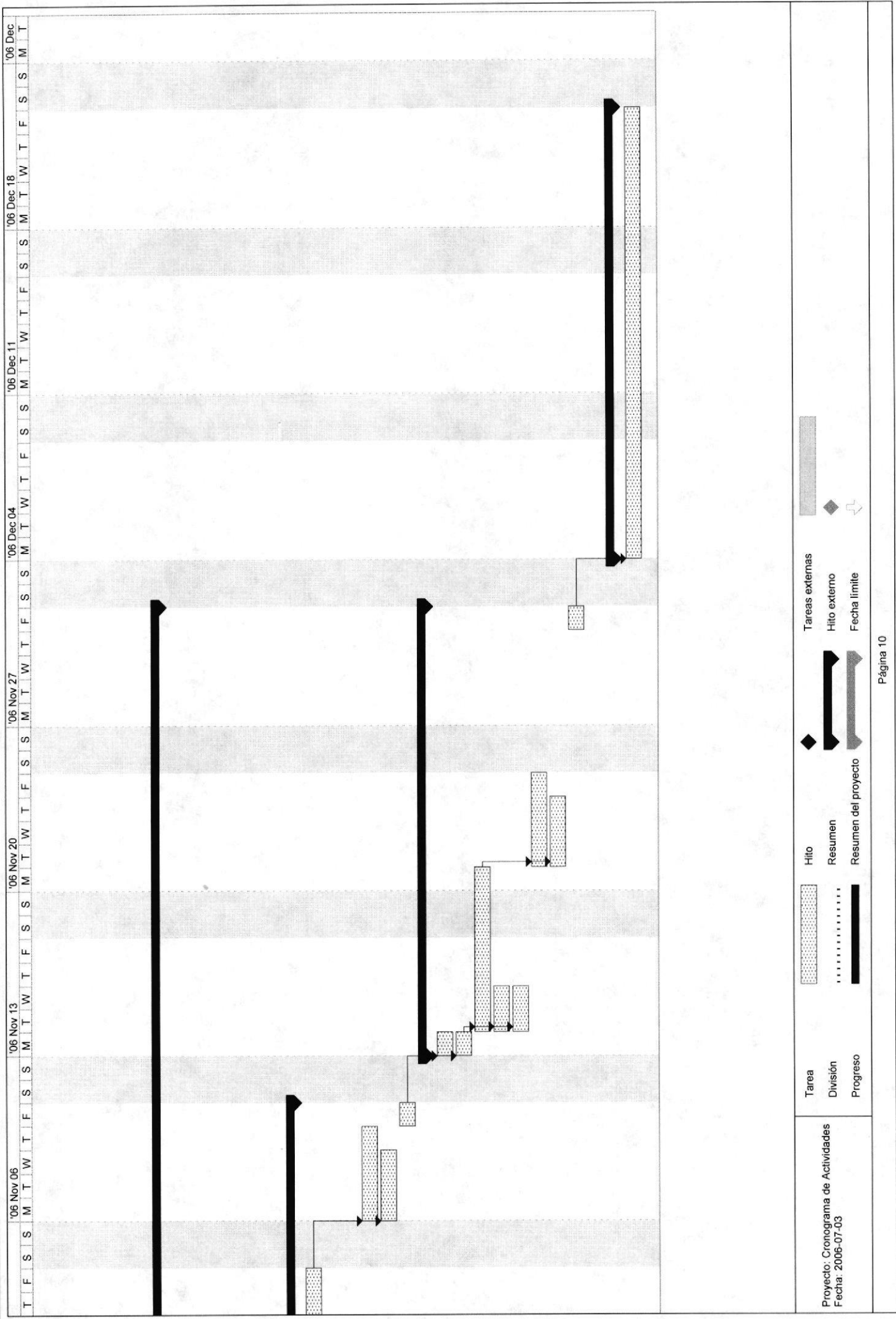
 Hito
 Resumen
 Resumen del proyecto

 Hito
 Resumen
 Resumen del proyecto

 Tareas externas
 Hito externo
 Fecha límite



Proyecto: Cronograma de Actividades
 Fecha: 2006-07-03



10 Recomendaciones

A continuación detallamos algunas recomendaciones acerca de nuestro producto:

- A los organizadores, dado que EcuTickets les permitirá comercializar de manera masiva los tickets de sus espectáculos a un bajo costo. Además, por toda la información y servicios ofrecidos al espectador, le otorga un mayor nivel y realce a sus eventos.
- A los espectadores, dado que EcuTickets le permitirá ahorrar tiempo en la compra de sus tickets, le dará mayor comodidad al ordenar desde cualquier parte del país, y sobre seguridad con los datos suministrados y del proceso de compra en sí.

11 Conclusiones

Concluimos que nuestro producto Ecuatickets es rentable por las siguientes razones:

- Las cifras que arrojan los estados e índices financieros acerca de nuestro producto, auguran una satisfactoria proyección económica a corto y mediano plazo.
- Somos pioneros en ofrecer este tipo de producto, ya que al satisfacer una necesidad no cubierta en el mercado (compra de tickets de espectáculos mediante Internet desde cualquier lugar del mundo), las posibilidades de éxito de nuestro modelo de negocio aumentan.
- La tendencia en la utilización de Internet para realizar transacciones mercantiles está en constante crecimiento, lo que aumenta las posibilidades de éxito de nuestro negocio.
- Dado que Ecuatickets es un producto que beneficia tanto a los organizadores de espectáculos como a los espectadores, y ya que nuestro plan de negocio plantea el cobro de comisiones a ambas partes, esto genera mayores ingresos.

12 Anexos

Anexo 01. Contrato de Trabajo Eventual

CONTRATO EVENTUAL DE TRABAJO

Entre la compañía **MEDIA LOGIC. S. A.**, representada por el señor **ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO**, en su calidad de **REPRESENTANTE LEGAL**, quien en lo posterior para los efectos de este contrato se denominará "La compañía "y el señor **<Nombre empleado>**, portador de la cédula de identidad **<Número cédula>**, quien en lo posterior y para los efectos de este Contrato, se denominará "El empleado eventual ", convienen en suscribir el presente Contrato de Trabajo que se contiene en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La compañía es una empresa cuya actividad está sometida a aumentos eventuales en la prestación de servicios habituales. Por tal razón, en periodos de mayor demanda como el actual, el empleador requiere contratar personal eventual.

SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO.- Con tal antecedente, el señor **<Nombre empleado>**, se obliga a trabajar eventualmente para la compañía en calidad de **<Nombre función>**, ejecutando todas las labores inherentes al cargo. El empleado declara encontrarse capacitado para tales funciones y legalmente habilitado para contratar; aceptando las condiciones expresamente pactadas y que se mencionan a continuación:

- a) El empleado eventual declara que desempeñará las funciones objeto del presente contrato, para satisfacer el aumento de la demanda en la prestación de servicios dentro de las actividades habituales del empleador.
- b) El empleado eventual declara conocer la calidad extraordinaria y eventual de las labores para la cual ha sido contratado; en consecuencia se somete al régimen de trabajador eventual; el cual lo excluye de la estabilidad mínima de un año establecido por el código del trabajo.

TERCERA: SITIO DE TRABAJO.- El empleado eventual cumplirá con las funciones, para las que ha sido contratado, en los locales que la compañía le asigne y los cuales el empleado eventual declara conocer.

CUARTA: REMUNERACION.- La compañía por concepto de sueldo pagará al empleado eventual la suma de **<Remuneración En Letras> 00/100 DOLARES** mensuales (**<Remuneración En Números>**).

QUINTA: HORARIO Y TURNOS.- El empleado eventual se compromete a laborar en el horario que para la jornada estableciere "la compañía "de acuerdo con sus necesidades.

SEXTA: PLAZO.- El presente contrato tendrá una duración inicial de **<Duración En Días>**; pero, de persistir las circunstancias eventuales de labor que motivaron su celebración, las partes podrán extenderlo por el tiempo adicional que se requiera para la satisfacción del servicio requerido producto del aumento en la demanda de servicios en actividades habituales, pero dicho tiempo en total no excederá de **<Duración En Días>**, sin que por este motivo pierda su calidad de contrato eventual. El acuerdo de las partes de prorrogar el plazo de este contrato se presumirá por la continuación de las labores que, como se ha expresado, no excederá del semestre contado a partir de la presente fecha.

SEPTIMA: REEMPLAZO Y SUSTITUCION DE FUNCIONES.- El empleado eventual conviene en laborar en el puesto de trabajo que la compañía le señale, conforme la cláusula segunda de este contrato, también a realizar reemplazos internos, y someterse a los horarios que disponga la Compañía.

OCTAVA: CAUSA ESPECIAL DE TERMINACION.- El presente contrato concluirá además del caso de terminación del plazo fijo estipulado, por las causas establecidas en el Art. 169 del código de trabajo.

NOVENA: EXCLUSIVIDAD.- El empleado eventual se compromete a prestar sus servicios en forma exclusiva para la compañía y no podrá dedicarse a ninguna otra actividad lucrativa similar, dentro o fuera de la jornada de trabajo.

DECIMA: COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD.- El empleado eventual declara con juramento, de manera voluntaria e irrevocable, y conociendo las consecuencias y efectos jurídicos de su declaración, que se obliga a guardar escrupulosamente todos y cada uno de los secretos técnicos de los productos y servicios a cuya elaboración o prestación concurra, directa o indirectamente, así como de los métodos o procesos comerciales, publicitarios, de mercadeo, informáticos, de financiamiento, etc. relacionados con actividades del empleador; igualmente, de los que tengan conocimiento en razón del trabajo que ejecuta. También deja constancia que no permitirá con su acción u omisión el acceso a terceros, a ningún aspecto, procedimiento o especificaciones técnicas que conozca o al que tenga acceso en función de las labores que desempeña en la compañía. Por consiguiente, el incumplimiento o violación del presente compromiso de confidencialidad por parte del empleado eventual, será causal de terminación del Contrato de Trabajo por parte del patrono, sin necesidad de desahucio, tal como está previsto de manera expresa en el Art. 316 causal primera, del Código de Trabajo, en concordancia con los arts. 45 literal h) y 172 numeral tercero) del mismo cuerpo legal, todo esto, sin perjuicio de las responsabilidades penales en las que incurriría el empleado eventual, al adecuar su conducta a los delitos que describen y sancionan los arts. 201 y 361 del Código Penal, así como de las responsabilidades civiles que tendría que asumir por los daños y perjuicios que ocasionaren a la compañía, la violación de este deber legal.

El empleado eventual también declara con juramento que su obligación de guardar confidencialidad o reserva tiene el carácter permanente y que se compromete a

respetarla mientras dure la relación de trabajo y aún después de la terminación de su contrato de trabajo.

DECIMA PRIMERA.- Se deja constancia que la renuncia o separación del empleado eventual de la labores que desempeña en la empresa empleadora, no suspenderán ni alterarán de manera alguna, la obligación y compromiso de confidencialidad voluntariamente asumidos por el empleado eventual en este documento, por lo que, de presentarse tal evento, se mantendrá vigente y exigibles, las responsabilidades civiles y penales que en este contrato se establecen.

DECIMA SEGUNDA: OTORGAMIENTO Y ACEPTACION.- El presente contrato se lo otorga en Guayaquil, ante el Inspector del Trabajo del Guayas el **<Fecha>**. Las partes comparecientes declaran su total conformidad con todas las cláusulas, suscribiendo en original y dos copias de igual valor y tenor.

ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO	<Nombre empleado>
MEDIA LOGIC S.A.	EL EMPLEADO

Anexo 02. Contrato de Trabajo a Plazo Fijo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO DE UN AÑO Y CON PERIODO DE PRUEBA

Entre **MEDIA LOGIC. S. A.**, representada por el señor **ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO**, en su calidad de **REPRESENTANTE LEGAL**, quien en lo posterior para los efectos de este contrato se denominará "LA COMPAÑÍA" y el señor **<Nombre empleado>**, portador de la cédula de ciudadanía **<Número cédula>**, quien en lo posterior y para los efectos de este Contrato, se denominará "EL EMPLEADO", convienen en suscribir el presente Contrato de Trabajo que se contiene en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO.- El señor **<Nombre empleado>**, se obliga a trabajar para la compañía en calidad de **<Nombre del Cargo>**, ejecutando todas las labores inherentes al cargo, las mismas que por su naturaleza constituyen funciones de confianza y dirección de acuerdo al artículo 58 del código de Trabajo. El empleado declara encontrarse capacitado para tales funciones de confianza y legalmente habilitado para contratar.

SEGUNDA: SITIO DE TRABAJO.- El empleado cumplirá con las funciones, para las que ha sido contratado, en los locales que la compañía le asigne y los cuales el empleado declara conocer.

TERCERA: REMUNERACION.- La compañía por concepto de sueldo pagará al empleado la suma de **CIENTO CINCUENTA 00/100 DOLARES mensuales (US. \$ 150,00)**.

CUARTA: HORARIO Y TURNOS.- El empleado se compromete a laborar en el horario que para la jornada estableciere "La compañía" de acuerdo con sus necesidades.

QUINTA: PLAZO.- Este es un contrato de trabajo en que las partes intervinientes lo pactan expresamente por un tiempo o plazo fijo de un año de duración, cumplido el cual terminarán las relaciones laborales. No obstante, las partes comparecientes acuerdan establecer en este contrato el **TIEMPO DE PRUEBA** de duración máxima de **NOVENTA DIAS**, según lo estipulado en el Art. 15 del código de Trabajo, a partir de la fecha de iniciación de las relaciones laborales, plazo dentro del cual una o cualquiera de las dos partes podrá dar por terminado libremente el presente Contrato, sin que se requiera desahucio ni pago de indemnización laboral alguna del empleado. Este contrato continuará vigente hasta completar el tiempo o plazo de un año conforme a lo estipulado en el inciso anterior.

SEXTA: REEMPLAZO Y SUSTITUCION DE FUNCIONES.- El empleado conviene en laborar en el puesto de trabajo que la compañía le señale, conforme la cláusula segunda de este contrato, también a realizar reemplazos internos, y someterse a los horarios que disponga la Compañía.

SEPTIMA: CAUSA ESPECIAL DE TERMINACION.- El presente contrato concluirá además del caso de terminación del plazo fijo estipulado, por las causas establecidas en el Art. 169 del código de trabajo.

OCTAVA: EXCLUSIVIDAD.- El empleado se compromete a prestar sus servicios en forma exclusiva para la compañía y no podrá dedicarse a ninguna otra actividad lucrativa similar, dentro o fuera de la jornada de trabajo.

NOVENA: El empleado declara conocer el Reglamento Interno de la compañía cuyas cláusulas se consideran parte integrante y principal de este Contrato.

DECIMA: COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD.- El empleado declara con juramento, de manera voluntaria e irrevocable, y conociendo las consecuencias y efectos jurídicos de su declaración, que se obliga a guardar escrupulosamente todos y cada uno de los secretos técnicos de los productos y servicios a cuya

elaboración o prestación concurra, directa o indirectamente, así como de los métodos o procesos comerciales, publicitarios, de mercado, informáticos, de financiamiento, etc. relacionados con actividades del empleador; igualmente, de los que tengan conocimiento en razón del trabajo de que ejecuta. También deja constancia que no permitirá con su acción u omisión el acceso a terceros, a ningún aspecto, procedimiento o especificaciones técnicas que conozca o al que tenga acceso en función de las labores que desempeña en la compañía. Por consiguiente, el incumplimiento o violación del presente compromiso de confidencialidad por parte del empleado eventual, será causal de terminación del Contrato de Trabajo por parte del patrono, sin necesidad de desahucio, tal como esta previsto de manera expresa en el Art. 316 causal primera, del código del Trabajo, con concordancia con los artículos. 45 literal h) y 172 numeral tercero) del mismo cuerpo legal, todo esto, sin perjuicio de las responsabilidades penales en las que incurriría el empleado eventual, al adecuar su conducta a los delitos que describen y sancionan los artículos 201 y 361 del código penal, así como de las responsabilidades civiles que tendría que asumir por los daños y perjuicios que ocasionaren a la compañía, la violación de este deber legal.

El empleado también declara con juramento que su obligación de guardar confidencialidad o reserva tiene el carácter permanente y que se compromete a respetarla mientras dure la relación de trabajo y aún después de la terminación de su contrato de trabajo.

DECIMA PRIMERA: Se deja constancia que la renuncia o separación del empleado de las labores que desempeña en la empresa empleadora, no suspenderán ni alterarán de manera alguna, la obligación y compromiso de confidencialidad voluntariamente asumidos por el empleado en este documento, por lo que, de presentarse tal evento, se mantendrá vigente y exigibles, las responsabilidades civiles y penales que en este Contrato se- establecen.

DECIMA SEGUNDA: OTORGAMIENTO Y ACEPTACION.- El presente contrato se lo otorga en Guayaquil, ante el Inspector del Trabajo del Guayas el 2 de Enero del 2006. Las partes comparecientes declaran su total conformidad con todas las cláusulas, suscribiendo en original y dos copias de igual valor y tenor.

ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO	<Nombre empleado>
MEDIA LOGIC S.A.	EL EMPLEADO

Anexo 03. Acta de finiquito

ACTA DE FINIQUITO

En la ciudad de Guayaquil, a los treinta y un día de enero del 2006, comparecen por una parte MEDIA LOGIC S.A., por el Señor ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO, a quien en adelante se denominara el EX-EMPLEADOR, y por otra parte el señor **<Nombre empleado>** por sus propios derechos, portador de la cédula de identidad No. 092407711-8, a quién se llamara el EX-TRABAJADOR, con el objeto de dar por terminada la relación de trabajo que mantenían desde el 23 al 27 de enero del presente año.

EL EX-TRABAJADOR, manifestó su expresa constancia de terminar la relación de trabajo con el EX EMPLEADOR en concordancia con el artículo 15 del Código de Trabajo. En consecuencia, el EX-EMPLEADOR, procede en este acto a entregar al EX-TRABAJADOR, la suma de \$ <Suma En Número> (<Suma En Letras> DÓLARES) correspondiente a la siguiente liquidación que se detalla:

BENEFICIOS:

SUELDO	<Valor>
HORAS EXTRAS	<Valor>
PROPORCIONAL DECIMO TERCER SUELDO	<Valor>
PROPORCIONAL DECIMO CUARTO SUELDO	<Valor>
PROPORCIONAL VACACIONES	<Valor>
TOTAL	<Valor>

MENOS: 9.35% APORTE IESS	<Valor>
TOTAL A RECIBIR	<Valor>

SON: <Cantidad en Letras> DOLARES

El EX-TRABAJADOR, declara que acepta en todas sus partes la liquidación que antecede por encontrarla conforme a derecho y manifiesta estar de acuerdo en los datos referentes a fecha de entrada y de salida, remuneración, décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, que se ajustan estrictamente a la realidad y a la Ley. El EX-TRABAJADOR además declara que durante la relación de trabajo, se le pagaron oportunamente todos los beneficios legales que como trabajador le correspondió recibir; y declara además que el EX-EMPLEADOR, cumplió con todas y cada una de las obligaciones que con respecto a él tenía frente al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.), y que durante el tiempo que laboró para el EX-EMPLEADOR, no sufrió enfermedad profesional o accidente de trabajo alguno que lo haya incapacitado parcial o totalmente, en forma temporal o permanente, para el desempeño de sus labores habituales.

Por lo cual firman las partes en señal de conformidad.

ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO	<Nombre empleado>
MEDIA LOGIC S.A.	EL EMPLEADO

Anexo 04. Contrato de Prestación de Servicios

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Conste en el presente instructivo, el contrato de prestación de servicios al tenor de las siguientes cláusulas:

Primera.- INTERVINIENTES.- Las partes que intervienen en la suscripción del presente contrato son por una parte **Media Logic S.A.** con **R.U.C. 0992418087001** y por otra, **<Nombre organizador>** representada por su propietario **<Nombre propietario>**, quien en adelante se denominará como "El Cliente".

Segunda.- ANTECEDENTES.- Media Logic S.A. posee un producto tecnológico llamado Ecuatickets, el cual permite a los organizadores de eventos comercializar sus tickets mediante el uso de Internet.

Tercera.- OBJETO.- El objeto del presente contrato es la prestación, por parte de "El Contratista", de los servicios a través de su sitio Web llamado Ecuatickets, proveyendo asistencia técnica permanente para el buen funcionamiento de dicho sitio. Este sitio estará disponible las veinte y cuatro horas del día durante los trescientos sesenta y cinco días del año.

Cuarta.- ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.- Media Logic S.A. brindará sus servicios vía telefónica o personalmente de acuerdo a las circunstancias y a la conveniencia de "El Cliente". En el caso de que "El Cliente" requiera información adicional mediante reportes especiales, éstos serán cotizados y facturados de acuerdo a la complejidad de los mismos.

Quinta. OBLIGACIONES DE Media Logic S.A.- Media Logic S.A. brindará mantenimiento al sitio, es decir, que resolverá todos aquellos problemas

originados por errores de programación, errores de usuario o daños de las bases de datos del sistema.

Sexta. OBLIGACIONES DE "El Cliente".- "El Cliente" deberá proveer a Media Logic S.A. de todos los tickets necesarios para ser entregados al cliente sin retraso alguno del tal forma que pueda entregarlos sin ningún contratiempo.

Séptima.- COSTO DEL SERVICIO.- El costo de este servicio es de \$ 0.02 dólares (dos centavos) por cada dólar vendido de los tickets vendidos mediante Ecuatickets, pagaderos hasta máximo 5 días posteriores a la realización del espectáculo. Los pagos deben ser emitidos a nombre de Media Logic S.A.

Octava.- DURACIÓN DEL CONTRATO.- El presente contrato tiene vigencia hasta el día de realización o cancelación del espectáculo. Además, si una de las partes no está conforme con las labores realizadas o actitudes asumidas por la otra parte, la parte afectada puede dar por terminado el presente contrato sin reclamo alguno ni derecho a ningún tipo de indemnización; esto se lo deberá hacer, notificando por escrito la decisión tomada a la otra parte.

Novena.- DOMICILIO Y COMPETENCIA.- Las partes acuerdan someter cualquier divergencia surgida de la interpretación o ejecución del presente contrato al Tribunal Arbitral de la Cámara de Comercio de Guayaquil, en la base a las normas constantes en la Ley de Arbitraje y Mediación y otras normas aplicables.

Décima.- CANCELACIÓN DEL ESPECTÁCULO.- En caso de que por motivos de fuerza mayor, el espectáculo sea cancelado, Media Logic S.A. se compromete a notificar dicha cancelación en el sitio web y a rembolsar el valor cargado a las tarjetas de crédito de los espectadores, que hayan adquirido sus tickets directamente a Ecuatickets.

Para constancia de aceptación de todas las cláusulas anteriormente expuestas, firman las partes el presente documento en original y una copia, el <día> de <mes> del <año>.

ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO MEDIA LOGIC S.A.	<Nombre organizador> EL CLIENTE

Anexo 05. Impuestos de la Compañía

Tabla no. 28. Proyección de Impuestos Fijos

PROYECCIÓN DE PAGO DE IMPUESTOS FIJOS					
Impuesto	2007	2008	2009	2010	2011
Certificado del benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Permiso de funcionamiento	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Tasa de habilitación del negocio	17,29	17,29	17,29	17,29	17,29
Registro único del contribuyente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	82,29	82,29	82,29	82,29	82,29

Tabla no. 29. Proyección de Impuestos después de Balances

PROYECCIÓN DE PAGO DE IMPUESTOS PAGADOS DESPUES DE BALANCES					
Impuesto	2007	2008	2009	2010	2011
Super Intendencia de Compañías	13,18	14,33	15,67	17,40	18,03
A los activos totales a los municipios	26,33	40,26	57,37	77,89	99,56
TOTAL	39,52	54,59	73,04	95,29	117,59

Anexo 06. Rol de Pagos

MEDIA LOGIC S.A.													
ROL DE PAGOS CORRESPONDIENTE AL MES DE :													
NOMINA	I N G R E S O S						E G R E S O S						
	SUELDO UNIFICADO	HORAS EXTRAS 100%	HORAS EXTRAS 50%	TOTAL APORTABLE	ALIMENTACION	TRANS PORTE	BONO	TOTAL INGRESOS	APORTE S IESS 0,00%	ANTI CIPOS	MULTAS	TOTAL DCTOS	NETO A RECIBIR
ADMINISTRACION													
GERENTE GENERAL	250,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00
ASISTENTE DE MARKETING Y DE VENTAS	250,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00
ASIST. ADMINISTRATIVO Y DE LOGISTICA	250,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00
WEBMASTER	250,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00
SUMA TOTAL	1.000,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00

Anexo 07. Gastos de Publicidad

Tabla no. 30. Gastos por Lanzamiento

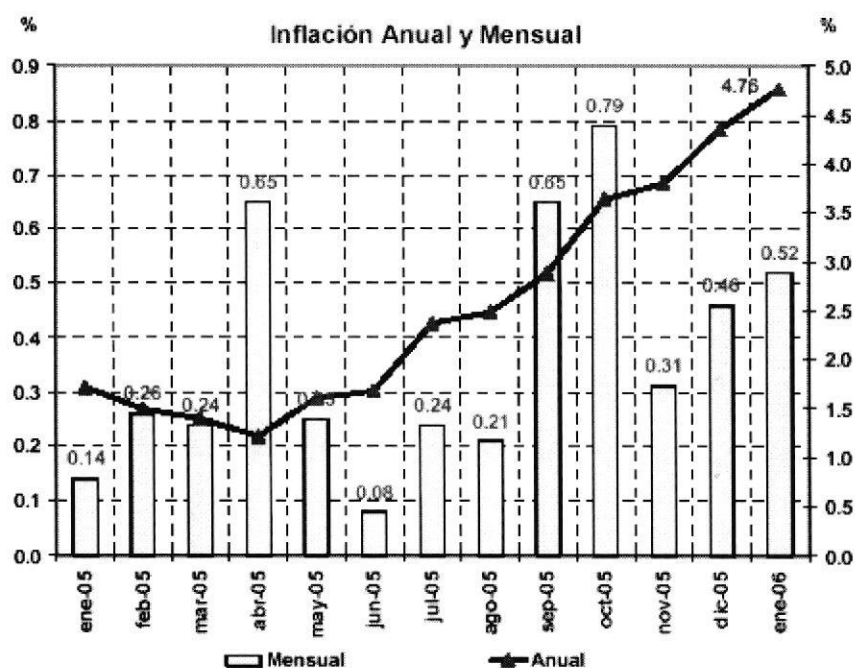
Lanzamiento del Producto		Quito	Gquil
Alquiler de local		150,00	150,00
Buffet		200,00	200,00
Pasajes 2 personas		200,00	0,00
Hospedaje y alimentación 2 días		100,00	0,00
Attaché (2 modelos)		100,00	100,00
Total		750,00	450,00
Total Lanzamiento			1.200,00

Tabla no. 31. Costos de Promoción y Publicidad

COSTO DE PUBLICIDAD Y PROMOCION													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Publicidad y Promoción	176,90	178,67	180,45	182,26	184,08	185,92	187,78	189,66	191,56	193,47	195,41	197,36	2.243,52
Total	176,90	178,67	180,45	182,26	184,08	185,92	187,78	189,66	191,56	193,47	195,41	197,36	2.243,52

Anexo 08. Comportamiento de Tasa de Inflación

El siguiente cuadro, muestra una proyección de la inflación anual y mensual hasta enero del 2006, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

ELABORACIÓN: Banco Central del Ecuador.

Anexo 09. Análisis de Mercado

Para realizar el análisis de mercado, hemos clasificado a los espectáculos en tres categorías: A, B y C, siendo la categoría "A" la más alta calificación de acuerdo a la calidad del mismo.

Además se ha considerado un análisis de los escenarios tanto de Quito como Guayaquil, según su capacidad.

Se ha estimado también que por lo general, el promedio de los espectáculos que se realizan en el Ecuador, son de categoría "B", independientemente del tipo de escenario.

Con respecto a los valores a recibir por el servicio que brinda EcuTickets, hemos establecido que el organizador deberá cancelar \$0.02 por cada dólar vendido, además el usuario final deberá cancelar \$0.25 adicionales al valor de su ticket.

Se considera también que por cada entrega a domicilio, habrá un recargo de \$1.50 (independiente a la cantidad de tickets adquiridos por cada entrega), de los cuales \$1.00 es para el servicio de courier (ServiEntrega) y los \$0.50 adicionales, representan una comisión para EcuTickets. Además se estima que en promedio el 80% de personas solicitan el servicio de entrega a domicilio

y cada persona compra 1.2 tickets. (Estos valores nos fueron facilitados por el Sr. William Lucas, Gerente de la discoteca FIZZ, en base a datos estadísticos recabados durante sus años de experiencia en la organización de espectáculos públicos y privados.)

Descripción de las columnas del análisis de mercado:

Columna	Forma de Cálculo
Proyección de Ventas (Eventos)	Universo de eventos (B11) / sumatoria de eventos de la investigación de mercado (C9) * # de eventos de la categoría de la intención de compra.
Mercado Potencial (Eventos)	Proyección de ventas expresado en eventos (D2) * factor de éxito de la categoría de intención de compra.
Proyección de Ventas (Tickets)	Mercado potencial expresado en eventos * promedio de venta de tickets por evento (E11)
Proyección de ventas (USD)	Se sumaron los ingresos de los 10 eventos (mercado potencial expresado en eventos) de acuerdo a la siguiente distribución: Ingresos de 6 eventos de la categoría "B" del escenario "A" + Ingresos de 3 eventos de la categoría "B" del escenario "B" + Ingresos de 1 evento de la categoría "B" del escenario "C"

Columna	Forma de Cálculo
Proyección de Vtas mediante Ecuatickets (Tickets)	Proyección de Vtas (tickets) * % estimado de Compras X Internet (B14)
Proyección de Vtas mediante Ecuatickets (USD)	<p>Se sumaron los ingresos de los 10 eventos (mercado potencial expresado en eventos) de acuerdo a la siguiente distribución:</p> <p>Ingresos de 6 eventos de la categoría "B" del escenario "A" * % estimado de Compras X Internet (B14) +</p> <p>Ingresos de 3 eventos de la categoría "B" del escenario "B" * % estimado de Compras X Internet (B14) +</p> <p>Ingresos de 1 evento de la categoría "B" del escenario "C" * % estimado de Compras X Internet (B14)</p>
Comisión cobrada al Organizador x cada \$1 vendido (USD)	Proyección de Vtas mediante Ecuatickets (USD) * Comisión cobrada al organizador (\$0.02)
Comisión cobrada al Espectador x cada e-ticket vendido (USD)	Proyección de Vtas mediante Ecuatickets (Tickets) * Comisión cobrada al espectador (\$0.25)
Comisión cobrada al espectador x	Proyección de Vtas por Ecuatickets (tickets) * % Estimado espectadores que compran por

Columna	Forma de Cálculo
servicio de entrega (*) x c / Vta (USD)	Internet (0.80) * Cant. promedio estimada de tickets por espectador(1.2) *Utilidad (0.50)

Tabla no. 32. Análisis de Mercado

Intención de Compra	Factor de Éxito	I.M. (Eventos)	Proyección de Vtas (eventos)	M.P. (eventos)	Proyección de Vtas (tickets)	Proyección de Vtas (USD)	Proyección de Vtas mediante EcuaTickets (tickets)	Proyección de Vtas mediante EcuaTickets (USD)	Comisión cobrada al Organizador x cada \$1 vendido (USD)	Comisión cobrada al Espectador x cada ticket vendido (USD)
Imposible	0%	4	4	0	0	0	0	0	0.00	0.00
Ligera Posibilidad	5%	6	6	0	3,848	0	535	0	0.00	277.51
Es Posible	10%	2	2	0	2,565	0	370	0	0.00	185.07
Neutro	20%	4	4	1	10,261	560,000	1,481	80,800	1,616.00	740.28
Buena Posibilidad	40%	8	8	3	41,045	1,260,000	5,322	181,800	3,636.00	2,361.13
Altas Posibilidad	60%	4	4	2	30,784	980,000	4,442	141,400	2,828.00	2,220.85
Compra Segura	85%	12	12	10	130,832	4,900,000	18,877	767,000	14,140.00	9,438.59
TOTALES		40	40	17					B	B

Universo Eventos X Año	40
	Eventos

Prom. Vtas de Tickets por Evento	12827
	Tickets

Meta de Mercado Secundario	15,02%
	Espectadores

% Compras X Internet	14,43%
	Compras

Meta de Mercado Primario	25,50%
	Eventos

Total Proyección Ventas (A+B+C)	29.870,99
--	------------------

* Se asume que cada persona compra en promedio 1.2 tickets y el 80% desea entrega a domicilio de los ticket

Anexo 10. Análisis de Escenarios

Tabla no. 33. Análisis de Escenarios

Escenario	Capacidad	Cantidad Espectáculos al año	Capacidad Máx. de Venta de Tickets al año	% Proyección de Venta de Tickets	Proyección de Venta de Tickets	% de Venta de Tickets por Internet	Proyección de Venta de Tickets por Internet
Coliseo "Voltaire Paladines Polo"	12000	5	60000	80%	48000	16	7680
Estadio Modelo	20000	5	100000	80%	80000	16	12800
Feria de Durán	12000	3	36000	80%	28800	5	1440
Teatro Centro de Arte	2000	1	2000	80%	1600	17	272
Coliseo General "Rumiñahui"	18000	6	108000	80%	86400	16	13824
Estadio Olímpico "Atahualpa"	20000	5	100000	80%	80000	16	12800
Plaza de Toros de Quito	15000	5	75000	80%	60000	15	9000
Total		30	481000		384800	14,43%	57816

Promedio de Tickets Vendidos **12826,67**

Ciudad	Cant. Espectáculos al año
Guayaquil	20
Quito	20
Total	40

Anexo 11. Análisis de Categoría de Eventos

Tabla no. 34. Análisis de Categoría de Eventos

Tipo Escenario	Capacidad	Categoría Evento	Localidad	Precio	% Capacidad		Proyección Ventas (USD)		
					Localidad	Localidad			
Escenario A	20000	Evento A	Golden Box		80	5%	1000,00	80000	
			VIP		60	10%	2000,00	120000	
			Tribuna		30	35%	7000,00	210000	
			General		15	50%	10000,00	150000	
				TOTAL				560000	
			Evento B	Golden Box		80	5%	1000,00	80000
				VIP		60	10%	2000,00	120000
				Tribuna		30	35%	7000,00	210000
				General		15	50%	10000,00	150000
				TOTAL				560000	
Escenario B	15000	Evento C	Golden Box		65	5%	1000,00	65000	
			VIP		45	10%	2000,00	90000	
			Tribuna		20	35%	7000,00	140000	
			General		10	50%	10000,00	100000	
				TOTAL				395000	
			Evento A	Golden Box		80	5%	750,00	60000
				VIP		60	10%	1500,00	90000
				Tribuna		30	35%	5250,00	157500
				General		15	50%	7500,00	112500
				TOTAL				420000	
		Evento B	Golden Box		80	5%	750,00	60000	
			VIP		60	10%	1500,00	90000	
			Tribuna		30	35%	5250,00	157500	

Tipo Escenario	Capacidad	Categoría Evento	Localidad	Precio	% Capacidad		Proyección Ventas (USD)
					Localidad	Localidad	
			General		15	50%	7500,00
		Evento C	Golden Box		65	5%	TOTAL
			VIP		45	10%	1500,00
			Tribuna		20	35%	5250,00
			General		10	50%	7500,00
							TOTAL
Escenario C	10000	Evento A	Golden Box		80	5%	500,00
			VIP		60	10%	1000,00
			Tribuna		30	35%	3500,00
			General		15	50%	5000,00
							TOTAL
		Evento B	Golden Box		80	5%	500,00
			VIP		60	10%	1000,00
			Tribuna		30	35%	3500,00
			General		15	50%	5000,00
							TOTAL
		Evento C	Golden Box		65	5%	500,00
			VIP		45	10%	1000,00
			Tribuna		20	35%	3500,00
			General		10	50%	5000,00
							TOTAL
							112500
							420000
							48750
							67500
							105000
							75000
							296250
							40000
							60000
							105000
							75000
							280000
							40000
							60000
							105000
							75000
							280000
							32500
							45000
							70000
							50000
							197500

Anexo 12. Encuesta a Organizadores de Espectáculos

Qué grado de importancia tiene para usted como organizador profesional de espectáculos lo siguiente:

1. Cubrir una mayor cobertura geográfica en la venta de entradas de tickets?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

2. Conocer en cualquier momento el estado de las ventas de las localidades?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

3. Informar a su mercado acerca del espectáculo, artistas, escenarios, mapas, direcciones, costos de sus próximos y actuales espectáculos con costos mínimos?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

4. Mejorar la imagen de su negocio al utilizar tecnología que permita la compra de su ticket desde cualquier lugar, en forma rápida confiable y sencilla?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

5. Obtener ingresos o disminuir costos mediante convenios con anunciantes o empresas que puedan promocionar sus espectáculos?

Totalmente Importante:

Importante:

Algo Importante:

Muy poco Importante:

Nada Importante:

6. Le interesaría tener a su disposición el servicio de venta de tickets por Internet?

Totalmente Importante:

Importante:

Algo Importante:

Muy poco Importante:

Nada Importante:

7. Cuánto estaría dispuesto usted a pagar como comisión de venta por cada dólar vendido utilizando los servicios de Ecuatickets?

8. Cuántos espectáculos generalmente organiza anualmente y cuántos planea realizar este año?

9. Cuántos organizadores de espectáculos conoce usted en las ciudades de Quito y Guayaquil? Mencionar.

- 10.Cuál es la comisión que actualmente pagan por cada ticket vendido?

11. Qué otros servicios le interesarían que provea Ecuatickets?

Anexo 13. Encuesta a Espectadores

Qué grado de importancia tiene para usted como espectador lo siguiente:

1. Adquirir los tickets de sus espectáculos preferidos de una forma rápida, cómoda y segura, mediante el uso del Internet:

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

2. Que en dicha compra, se brinde la posibilidad de recibir su ticket en su domicilio o el lugar que prefiera?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

3. Mantenerse informado acerca de los actuales y próximos espectáculos a realizarse, artistas, escenarios, mapas, direcciones?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

4. Tener a su disposición un sitio web (Ecuatickets) que le brinde todos los servicios mencionados anteriormente?

Totalmente Importante:
Importante:
Algo Importante:
Muy poco Importante:
Nada Importante:

5. Estaría dispuesto a pagar un valor mínimo por el servicio de compra de sus tickets y por el servicio de entrega a domicilio brindados por Ecuatickets?

6. Estaría de acuerdo en utilizar su tarjeta de crédito para pagar los servicios brindados por Ecuatickets?

- Totalmente de acuerdo:
- De acuerdo:
- Parcialmente de acuerdo:
- Muy poco de acuerdo:
- Totalmente en desacuerdo:

7. Estaría de acuerdo en emplear el servicio de entrega de tickets a domicilio brindado de Ecuatickets?

8. Cuantos tickets generalmente Ud. adquiere cada vez que asiste a un espectáculo público?

9. Qué otros servicios le interesarían que provea Ecuatickets?

Anexo 14. Precios

Precio de Servicio de Dominio/Hosting y Certificado Digital



Designer
Specifications



Pricing	
12 Month pre paid - no set-up fee	\$192.00
per month equivalent	\$16.00
6 Month pre-paid	\$108.00
per month equivalent	\$18.00
Single Monthly \$10 - setup fee	\$20.00

Essentials	
Disk Space (MB)	17 GB
Traffic - Bandwidth (GB)	600 GB
Domain	
Pre-registered domain transfer	Free
Domain Registration (new or renewal)	\$15.00
Custom Name/DNS Server	add - \$50
Edit DNS Record	yes
Email	
POP3/IMAP/SMTP	unlimited
Aliases	unlimited
Forwarders	unlimited
Auto-Responders	unlimited
Customise Web Based Email	yes
Mail Lists - List server	8
List Server members	2000
Web Sites & Services	
IIS Web Sites	
Custom Error Pages	yes
Virtual Directories	unlimited
Separate Application space	available(1)
Site Management	
Users / FTP Logins	25

Customer Support	
within 24 hour response	yes
within 12 hour response guaranteed	no
Statistics & Promotion	
Stats Server	10
Search Engine Submission	yes
Scripting	
ASP	Yes
ASP.NET Framework	Yes
CGI BIN	Yes
PERL	Yes
PHP	Yes
Application	
ISAPI	2
Custom Components	2
Custom Applications - (setup fee)	yes - \$10 each
Scheduled Applications - (setup fee)	yes - \$10 each
Database	
ODBC	unlimited
MS-Access 97/2000/XP/2003	unlimited
MS-SQL Server 2000	4
Additional SQL Setup fee	n/a
MS-SQL Server space	account size
MySQL	40

Multimedia	
Windows Media Streams	10
Security	
FREE Shared SSL 128Bit	Yes
Custom SSL 128Bit - Thawte Certificate + Dedicated IP + Installation fee	\$260/yr
Custom SSL 128Bit - InstantSSL + Dedicated IP + Installation fee	\$115/yr
Custom SSL 128Bit - InstantSSL Pro + Dedicated IP + Installation fee	\$130/yr
Custom SSL 128Bit - InstantSSL Premium + Dedicated IP + Installation fee	\$180/yr
Custom SSL 128Bit Renewal - Thawte Certificate + Dedicated IP + Installation fee	\$195/yr
Custom SSL 128Bit Renewal - InstantSSL + Dedicated IP + Installation fee	\$90/yr
Custom SSL 128Bit Renewal - InstantSSL Pro + Dedicated IP + Installation fee	\$105/yr
Custom SSL 128Bit Renewal - InstantSSL Premium + Dedicated IP + Installation fee	\$115/yr
Password Protected Directories	Yes

Precio de Servicio de de Pago en Línea (Payflow Link)



Payment Service Platform	Service Overview	Setup Fee	Monthly Transactions	Monthly Fee
Payflow Pro® Buy Now	Credit card and electronic check processing Purchase cards Level 2 & 3 support (for supported processors) Toll-free telephone support 5:00am to 6:00pm PST Monday through Friday, (except VeriSign holidays) Full support description	\$249.00	Up to 1,000*	\$59.95
Payflow Link® Buy Now	Credit card (Level 1) and electronic check processing E-Mail and Web support Full support description	\$179.00	Up to 500*	\$19.95

* Additional transactions will be charged at \$0.10 per transaction

13 Bibliografía

- Fundamentos de Administración Financiera – 8va edición - James C. Van Horne y John M. Wachowicz, JR.
- Administración Financiera – 8va edición – Lawrence J. Gitman
- Estadísticas de Acceso a Internet en Ecuador:
http://www.supertel.gov.ec/telecomunicaciones/v_agregado/estadisticas/Internet.htm
- Perfil de los usuarios de Internet aplicable a Latinoamérica:
<http://www.educar.org/articulos/perspectivaseducvirtual.asp>
- Preparación y evaluación de Proyectos – Nassir Sapag.
- Edad de los usuarios latinos de Internet:
<http://www.educar.org/articulos/perspectivaseducvirtual.asp>