

**ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - ESPAE**

**TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN DE
TELECOMUNICACIONES**

MEGET II

Tema: *"E@KIOSCOS DE INTERNET"*



Realizado:

Ing. Blanca Silva

Ing. Ivonne Reinoso

Ing. Mario Sión

Ing. Katheryn Pazos

Ing. Christian Ordóñez

Director:

Ing. Sergio Flores Macias

Noviembre del 2005



"E@KIOSCOS DE INTERNET"

CAPITULO 1

Pág. 1

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- 1.1. LA EMPRESA
- 1.2. ACTIVIDAD QUE REALIZA.
- 1.3. LOCALIZACIÓN.
- 1.4. FIGURA LEGAL.
- 1.5. IMPORTANCIA ECONÓMICA EN LA REGIÓN.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

CAPITULO 2

Pág. 3

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

- 2.1 INICIO
- 2.2. EVOLUCIÓN
- 2.3. MARCO LEGAL
- 2.4. ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA

CAPITULO 3

Pág. 7

ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO

- 3.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.
 - 3.1.1 Misión De Pacifictel S.A.
 - 3.1.2 Visión De Pacifictel S.A.
 - 3.1.3 Visión De E-Kiosco
 - 3.1.4 Misión De E-Kiosco.
 - 3.1.5 Valores Filosóficos.
- 3.2 ANÁLISIS EXTERNO
 - 3.2.1 Análisis de la empresa y de su entorno.
 - 3.2.2 Análisis de la Industria
- 3.3. ANÁLISIS INTERNO
 - 3.3.1 Fortalezas Y Debilidades
 - 3.3.2 Planteamiento De La Estrategia



3.4 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

- 3.4.1 Grupo Empresarial.
- 3.4.2 Personal Ejecutivo
- 3.4.3 Organización
- 3.4.4 Empleados

CAPITULO 4

Pág. 25

IMPLEMENTACIÓN DE E@KIOSCOS

4.1 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL HARDWARE

- 4.1.1 Determinación de criterios para la selección del modelo.
- 4.1.2 Características técnicas de las maquinas y sus partes
- 4.1.3 Requerimientos de instalación

4.2 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL SOFTWARE DE GESTIÓN

- 4.2.1 Determinación de criterios para la selección de las funcionalidades.
- 4.2.2 Características del control y gestión

4.3 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MEDIO DE ACCESO

- 4.3.1 Acceso Mediante Banda Estrecha
- 4.3.2 Acceso Mediante Banda Ancha

4.4 IMPLEMENTACIÓN DE PROTOTIPO

- 4.4.1 Tipos De Acceso Para la Implementación de e@kiosco
- 4.4.2 Hardware – Mueble y Descripción de las Partes
- 4.4.3 Software De e@kiosco

CAPITULO 5

Pág. 92

PLAN DE MERCADEO

- 5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO
- 5.2. ESTUDIO DE MERCADO
- 5.3. TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL
- 5.4. TAMAÑO DE MI MERCADO
- 5.5. ESTRATEGIA DE PRECIO Y SU EVOLUCIÓN
- 5.6. CICLO DEL PRODUCTO
- 5.7. TIPOS DE NEGOCIOS CON TERCERIZADORAS
- 5.8. POLÍTICAS DE SERVICIO



CAPITULO 6

Pág. 106

ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 PRESUPUESTO

6.1.1 Estado Financiero Proyectado Para Tres Años

6.2 FLUJO DE EFECTIVO

6.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO

6.4 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

6.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

6.6 ANÁLISIS DE ESCENARIOS

6.7 ANALISIS DE OTROS ESCENARIOS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Pág. 141

ANEXOS

ANEXO A

**ESTUDIO DE MERCADO – ENCUESTA- PROYECCION DE VENTAS-
CRONOGRAMA DE TRABAJO**

ANEXO B

DESCRIPCION DE HARDWARE DE E@KIOSCOS

ANEXO C

**SISTEMA DE GESTION Y FACTURACION PARA LOCUTORIOS TELEFONICOS Y
CIBERS CAFES**

ANEXO D

**MARCO REGULATORIO –REGISTRO OFICIAL 527-VIERNE 18 DE FEBRERO DEL
2005 “SOBRE LA REGULACION DE LOS CENTROS DE ACCESO A INTERNET Y
CIBERS CAFES” No. 073-02-CONATEL-2005**

ANEXO E

PUBLICIDAD Y MERCADEO

BIBLIOGRAFÍA



CAPITULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. LA EMPRESA

PACIFICTEL S.A. en alianza estratégica con EASYNET crean una nueva línea de negocio e@kiosco.

1.2. ACTIVIDAD QUE REALIZA

Comunicaciones, Telefonía Fija, Servicios Finales y Portadores, Transmisión de Datos, Servicios de Valor Agregado, Internet, Banda Ancha

1.3. LOCALIZACIÓN

PACIFICTEL S.A. se encuentra muy bien posesionada en diez provincias las cuales son: Guayas, Los Ríos, El Oro, Manabí, Galápagos, Azuay, Cañar, Loja, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, con toda una infraestructura de edificios en los que operan: Centrales, Planta Externa, Medios de Transmisiones (Estaciones Repetidoras, Estación Terrena, Estaciones Terrenas Domésticas (DOMSAT), Cable Submarino, Redes fibra óptica), Elementos de transmisión (torres, antenas, grupos electrógenos, radios, multiplex).

1.4. FIGURA LEGAL

El 17 de noviembre de 1997, la Superintendencia de Compañías aprueba la escisión y dispone al Registrador Mercantil del Distrito Metropolitano, la inscripción de las escrituras de la resolución aprobatoria y la creación de Andinatel S.A. y Pacifictel S.A..

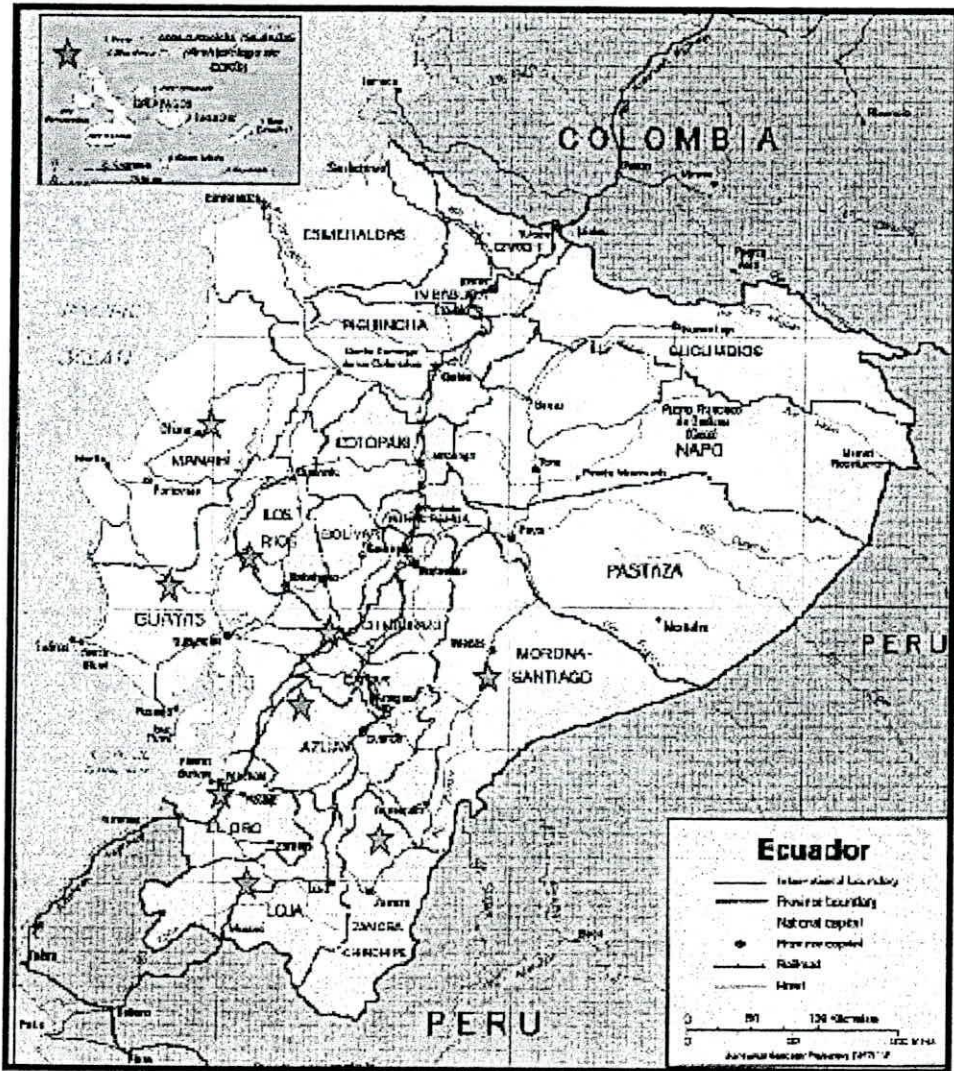
Pacifictel S.A. está constituido como Sociedad Anónima, siendo el único Accionista el Estado a través del Fondo de Solidaridad.

1.5. IMPORTANCIA ECONÓMICA EN LA REGIÓN

Actualmente Pacifictel se encuentra brindando servicios a 10 provincias del territorio Ecuatoriano; sin embargo con la apertura de las Telecomunicaciones dada en enero del 2003 Pacifictel estaría en capacidad de ampliar su cobertura de Telecomunicaciones en el resto del Ecuador.

El crecimiento del sector de telecomunicaciones en telefonía fija ha sido del 4.95% anual (entre abril 2004 y abril 2005), llegando a tener aproximadamente a Marzo 2005 1,638,346 abonados con una densidad cercana al 8%

Pacifictel S.A. es una de las más importantes empresas del país en el área de telecomunicaciones, controla un 41.51% de la infraestructura ecuatoriana de línea fija y tiene cerca de 680.000 líneas instaladas.



CAPITULO 2

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

2.1 INICIO.

En octubre de 1972 el gobierno nacional integra definitivamente todo el sector de las Telecomunicaciones en un solo organismo rector llamado IETEL.

2.2 EVOLUCIÓN

- El 10 de agosto de 1992 en el Registro Oficial 996 se publica la Ley Especial de Telecomunicaciones con lo que se crea EMETEL.
- El 30 de agosto de 1995 se publica la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, regulando los procedimientos para llevar adelante el proceso de la Modernización y de la delegación de la explotación del servicio público de telecomunicaciones al sector privado, mediante subasta pública internacional abriendo camino a la telefonía móvil celular mediante un contrato de concesión de 15 años. En el artículo 43 de la misma Ley transforma a EMETEL en una sociedad anónima (EMETEL S.A.).
- El 17 de noviembre de 1997, la Superintendencia de Compañías aprueba la escisión y dispone al Registrador Mercantil del Distrito Metropolitano, la inscripción de las escrituras de la resolución aprobatoria y la creación de Andinatel S.A. y Pacifictel S.A., ambas continuarían con el negocio de la Telecomunicaciones, pero cada una en la región que se les había asignado. Pacifictel tendría su mercado potencial en la región de la costa, parte del oriente, austro y Galápagos.
- Cada una de estas empresas contaría con su propia administración por lo tanto su propia arquitectura organizacional. Actualmente Pacifictel consta de siete Vicepresidencias.



- En la actualidad se podría decir que Pacifictel es una empresa monopólica en su región con una infraestructura que ha venido creciendo en más de treinta años; que ha formado y continúa formando profesionales especialistas en el negocio de las telecomunicaciones.
- Pese a que es una empresa posesionada en su territorio en los últimos años a sufrido tambaleos por la aparición de las operadoras de celulares, inicialmente este negocio estaba dirigido a otros clientes, hoy en día se han convertido en una importante competencia.

2.3 MARCO LEGAL

El Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones, publicada en el registro oficial No. 404, del 4 de septiembre de 2001, que en (Decreto ejecutivo No. 1790 firmado el 23 de agosto del 2001 por Gustavo Noboa Bejarano) su artículo 1 “Alcance y Definiciones” manifiesta: “El presente reglamento tiene como finalidad establecer las normas y procedimientos generales aplicables a las funciones de planificación, regulación, gestión y control de la prestación de servicios de telecomunicaciones y la operación, instalación y explotación de toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, imágenes, datos y sonidos por cualquier medio; y el uso del espectro radioeléctrico”, bajo este enunciado y de acuerdo a la concesión que tiene Pacifictel como operador de servicios portadores y de la operación de Easynet como servicios de valor agregado, la implementación legal de e@kioscos actuará bajo estos procedimientos.

Se transcriben a continuación los artículos 11, 12 y 13.

Artículo 11. *Son servicios de valor agregado, aquellos que utilizan servicios finales de telecomunicaciones e incorporan aplicaciones que permiten transformar el contenido de la información transmitida. Esta transformación puede incluir un cambio neto entre los puntos extremos de la transmisión en el código, protocolo o formato de la información.*

Artículo 12. *Los prestadores de servicios de valor agregado requerirán de un título habilitante que consistirá en un permiso para su operación. El acceso a los usuarios finales de los prestadores de servicios de valor agregado deberá realizarse a través de un concesionario de un servicio final.*

Artículo 13. *Los servicios finales y portadores se prestarán a través de las redes públicas de telecomunicaciones.*

Sin embargo mediante resolución No.073-02-CONATEL-2005 PUBLICADO EN EL REGISTRO OFICIAL No. 527 publicado el 18 de Febrero del 2005, se expide la regulación de los Centros de Acceso a Internet y Ciber Cafés.

En él, en su artículo tres literal “a” autoriza dar voz sobre Internet para ofrecer tráfico saliente, prohibiéndose su utilización para la realización de llamadas locales, regionales, llamadas de larga distancia nacional, llamadas a servicios celulares o llamadas a servicio móvil avanzado, requiriendo únicamente un certificado de registro extendido por la SENATEL.

Esta regulación deberá ser revisada, por no considerar que el brindar el servicio de telefonía internacional saliente es independiente de la tecnología utilizada y debe requerir la respectiva concesión telefónica. Pues crea una competencia desleal para Pacifictel y los demás operadores, por parte de los cibernets. Incluso contempla el caso de que el ciber que sea parte del Programa “Internet para todos”, es decir que brinde servicio sin costo al usuario, estará exento de cualquier rubro por registro o emisión de certificados. Por lo que se deja expresada la diferencia en el tipo de servicio que se brindará por los e@kioscos frente al servicio brindado por los cibernets.

2.4 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA.

El énfasis de la utilización del Internet como herramienta complementaria en la educación, salud, cultura, etc., permite que el servicio “e@kioscos” sea un medio útil para alcanzar este objetivo, pues dadas las condiciones de accesibilidad y precio están al alcance de la población.

De acuerdo al análisis de mercado, los e@kioscos van a ser instalados en establecimientos de concurrencia masiva como Mall's, supermercados, cadenas de farmacias, sucursales de bancos, instituciones educativas de segunda y tercera enseñanza, hoteles, centros de convenciones, etc. El modelo de contrato a ser suscrito con estos establecimientos debe determinar las condiciones operativas (prestación del servicio y número de e@kiosco s) y de seguridad.

A continuación se listan los criterios considerados como beneficios ofrecidos a nuestros clientes:

- Comisión por venta de tarjetas
- Mayores líneas de negocios
- Fidelidad del cliente
- Incremento del flujo de caja
- Fortalecimiento de imagen
- Publicidad cooperativa
- Promociones por volumen de ventas
- Plan de incentivos
- Nuevo servicio a sus clientes

Al servicio de Internet mediante los e@kioscos se podrán acceder únicamente a través de la tarjeta de prepago, para la distribución y venta de esa tarjeta emplearemos un modelo comercial similar al que se utiliza con la tarjeta de prepago Contigo de Pacifictel.

El diseño es como se muestra en la gráfica.



CAPITULO 3

ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO

3.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.

La misión y visión nos permite definir la actividad del negocio de la empresa, las mismas que son las bases de la organización.

Los enunciados de la misión y visión de PACIFICTEL actual no reflejan lo que realmente debería ser una empresa de esta índole, y su visión no describe lo que la organización aspira ser en el futuro; es por esto que hemos planteado una nueva Misión y Visión.

3.1.1 Misión de PACIFICTEL S.A.

“Proveer soluciones integradas de telecomunicaciones a usuarios finales, aliados o socios estratégicos, dando servicios de alta calidad, satisfaciendo la demanda y necesidades del mercado, ofreciendo a los clientes servicios de telecomunicaciones a precios competitivos, con tecnología de punta y profesionales creativos, altamente capacitados y permanentemente motivados y comprometidos con el cliente”.

3.1.2 Visión de PACIFICTEL S.A.

“Para el 2010 PACIFICTEL:

- Será la operadora Telefónica que tenga más del 40% de usuarios en el territorio Ecuatoriano.*
- Brindará servicios de Telecomunicaciones a todas las provincias del Ecuador sin despreocuparse de los sectores rurales.*
- Ofrecerá servicios de banda ancha según el requerimiento y demanda de los clientes a precios altamente competitivos.*
- Contará con anillos secundarios de fibra óptica en las principales ciudades del país.*
- Brindará servicios de valor agregado a sus clientes.*

- *Mantendrá un estrecho vínculo con el cliente como principal protagonista del desarrollo y crecimiento de la empresa.*
- *Todos sus técnicos capacitados y actualizados de acuerdo al avance tecnológico”.*

Si estos enunciados nacieran de la participación de toda la organización fácilmente se van a sentir identificados con ellos.

Debemos preguntarnos periódicamente si estamos haciendo las cosas lo mejor que podemos para vivir de acuerdo a estos enunciados, también debemos preguntarnos si estamos previniendo problemas para llegar a nuestros objetivos, esto nos lleva a ser proactivos, lo cual nos permite un mayor dominio para lograr nuestros intereses.

3.1.3 Visión de E@KIOSCO

Lograr para el 2008 que el 50% de la región que cubre Pacifictel cuente con e@kioscos de acceso a Internet en sus sitios de concentración masiva, como locutorios, centros comerciales, centros educativos, hospitales, etc. asegurando así que todas las personas tengan el acceso a este servicio en cualquier momento y en cualquier lugar, sin necesidad de poseer un computador.

3.1.4 Misión de E@KIOSCO

Brindar disponibilidad de acceso a Internet a la población ecuatoriana, ofreciendo cobertura y acceso por medio de la implementación de e@kioscos de alta velocidad disponible las 24x7 del año con tecnología de nuestra propiedad y en respuestas a las demandas del mercado.

3.1.5 Valores Filosóficos

Al fijar nuestros valores se logra una nueva cultura en la organización, estos valores servirán de soporte a la motivación de los miembros de la organización.



Todos quienes conforman esta Organización deberán comprometerse y sentir propios estos valores, porque serán estos los que harán prevalecer a la Empresa en el tiempo:

✓ Honradez, Responsabilidad, Compromiso

Todos los miembros de la organización están comprometidos con la empresa, con los procesos, con los resultados, son honrados y responsables de sus acciones, del crecimiento e imagen de la misma.

✓ Preocupación Por La Satisfacción Del Cliente

Todos los miembros de la organización están altamente preocupados por las soluciones y por la satisfacción del cliente.

✓ Valoración Y Reconocimiento, Trabajo En Equipo

La Organización ofrece a todos sus colaboradores un lugar de trabajo seguro donde se los valora y reconoce sus éxitos, con lo que se logra un ambiente de trabajo en equipo.

✓ Creatividad, Innovación, Motivación

Los miembros de la organización están altamente motivados, son proactivos, creativos en las soluciones aportando de una manera innovadora a las nuevas necesidades del mercado.

✓ Capacitación Permanente

Todos quienes conforman esta Organización están siempre preparados para los continuos cambios tecnológicos, actualizando sus conocimientos y aplicándolos en bien de la empresa.

✓ Optimización De Recursos

Todos los miembros de la organización son concientes en la optimización de todos los recursos de la empresa, con el fin de minimizar costos y poder ofrecer mejores servicios a precios competitivos con alta rentabilidad.

✓ Conciencia Social

Todos los miembros de Pacifictel son concientes de la realidad nacional, de los problemas regionales, económicos y políticos, por lo que aportan con nuevas ideas y acciones comunitarias para el bien de toda la sociedad.

3.2 ANÁLISIS EXTERNO

3.2.1 Análisis De La Empresa Y De Su Entorno

Análisis Del Entorno Internacional.

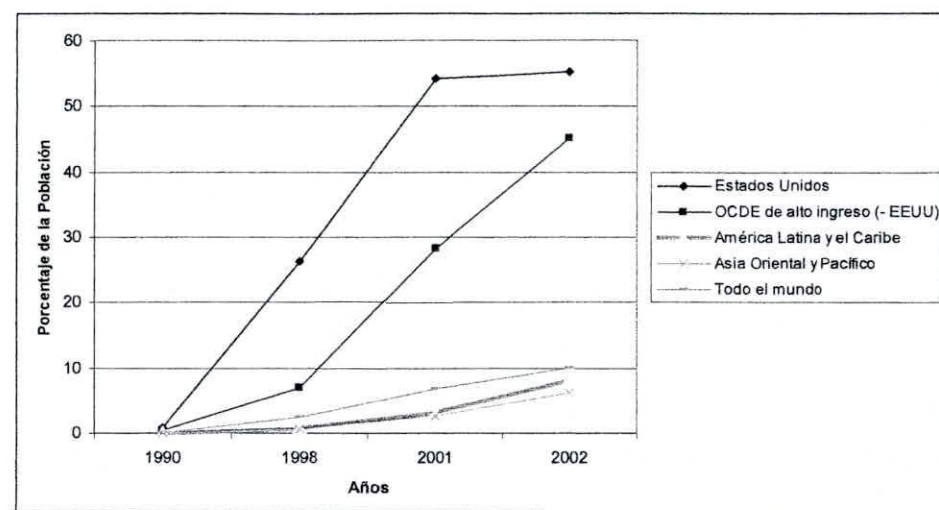
De acuerdo al Informe Mundial sobre Desarrollo Humano (IDH) 2001 afirma que “Actualmente el 79% de los usuarios de Internet vive en países de la OCDE, en los que reside solo el 14% de la población mundial”. Como ejemplo puede señalarse que Norteamérica posee más de la mitad de las computadoras del mundo, mientras que en Sudamérica apenas el 3% y según este mismo informe, existen 131 líneas telefónicas por cada 1000 habitantes en toda la región. A continuación se adjunta un cuadro de los Usuarios de Internet (Como porcentaje de la población) actualizado de acuerdo al último informe del IDH 2004.

Regiones	1990	1998	2001	2002
Estados Unidos	0.8	26.3	54.3	55.14
OCDE de alto ingreso (excl.. los Estados Unidos)	0.32	6.9	28.2	45.05
América Latina y el Caribe	0	0.8	3.2	8.12
Asia Oriental y Pacífico	0	0.5	2.5	6.09
Europa Oriental y la CEI	0	0.8	3.9	7.18
Estados Árabes	0	0.2	0.6	2.8
África Subsariana	0	0.1	0.4	0.96
Asia Meridional	0	0.04	0.04	1.49
Todo el mundo	0.05	2.4	6.7	9.94

Fuerzas Sociales Y Culturales.

La sociedad de la Red está creando sistemas paralelos de comunicaciones: uno para los que tienen ingresos, educación y literalmente conexiones, con información abundante a bajo costo y gran velocidad; el otro para los que carecen de conexiones, bloqueados por barreras elevadas de tiempo, costo e incertidumbre, dependientes de información que ya no es actualizada. Entre la gente de estos dos sistemas, que vive y compite lado a lado, las ventajas de la conexión son abrumadoras. Las voces y las preocupaciones de la gente que ya vive en la pobreza humana que carece de ingreso, educación y acceso a las instituciones

publicas se están marginando cada vez más. Se necesitan esfuerzos decididos para incluir a los países en desarrollo y a los pobres de todo el mundo en la conversión mundial. 1



Usuarios de Internet – IDH 2004

Fuerzas Demográficas y Ambientales

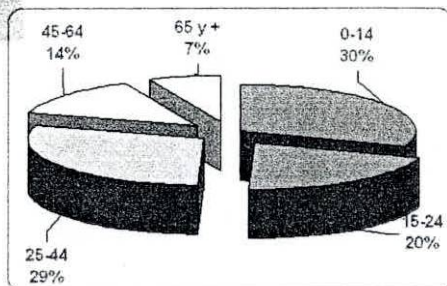
Según la última información estadística disponible, el índice de crecimiento de usuarios en la red en los países de América Latina es el más elevado del mundo, superando incluso a los países europeos y algunos asiáticos. Para fines del 2003 se estimó que el 12% población mundial (720 millones de personas) tiene acceso a Internet. A pesar de ser significativo el crecimiento, esta cifra representa apenas el 6.8% de la población total de América Latina.

Según la ITU el número de usuarios de Internet en Ecuador alcanzó los 570,000 usuarios a fines del 2003 que representa una tasa de penetración equivalente a 4,38% ubicándose en la posición 100/176 según informe del IDH (Índice de Desarrollo Humano – 2004).

Análisis Del Entorno Nacional.

El Ecuador es un país con el 79% de la población menor de 45 años. El uso de la red Internet está claramente concentrado. Los usuarios en su mayoría viven en determinadas regiones urbanas, para el plan de negocio se evaluará la ciudad de Guayaquil que representa el 50% del mercado de PACIFICTEL S.A., posteriormente se extenderá hasta alcanzar la cobertura regional.

¹ Fuente: PDNUD. Informe Mundial sobre Desarrollo Humano 1999, p.63



Acorde a proyecciones de la ITU al 2004, se tuvo en Ecuador una penetración de Internet equivalente a 4,38%. Se podría concluir entonces que más del 50% del acceso a Internet se realiza a través de los cibercafes, dado que los usuarios registrados por la SUPTEL (Dial up y corporativos) son a Diciembre del 2004 la cantidad de 119.903 y representan un 1,39% de penetración a nivel nacional.

Fuerzas Culturales

En la Provincia del Guayas el nivel de educación se encuentra distribuido de la siguiente manera: Superior 10.6%, Secundario 29.5%, Primario 45.4%, Ninguno 5.3%, No declarado 8.8, en centros de alfabetización 0.4%. La fuente es INEC en base al censo del año 2001 de un total de población de 2'370.000 habitantes. Actualmente existe un gran interés a nivel de sociedad por aprender a utilizar herramientas informáticas y a navegar en Internet, adicionando la costumbre de comunicarse en forma móvil y de fácil acceso lo que facilitaría el entorno para el desarrollo de este nuevo producto.

Fuerzas Políticas, Gubernamentales y Legales, Regulatorios

En Ecuador se estima que un grupo menor al 5% (Menos de 20.000 usuarios) utilizan el comercio electrónico (tomando como referencia un país como Venezuela cuyo 13% de usuarios hacen uso del e-commerce).

Las razones por las cuales no se utiliza el e-commerce en Ecuador son por la sensación de inseguridad y desconfianza que transmite el uso del mismo, así como también es bajo el porcentaje de usuarios que dispone de tarjetas de crédito internacional o de los medios económicos necesarios para realizar las compras por Internet.

Los líderes de nuestro país no han tenido la visión de crear cultura por consumir lo nuestro además que no han tenido sensibilidad social, como consecuencia existe una brecha social económica bien marcada, por otro lado el sistema político-judicial esta repartido en



pequeños grupos de poder, como consecuencia el marco legal obedece a intereses creados, todo esto ha limitado el crecimiento económico y cultural del país.

Fuerzas Tecnológicas

En los últimos años se han desarrollado nuevas tecnologías que han revolucionado e inducido un cambio cultural a través de la globalización. Los países del tercer mundo son consumidores de dichos avances y debido a sus limitaciones económicas deben adoptar estas en tiempos de vida de madurez de los productos y en muchos de los casos inclusive cuando ya están saliendo del mercado del primer mundo, esto produce un avance por saltos (avances discontinuos) sin embargo no se puede desconocer que el flujo libre de la información por Internet disminuye los precios y la inflación en todo el mundo.

Fuerza Demográfica, Social y Ambiental

El Ecuador posee una población de cerca de 12'156,608 de habitantes según el VI Censo de Población (Nov 2001), actualmente estaría bordeando los 13'000,000 (2005), con una población económicamente activa del 42% de la población, 5'250,000 aproximadamente.

El crecimiento demográfico y la migración serán factores positivos, el uno por el mayor número de clientes potenciales y el otro paradójicamente por el tráfico mayormente entrante y saliente generado por esta situación. El cambio de estilo de vida de la población ha producido y producirá un crecimiento enorme en la demanda de servicios de telecomunicaciones, lo cual provocará que el número de clientes de Internet en el país supere con creces a los de telefonía fija. Además PACIFICTEL se encuentra consolidado en su región con cerca de 700 Mil suscriptores en telefonía básica, existiendo un mercado insatisfecho en este tipo de servicio.

El servicio que prestará "e@kioscos" pretende resolver en gran medida la necesidad que tiene la población en el acceso y uso útil del Internet, mayoritariamente en los estratos sociales, educativos y culturales.

La provisión de este servicio permitirá atender a esos mercados ofreciéndoles un precio asequible, disponibilidad en todo lugar y en todo momento, seguridad, además de brindar



un servicio moderno. Para todo esto “e@kioscos” cumplirá con los organismos de control y regulación vigentes, tanto en el área económica como social, y de igual forma con sus colaboradores internos y externos.

3.2.2 Análisis de la Industria

Fuerzas Competitivas - Análisis Competitivo (Modelo De Porter)

Rivalidad

Nuestro escenario es competitivo en forma indirecta con los cibers, como productos sustitutos, ya que éstos se encuentran establecidos en el mercado. Teniendo en cuenta que la intensidad de rivalidad entre las empresas en competencia tiende aumentar conforme el número de competidores se incrementa y se asemejan en tamaño y capacidad, es claro suponer que los márgenes de utilidad a recibir en estos negocios no son tan altos.

Amenaza de Nuevos Ingresos (Competencia)

Si existen barreras de entrada pues se requiere licencia de servicios de valor agregado. e@kioscos como parte de Pacifictel S.A. tiene la ventaja de pertenecer a la mayor empresa de telecomunicaciones de la región costa, posee un buen segmento del mercado por contar con el área más comercial del país y lealtad en los clientes frente a los servicios tradicionales a diferencia de nuevos servicios por lo que esta ventaja de mercado tampoco se lo podría considerar barrera de entrada.

No se consideran barreras de salida pues se estima que el ciclo de vida del producto es de dos años para etapa de crecimiento y lo vamos a depreciar hasta llegar a un costo cero.

Amenaza de Productos Sustitutos

Son de fácil ingreso al mercado, la infraestructura no cuenta como una limitante pues cualquiera puede contratar los servicios por medio de varios de los proveedores de ISP ya sean en forma inalámbrica o cableada.

Actualmente son varias las firmas proveedoras del servicio de Internet en la modalidad de Dial up, banda ancha por medio de red de cobre o banda ancha en forma inalámbrica, considerando que estas empresas están orientadas a brindar sus servicios a clientes



corporativos, residenciales de estrato alto y medio, instituciones educativas y de gobierno y a los cibernets, y que éstos últimos representan productos sustitutos al negocio de e@kioscos.

Poder de negociación de los proveedores

Es limitado pues existe en el mercado suficiente oferentes de equipos y servicios. Nuestro proveedor directo Pacifictel por medio de Easynet, son los que tienen que expandir los servicios públicos para cumplir con los índices de calidad que le impone el Regulador, por lo que consideramos que no existe poder sobre los proveedores.

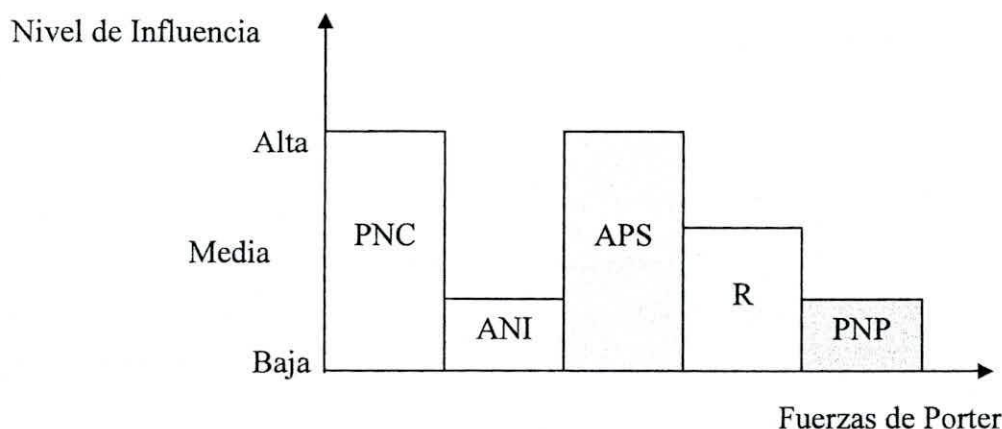
Poder de negociación de los Clientes

Es alto dada la oferta por el Municipio, Cibernets, y demás variedad de ofertantes de diferentes servicios por lo que consideramos que es muy reñida la lealtad de los mismos.

Se realizó un estudio de mercado mediante un sondeo o encuesta, el tamaño de la muestra fue relativamente pequeño pues el objetivo era realizarlo como un ejercicio (50 encuestas), estuvo orientado a nivel socio-económico medio con instrucción superior y se las realizó por medio del correo electrónico basado en el criterio que los usuarios del correo son potenciales clientes de este nuevo servicio. El Cuestionario que se realizó se lo incluye en Apéndice A (Estudio de Mercado), de igual forma los resultados de la tabulación. Se incluye también el mapa de la ciudad de Guayaquil con la división de las zonas y centrales existentes, al igual que el de La Puntilla y Samborombón.

Comportamiento gráfico de las 5 fuerzas

Poder de Negociación del Cliente	PNC
Amenaza de Nuevos Ingresos (competencia)	ANI
Amenaza de Producto Sustituto	APS
Rivalidad	R
Poder de Negociación de los Proveedores	PNP



Analizando el gráfico podemos decir que existen altas barreras de entrada al segmento.

Oportunidades

Mercado desatendido de Internet.- La participación de mercado de los principales competidores sustitutos es pequeña en comparación a la demanda y la tendencia por parte de los usuarios es significativamente creciente.

Fodetel.- El Fodetel junto al Gobierno Nacional están apoyando al desarrollo del Internet mediante un fondo de subsidio para proyectos destinados a esta causa.

Tendencias.- Mundialmente se ha visto un crecimiento y una expansión impresionante en el uso del Internet y todos los servicios agregados que se pueden obtener a partir de este.

Nuevos Negocios.- Nuestro país tiene todavía un pobre desarrollo en el área de Internet, por lo que existe el mercado para desarrollar nuevos negocios como pagos en línea, webhosting, ecommerce, etc.

Amenazas

Competencia desleal.- Debido a que las regulaciones concernientes al tema de Internet y los servicios de valor agregado siguen en proceso de reglamentación, se estima que este producto tendrá un tiempo de vida corto de 2 a 3 años.

Inestabilidad económica.- El Ecuador tiene un índice de riesgo país muy alto y en mucho se debe a las decisiones o indecisiones políticas que toman nuestros



gobernantes, esto amenaza a la estabilidad y la rentabilidad de los negocios ya que no hay una seguridad en el futuro cercano.

Seguridad Ciudadana.- Hoy en día el índice de delincuencia se ha incrementado por lo que la mayoría de las personas prefieren frecuentar áreas resguardadas o simplemente refugiarse en sus hogares.

Tratado de Libre Comercio TLC.- Al liberar las fronteras se eliminan las barreras de entrada para los operadores multinacionales como ATT, TELMEX, TELEFÓNICA, etc. que son colosos tecnológicos y económicos.

Nuevos competidores.- Tratado de Libre comercio.

3.3 ANÁLISIS INTERNO

3.3.1 Fortalezas Y Debilidades

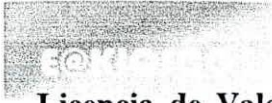
Pacifictel S.A. hoy frente a la apertura del mercado de las telecomunicaciones debe explotar los servicios de telecomunicaciones con calidad e innovar nuevos servicios.

Fortalezas Internas.

Mayor Base de Datos de Clientes Comerciales del país. PACIFICTEL cuenta con un mercado de 700.000 clientes dentro de las 10 provincias de su cobertura las mismas que incluyen los mayores centros industriales, comerciales y productivos del país.

Capital Humano. PACIFICTEL cuenta con personal con amplia experiencia y técnicamente capacitado lo cual le permitirá enfrentar con entereza los nuevos retos frente a la competencia.

Infraestructura Técnica. Posee infraestructura de acceso (Red de cobre instalada), Conmutación (centrales y plataformas), Transporte (Estaciones Satelitales, Estación de Cable Submarino, Red troncal de fibra óptica y radio enlaces Nacionales) y Equipos antifraude telefónico (anti call back).



Licencia de Valor Agregado. Pacifictel ya cuenta con licencia de explotación de servicios de Valor Agregado.

Know How del negocio. PACIFICTEL conoce el medio (proveedores, contratistas, necesidades y preferencias del cliente), así como la demanda insatisfecha en las diferentes áreas de su cobertura.

Actualización Tecnológica. Pacifictel tiene la ventaja de contar con una infraestructura instalada lo cual le permite realizar actualizaciones en software y hardware para brindar nuevos servicios.

Centrales Digitales (actualizarse para brindar ISDN).

Red Cobre existente (implementar xDSL para servicios de Banda Ancha).

Anillos de Fibra Óptica (permite montar una plataforma de red multiservicios sobre ella, utilizando tecnología ATM ó IP sobre SDH).

Torres y edificios (facilita la implementación de WLL y PCS).

Debilidades

Falta de atención al cliente.- La insatisfacción actual de la mayoría de los clientes es una debilidad que debe tenerse muy en cuenta para evitar que se cambien a la competencia, la falta de provisión del servicio los ha llevado a buscar productos sustitutos para satisfacer sus necesidades.

Falta de implementación de servicios.- Pacifictel no ha explotado los recursos instalados en su totalidad lo que le ha generado pérdidas económicas y la concepción por parte del usuario de no estar a la vanguardia de la tecnología.

Mala implementación del Outsourcing.- Pacifictel no ha establecido normativas claras para que la tercerización de áreas estratégicas no perjudique la imagen de la empresa.

Negociación de tasas y tarifas.- La falta de conocimiento en este campo ha generado negocios que han perjudicado a los ingresos de PACIFICTEL por lo que es necesario que se contrate la asesoría de compañías internacionales con experiencia en este campo y a su vez entrenen al personal que se desenvuelve en esta área.



Injerencia política.- Es un mal que sufre PACIFICTEL desde su escisión porque se ha convertido en botín de políticos locales limitando una administración correcta frente a su contraparte ANDINATEL.

Limitaciones financieras.- Actualmente tenemos restricciones de flujo de caja con una cartera vencida bastante alta lo que destina la mayor parte de los ingresos al servicio de la deuda en lugar de inversiones y reposición tecnológica.

Falta de metas claras y visión de nuevos negocios.- Debido a la alta rotación de los ejecutivos de altos mandos limita la continuidad en los procesos internos y en la visión de negocio restringiendo la rentabilidad de la empresa.

Costos Fijos Altos de operación en EasyNet.- Los inicios son intensivos en inversión los mismos que se ven compensados en el momento que se llega a la masa crítica, esto no ha sido el caso de EasyNet que posee una infraestructura no devengada aún.

Estrategias

Redefinir el negocio

PACIFICTEL por medio de la implementación de los e@kioscos comenzará a redefinir nuevos negocios diferentes al tradicional de telefonía fija, como acceso de Internet, webhosting, publicidad, banda ancha, Wireless, etc.

Diferenciación del Producto

Existen los cibernets y otros negocios similares que también ofrecen navegación en Internet y servicios parecidos a los ofrecidos por nuestros e@kioscos. Por esta razón nuestra estrategia será diferenciación del servicio mediante el aumento de velocidad en la navegación y por horarios extendidos para el uso del servicio.

Intensivo

La estrategia es intensiva mediante la distribución masiva de los e@kioscos dentro de la ciudad.



Integración Vertical

Por medio de la entrega de este producto al mercado se pretende hacer una integración vertical de la infraestructura, prestación de conectividad, distribución y servicio al cliente.

Planteamiento De La Estrategia

Matriz FODA ESTRATEGIAS	FORTALEZAS (F) 1. Mayor Base de Datos de Clientes Comerciales del país. 2. Capital Humano 3. Infraestructura Técnica 4. Licencia de Valor Agregado 5. Know How del negocio 6. Actualización Tecnológica	DEBILIDADES (D) 1. Falta de atención al cliente 2. Falta de implementación de servicios 3. Mala implementación del Outsourcing 4. Negociación de tasas y tarifas 5. Injerencia política 6. Limitaciones financieras 7. Falta de metas claras y visión de nuevos negocios 8. Costos Fijos Altos de operación en EasyNet
OPORTUNIDADES (O) 1. Mercado desatendido de Internet 2. Fodetel 3. Tendencias 4. Nuevos Negocios	FO 1. F1, F5 con O1 2. F3,F4,F6 con O2 3. F2, F6 con O3,O4	DO 1. D3 con O4 2. D2 con O1 3. D6 con O2, O4
AMENAZAS (A) 1. Competencia desleal. 2. Inestabilidad económica. 3. Tratado de Libre Comercio TLC 4. Ingreso de nuevos competidores. 5. Seguridad Ciudadana.	FA 1. F1, F5 con A1, A3 2. F6 con A2 3. F2, F3 con A4	DA 1. D1, D2 con A1 2. D3, D4 con A3 3. D8 con A4



3.4 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Una vez definidas las metas del proyecto y de establecer las estrategias y planes para alcanzar esas metas, es vital la tarea de establecer como estará estructurada la organización. Esto implica el proceso de coordinar e integrar que las actividades se lleven a cabo eficiente y eficazmente junto con otras personas, y por medio de ellas diseñar una estructura para poner en práctica los planes e integrar y coordinar el trabajo de las personas que pertenecen a esta organización.

El desarrollar organizaciones bien administradas desarrolla también un grupo leal de consumidores, permite el crecimiento y la prosperidad del negocio. Es por esto que se pone especial énfasis en que la organización debe estar liderada por personas que posean conocimientos técnicos apoyados en gestión y/o administración de empresas de telecomunicaciones.

3.4.1 Grupo Empresarial

Dado que Pacifictel en la actualidad cuenta con dos grandes unidades estratégicas de negocio: Telefonía Fija e Internet (Easynet), la Unidad de Negocios “e@kioscos de Internet” estaría anexada a Easynet.

Esto debido a que Easynet cuenta ya en su estructura con una organización técnica y administrativa que permitiría el “ahorro” que implica la creación de nuevos puestos si consideráramos a “e@kioscos” como una unidad de negocios separada.

Esta unidad será administrada como una cartera de negocios, con su estrategia claramente definida, de acuerdo a su capacidad y necesidad competitiva, pero consistente con las capacidades y necesidades de Easynet y por ende de Pacifictel S.A.

Contará con su propio personal, en determinadas secciones de la parte técnica y de la parte administrativa, esto con la intención de mantener un esquema descentralizado que permitirá un enfoque único con la identificación de sus clientes objetivo, productos apropiados y promociones eficaces, además de la flexibilidad y rapidez en las tomas de



decisiones racionales derivadas de los avances y/o cambios en la consecución de las metas del negocio.

Otro de los factores que se realzarán será la implementación de una cultura organizacional como un sistema de significado compartido y que involucre la comunicación, la innovación, orientación a personas, a resultados y la estabilidad.

3.4.2. Personal Ejecutivo

Si bien el personal ejecutivo para esta unidad es la alta gerencia de Easynet ya establecida, debemos tener claro que como las organizaciones enfrentan entornos económicos, tecnológicos, políticos / jurídicos y socioculturales cambiantes, el personal ejecutivo que esté al mando de ésta debe poseer sólidos principios de administración e innovación, que incluyen:

- Desarrollar responsabilidad y compromiso.
- Desarrollar claridad extrema entre todos los miembros del equipo respecto a la tarea presente.
- Enriquecer los trabajos del equipo asignando a los miembros tareas enteras.
- Asegurarse que usen formas creativas y productivas para trabajar.
- Proporcionar las condiciones óptimas que necesita el equipo para garantizar el éxito al trabajar con la tarea que han aceptado.
- Estar dispuesto para brindar apoyo y aliento cuando surgen problemas.

3.4.3. Organización

La estructura de una organización se refiere a la forma de delinear los trabajos y las relaciones de dependencia dentro de una organización como medio para influir y coordinar el comportamiento laboral. En este contexto y como nuestra unidad de negocio estará dentro de Easynet, acogeremos básicamente una estructura integrada que combina la funcionabilidad agrupando a los empleados de acuerdo a funciones básicas o categorías de las actividades laborales y además agrupando a los empleados de acuerdo con el producto o proyecto.

En las figuras A y B se presentan respectivamente el organigrama actual de Easynet y el organigrama sugerido de “e@kioscos” dentro de la estructura organizacional de Easynet.

Figura A

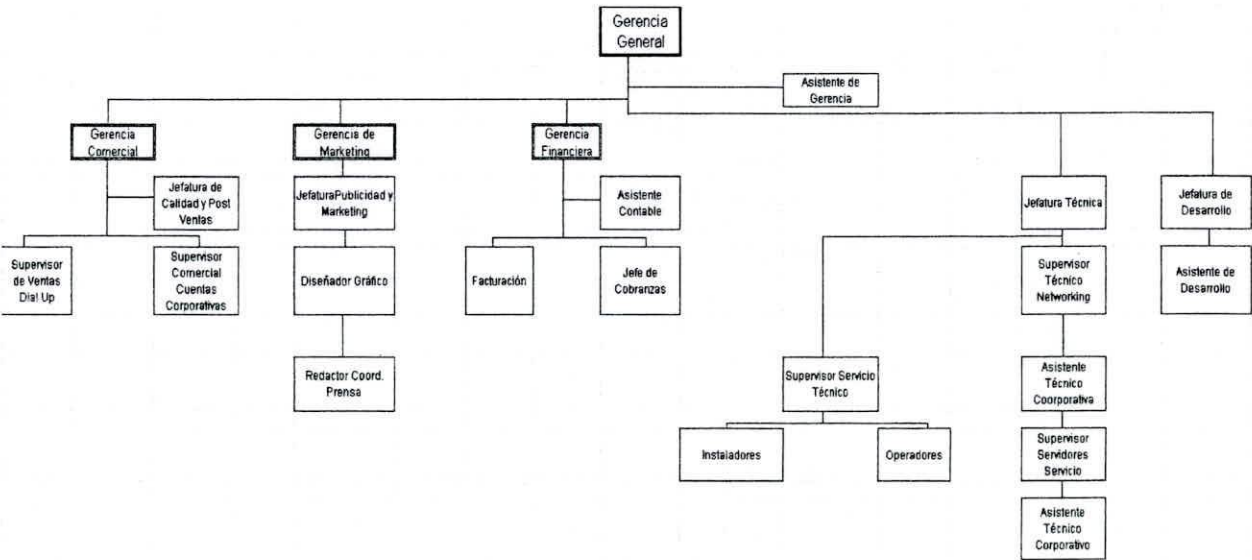
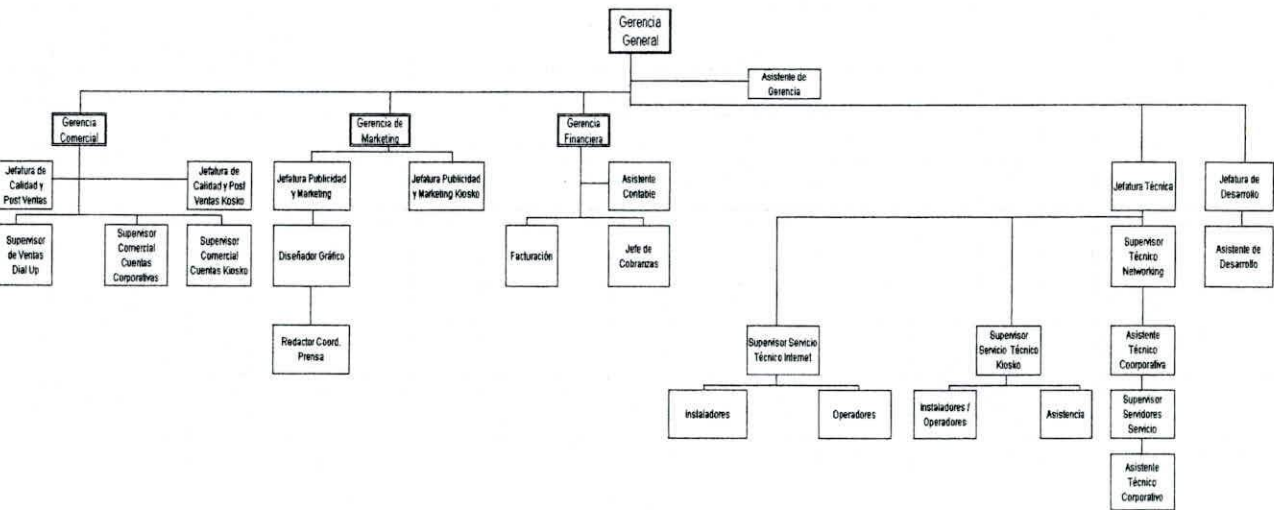


Figura B



Como se puede apreciar bajo este esquema, sólo sería necesaria la adición de departamentos de soporte y supervisión en el área técnica, y de marketing en el área comercial. Valiéndonos de la estructura organizacional que ya posee Easynet para el resto de aspecto a cubrir tales como facturación, recursos humanos, legal.

Los departamentos de soporte y supervisión técnica tienen como funciones la asistencia técnica, desde un “call center” para las personas que requieran (lo cual puede ser a través de la línea telefónica instalada en el e@kiosco mediante un canal de servicio) además de los mantenimientos a realizarse en los e@kioscos de manera presencial y rutinaria.

En cuanto al aspecto administrativo, la adición del departamento de marketing exclusivo de los e@kioscos, tiene como labores las siguientes:

- ✓ Ventas por publicidad, mediante links o banner que aparezcan en el curso de la navegación por el usuario o de publicidad “física” en el e@kiosco
- ✓ Búsqueda de sitios para instalación y operación de los e@kioscos
- ✓ Impulsadoras de ventas, esto durante un período de 6 meses a 1 año para que presenten el producto a los usuarios. Cabe indicar que estas impulsadoras deben contar con un conocimiento acorde de tecnología y atención al cliente.
- ✓ Ventas y distribución de las tarjetas de prepago con las cuales se accede al servicio de Internet.

3.4.4 Empleados

Para los empleados directos de la nueva unidad de negocios de e@kioscos, y en general de toda la organización, la administración desarrollará una cultura basada en siete características primordiales: innovación y aceptación de riesgos, atención a detalles, orientación hacia los resultados, orientación hacia las personas, orientación hacia el equipo, agresividad y estabilidad.

Los recursos humanos en una organización pueden ser una fuente importante de ventajas competitivas. Para tener un éxito en la organización, basado en el recurso humano, es importante considerar al personal como socios, proveyéndolos de orientación, capacitación, desarrollo dentro de la carrera, remuneración y prestaciones, y evaluación del desempeño.

CAPITULO 4

IMPLEMENTACIÓN DE E@KIOSCO S

Cuando consideramos el programa de “e@kioscos” nos encontramos con la decisión de que componentes necesitaremos para soportar de mejor forma la aplicación y propósito del proyecto. Algunos adquieren el e@kiosco como solución completa pero también existe la opción de estructurarlo en partes de acuerdo al sistema en mente y que permita ahorrar costos. Esta aproximación es aceptable para proyectos pilotos de prototipos de una sola unidad. En la práctica para un programa elaborado es económicamente rentable trabajar con un integrador de sistemas de e@kiosco, suministrador o fabricante. A la larga puede costar mucho mas arreglar fallas que no fueron consideradas al inicio que sistemas probados.

Los criterios de selección tanto del hardware, software y medio de acceso para e@kioscos deberán cumplir con los siguientes objetivos:

- **MÁYOR VELOCIDAD DE NAVEGACION:** basado en hardware, software y el medio de acceso disponible en los puntos a instalarse.
- **FACIL INTERACCIÓN Y MANEJO:** Permitiendo al usuario una navegación fácil y amigable, pudiendo ser utilizada por expertos como por novatos.
- **VERSATILIDAD:** Adaptándose rápidamente y de manera sencilla a mostrar contenidos de acuerdo a las necesidades del cliente en función de sus preferencias de tal forma que se incita al consumo constante.
- **RENTABILIDAD:** Reducción de costos de operación y mantenimiento aumentando la rentabilidad.

4.1 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL HARDWARE

En la actualidad existen varios tipos de e@kioscos funcionando en el país, esto es de acuerdo a las aplicaciones individuales, así para efectos de pago de servicios (Interagua), cajeros automáticos (Bancos), orden de comida de servicio rápido (Mac Donald), Atención



al cliente dispensador de tickets (Bellsouth, Allegro), dispensador de productos (Tiendas de Departamentos), etc.

El servicio que brindara los e@kioscos, es la navegación de Internet (a mayor velocidad). Describimos a continuación los requerimientos mínimos que deben considerarse en el hardware tanto de los equipos servidores como los equipos clientes.

Características de los equipos, tanto servidores como clientes:

- Minimizar los problemas técnicos o de mantenimiento.
- Contar con sistemas autónomos, o automatizados en mayor porcentaje, para que la administración sea la mas sencilla posible.
- Fácil Actualización remota y Administración remota.
- Inmunidad a virus y desconfiguraciones accidentales.
- Niveles de seguridad altos tanto por software como por hardware para efectos de mantenimiento.
- Contar con equipos de última tecnología, que tengan niveles de ruido menor a 5 decibelios, prácticamente imperceptible para el oído humano.
- Equipos con Tolerancia a fallos, redundancia en caso de servidores.
- Plataforma escalable para el apoyo a otros planes de la empresa. (Web hosting, emails, ecommerce, B2B, B2C, VoIP)
- Configuración opcional del hardware integrando impresora térmica o láser, lector de tarjetas, validador de dinero, scanner, cámara CCD, track ball, touchpads.

4.1.1 Determinación De Criterios Para La Selección Del Modelo

Se recomienda Material Antivandálico, con combinación de metales en caso de utilizarlo a la intemperie y que no cuente con partes móviles. Es decir que debe ser totalmente sólido y robusto en su estructura.

4.1.2 Características Técnicas De Las Maquinas Y Sus Partes

Especificaciones del equipo cliente:

- Sistema Multimedia 800 Mhz o superior. Pentium III o mayor, AMD. Se recomienda 1 Ghz.



- Memoria RAM de 128 Mb. mínimo. Recomendable 256Mb
- Disco Duro 20 Gb. mínimo.
- Faxmodem 56K. V90
- Tarjeta de Red 10/100 Ethernet. Interfase RJ45 o WiFi.
- Tarjeta de sonido.
- Parlantes de 4W empotrado al mueble
- Micrófono de condensador empotrado en el mueble
- Lector y Quemador de CD
- Monitor Color SVGA 17", 1024x768. TouchScreen, LCD, CRT.
- Teclado español Qwerty de largo recorrido, panel frontal y los pulsadores de acero inoxidable. Fuerza de contacto de 2,5 a 5N, recorrido de 0,5 a 1,5mm, el número de operaciones de hasta 3 millones.
- Interface de puerto USB.
- Cámara para Videoconferencia.
- Rango de temperatura de -20°C a 70°C.
- Regulador de Voltaje con protección a línea telefónica
- Dispositivo apuntador Trackball empotrados en el mueble.
- Unidad de Energía Ininterrumpible UPS 300 VA
- Modem ADSL, Splitter.

Accesorios Opcionales:

- Teléfono
- Impresora Color Inyección de Tinta/Láser/Térmica.
- Dispositivo aceptador multimonedas.
- Validador de billetes
- Lector de Tarjetas Magnéticas de acceso.
- HandSet Telefónico para VoIP.

Especificaciones del equipo servidor: (EN CASO DE COMPRAR)

- Sistema MS SQL SERVER de 500 Mhz o superior.
- ModerBoard de 400 Mhz. mínimo.



- Memoria RAM de 512 Mb. mínimo.
- Disco Duro SCSI 200 Gb. Mínimo, con posibilidad de expansión, Arrays
- Lector y Quemador de CD
- Fax módem 56K. V90
- Doble Tarjeta de Red 10/100/1000 Ethernet. Interfase RJ45 o WiFi.
- Interfases puerto USB.
- Monitor Color SVGA 21"
- Teclado español Qwerty.
- Mouse tres botones.

Equipos complementarios para la administración

- Unidad de Energía Ininterrumpible UPS 3.5 KVA (para 2 servidores)
- Tolerancia a Fallas (Redundancia en Fuentes, Almacenamiento, Procesadores, etc.)
- Impresora Láser
- Router

4.1.3 Requerimientos De Instalación

Equipo De Protección

“E@kiosco” esta equipado con un UPS cuyas características técnicas se presentan en la tabla 4.1 y provee de un tiempo aproximado de 1 hora en caso de falta de energía eléctrica externa, además posee la función de programación para que se pueda apagar en caso de mal funcionamiento o mantenimiento en el equipo de hardware.

Medidas Eléctricas de Seguridad

Para reducir el riesgo de incendio, se recomienda conectar solo a un circuito de 20 amperes de protección máxima contra sobrecarga del circuito derivado según el código eléctrico nacional ANSI/NFPA.



	Descripción	Rangos
Entrada	Voltaje	120 V eficaces nominales
	Frecuencia	47 a 63 Hz
	Transferencia por caída de voltaje	96 V eficaces, típica
	Transferencia por sobrevoltaje	136 V eficaces, típica
Salida	Capacidad de UPS (tomacorrientes)	350 VA, 200 W / 500 VA, 300 W
	Capacidad de protección contra sobrevoltaje transitorios (6 tomacorrientes)	12 A (incluida la salida de la UPS)
	Voltaje. Funcionamiento con baterías	115 V eficaces +- 8 % (onda senoidal aproximada por escalones)
	Frecuencia- Funcionamiento con baterías	0 o 60 Hz +- 1 Hz
	Tiempo de Transferencia	5 ms típico, 8 ms máximo
Protección y Filtro	Protección contra sobrevoltaje transitorios de CA	Permanente, 375 julios
	Protección contra sobrevoltaje transitorios de línea telefónica	línea única (bifilar)
	Filtro de interferencia electromagnética y de radiofrecuencia.	línea única (bifilar)
	Entrada de CA	Permanente
Batería	Tipo	Disyuntor reiniciable. Sellada, plomo-ácido, no requiere mantenimiento.
	Vida útil media	2 a 4 años, según la cantidad de ciclos de descarga y la temperatura ambiente.
Dimensiones Físicas	Peso Neto	4,18 Kg / 6,02 Kg
	Medidas (alto x ancho x largo)	8,3 x 27,8 x 17,5 cm
	Temperatura de Operación	0 ° C a 40 ° C
	Temperatura de Almacenamiento	-15 °C a 45 °C
	Humedad relativa de operación	0 a 95 % sin condensación
	Altitud de operación	0 a 3000 m
Seguridad y Reglamentaciones	Aprobaciones de seguridad	Listada por la norma UL 1778, certificada por cUL según la norma CSA C22.2 N° 107,1 Parte 68 de la FCC, parte 15 Clase B de la FCC Su operación está sujeta a las dos condiciones siguientes: Este dispositivo no debe provocar interferencia perjudicial.
	Cumplimiento de compatibilidad electromagnética	Este dispositivo debe aceptar cualquier interferencia recibida, incluida la interferencia que pueda causar la operación irregular.

Tabla 4.1

Medidas de Seguridad para el corte total del suministro de energía.

1. Como el equipo dispone de una fuente de alimentación interna (la batería), la salida puede seguir energizada aunque la unidad no esté conectada a una toma de CA.
2. Para desenergizar todo equipo conectado: Pulse primero el botón de desactivación OFF durante más de 1 segundo para apagar el equipo. A continuación, desconecte el equipo de la toma de CA. Finalmente, desconecte la batería.
3. Para eliminar el suministro de energía del equipo de cableado permanente: Coloque el interruptor de corriente en modo de protección de pausa. A

continuación, coloque el interruptor automático de CA en modo de Protección de pausa.

Desconecte las baterías (incluyendo las unidades de expansión)

Finalmente desconecte la toma de CA del suministro de corriente del edificio /local.

4. El equipo de conexión incluye un conductor a tierra de protección que transporta la corriente de fuga de los dispositivos de carga (equipos de computación, periféricos, adicionales, etc.)
5. La corriente total de fuga no debe exceder los 3,5 mA

Recomendaciones

- La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) ha establecido reglas que permiten que este tipo de dispositivos se conecten directamente a la red telefónica. Para estas conexiones se utilizan conectores estandarizados. No se debería utilizar este equipo en líneas compartidas o en líneas de teléfonos monederos.
- Si este dispositivo está funcionando mal, también puede estar dañando la red telefónica; se debería desconectar este dispositivo hasta que se determine el origen del problema y que se haya efectuado la reparación. En caso contrario la compañía telefónica puede desconectar el servicio temporalmente.



4.2 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL SOFTWARE DE APLICACION

Describiremos a continuación el software que se empleará tanto para la prestación del servicio (Internet a alta velocidad), como la gestión y administración de los e@kioscos.

Software e@kiosco

El software e@kiosco incluye solo la aplicación para el equipo e@kiosco.

Aplicación Para El Equipo e@kiosco

La aplicación para el equipo e@kiosco será la que atienda el e@kiosco y todos los servicios que este ofrecerá al público, será manejada íntegramente por el usuario sin intervención de ningún técnico o ayuda física, los medios de ayuda podrían darse a través de un terminal telefónico o por medio de un Chat para soporte en línea desde la propia aplicación. Por seguridad las teclas Ctrl + Alt + Del y Ctrl + Tab serán bloqueadas.

Por los requerimientos antes mencionados la aplicación que funcione sobre el cliente debe tener las siguientes características:

No debe permitir que el usuario:

- ✖ salga de la aplicación
- ✖ cancele la aplicación
- ✖ cambie de aplicación
- ✖ ingrese a otros servicios del equipo no autorizados
- ✖ ingrese al sistema operativo
- ✖ borre el sistema operativo
- ✖ manipule la instalación
- ✖ instale nuevos componentes
- ✖ ingrese al disco duro sin autorización
- ✖ borre aplicaciones
- ✖ ingrese material con virus
- ✖ haga cualquier cosa que no este dentro de lo permitido

Debe permitir que el usuario:

- ✓ vea la aplicación y sea el único medio de ingreso al sistema



- ✓ vea publicidad animada y online sin necesidad de ingresar al sistema
 - ✓ ver ofertas y los detalles de estas sin necesidad de ingresar al sistema
 - ✓ ingrese a sitios contratados por terceros sin costo para el usuario, venta de contenido
 - ✓ ingrese a sitios de compra contratados por terceros con navegación sin costo para el usuario
 - ✓ compre en sitios de compra contratados por medio de crédito de navegación, tarjeta prepago de navegación, tarjeta de crédito
 - ✓ ingrese al sistema para navegar libremente por medio de clave de acceso o tarjeta prepago.
 - ✓ navegar libremente por Internet con seguridad, libre de virus.
 - ✓ puede tener varias sesiones de navegación controladas por un administrador de sesiones utilizadas.
 - ✓ chatear con los sistemas mas usuales de chat como Microsoft Messenger, ICQ, Yahoo Messenger
 - ✓ videoconferencia por medio de Netmeeting.
 - ✓ hablar por teléfono a cualquier parte del mundo por medio de un sistema de voz sobre Internet (No VoIP)*.
 - ✓ juegos en línea por medio de software de juegos instalados previamente o por medio de otros ofrecidos en Internet.
 - ✓ Ayuda en línea para el uso de los servicios por medio de un auricular ip o por medio de un chat (con imagen o no) para soporte en línea desde la propia aplicación.* Si es ADSL puedo dar con servicios independientes de teléfono y red de datos.
 - ✓ Permitir grabación de datos bajados en un espacio para copiar en disquete o USB Drive.
 - ✓ Consulta del cupo, del consumo, tiempos
 - ✓ Pago y compra de tiempo o cupo para incrementar su saldo por medio de tarjeta de crédito o tarjeta prepago e@kiosko
 - ✓ Acceso a descuentos por diferentes motivos
- * Disponible de acuerdo al modelo.

4.2.1 Determinación De Criterios Para La Selección De Las Funcionalidades.

Características

A continuación se describen los criterios básicos que debe cumplir el software a instalar en el equipo e@kiosco, así como la administración y operación de los mismos.

1. Brindar seguridad a los e@kioscos, siendo estas como "PC's físicamente desatendidas". Esto es considerando que los e@kioscos no están en un solo lugar.
2. Poder realizar un diseño propio o utilizar los diseños definidos en cuanto a las pantallas del programa.
3. Ofrecer a los usuarios servicios tales como:
 - Examinar la Web: Con una manera fácil y sencilla similar al buscador de Microsoft y permitiendo configurar al administrador del e@kiosco el acceso de los sitios Web, dependiendo de su ubicación, mercado destino, etc.
 - Enviar y recibir e-mails: El usuario tiene la opción de crear su propio correo electrónico, permitiendo el envío y recepción de información desde cualquier terminal de la red.
 - Usar una versión segura de MSN Messenger: modificado con requisitos particulares para prevenir transferencias directas de archivos.
 - Enviar fotografías digitales almacenadas en sus cámaras fotográficas. Los usuarios pueden enviar fotos por medio del email (JPEG) almacenadas en cámaras fotográficas digitales. Las fotos se clasifican según el tamaño (640 x 480) y comprimido a aproximadamente 32 K por cuadro antes de ser enviado por email permitiendo con esto que una gran cantidad de fotos sean enviadas. Las fotos pueden incluso ser rotadas antes de que se envíen. Esta aplicación es muy atractiva a los turistas con las cámaras fotográficas digitales que desean enviar cuadros a la familia y a los amigos mientras viajan.
 - Envío de videos
 - Envío de postales: el usuario puede combinar una imagen propia (llevada desde una cámara digital o desde un archivo) en una postal ya diseñada, convirtiendo en una atracción turística importante.
 - Trabajar en documentos de MS Word o MS Excel. Con una versión customizada que permite que su utilización de manera ágil y sencilla.
4. Añadir otras aplicaciones, como juegos por ejemplo.
5. Crear usuarios que puedan utilizar los servicios en cualquier e@kiosco de la red.
6. Obtener estadísticas en tiempo real del uso de los e@kioscos, por ejemplo: pagos, usos, páginas más visitadas, etc.). Generación de informes en tiempo real. Todos

los datos generados por los e@kioscos se pueden alcanzar inmediatamente usando cualquier Web browser y proporcionarán entre otras cosas: los rendimientos de cada día, agrupados por los quioscos, incluyendo los pagos totales recibidos (activación de tarjetas y creación de nuevos usuarios) y los usos por los minutos, total de quiosco usados y las páginas impresas en cada e@kiosco, permitiendo al administrador prever ganancias y poder optimizar la utilización de los e@kioscos.

7. Monitorear remotamente el estado de los e@kioscos (a través de la red): esto es la supervisión del estado de sus terminales, teniendo acceso a información tal como:

- Configuración del hardware y software.
- Fecha y hora del último ingreso
- Dirección IP (útil si se utiliza un IP dinámico)
- Fecha y hora del último reporte.
- En caso de fallo de reporte de un e@kiosco, éste presentará una alarma y se notificará.
- Toda esta información de supervisión es accesible a través de las aplicaciones realizadas en la Web, haciéndola disponible desde cualquier Web browser.
- Instalación de archivos. Los archivos pueden ser instalados remotamente y realizarse ajuste a los mismos. Esto desde un servidor central y se lo puede realizar diariamente. Usando esta característica con un archivo comprimido self-extracting se puede “poner al día” o actualizar cualquier archivo en el quiosco.
- Seguridad y operación de acuerdo con las políticas aceptables corporativas, e institucionales.

8. Ofrecer acceso libre de navegación en el e@kiosco, para el caso de promociones, combinación de productos, etc.

9. Recarga de tiempo de utilización a través de pago en efectivo, billetes, monedas, pagos por tarjetas de crédito. Usted podrá dar a sus usuarios un incentivo para comprar más hora ofreciendo ventajas en compras de tarjetas de mayor valor.

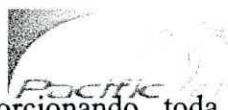
10. Personalización de Banner HTML con diversas utilidades tales como:

- Generar publicidad a través de anuncios de diferentes características. El software incluye cuatro nuevas aplicaciones de banners HTML: postcars, envío de fotos, MSN Messenger y video e-mail.



- Opción de utilización en seis diferentes idiomas.
 - Opción de configurar el tiempo que se actualizan.
11. La pantalla de presentación debe ser configurada en diferentes tamaños y posición e incluyen una serie de páginas en BMP/JPEG, AVI/MPEG y HTML. Esto a gusto del diseñador.
 12. El software permite que se puedan agregar botones en el menú principal que señalará aplicaciones para usos externos tales como juegos, herramientas gráficas, etc. o vínculos a otros sitios Web tales como Pacifictel, Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, ESPOL, ESPAE, Hotmail, Amazon, etc.. Cada uso externo puede ser configurado de modo que sea una configuración distinta para cada e@kiosco dependiendo del lugar de ubicación o del segmento de mercado al cual está dirigido. Incluyendo las fuentes y las imágenes que pueden ser propias del software o creadas por el diseñador. (Marketing Dirigido)
 13. Barra de Herramientas: Similar a la utilizada en Windows, que permite fácilmente la navegación entre ventanas e inclusive especificando ventanas que no se desean sean exhibidas en el barra de herramientas.
 14. Optimizar la impresión de páginas: Con este software se presenta un novedoso método de confianza que permite contar las páginas impresas además de verificar su alineación antes de que cada página se envíe. También permite especificar un precio diferente por página impresa dependiendo de sus requerimientos.
 15. Las cuentas del Usuario son creadas en una base de datos en un servidor central. Esto significa que las características siguientes son posibles:
 - Generar una cuenta como un Código de Acceso o como un User Name y Password seleccionado por el usuario.
 - Una cuenta puede ser generada por el administrador del e@kiosco (utilizando el programa AccountPro) y vender el acceso mediante tarjeta, o generar automáticamente el acceso en caso de realizarse el pago a través de tarjetas de crédito.
 - Las cuentas de usuario pueden crearse y ser utilizadas en cualquiera de los terminales de e@kioscos. además se pueden establecer fechas de vencimiento, número de días hábiles de utilización, utilizaciones en días específicos, etc.

16. Los códigos del acceso se pueden almacenar en tarjetas magnéticas. Cuando el usuario hace uso del código, esto se registra automáticamente en el servidor de la base de datos.
17. Proveer de una flexibilidad ilimitada cuando se trata de idiomas, pudiendo configurarse en seis diferentes idiomas: inglés, francés, español, alemán, portugués, y el italiano. además se puede solicitar japonés, chino, mandarín, y ruso para todas las aplicaciones, tanto del menú principal como de los usos incorporados en esta nueva versión. Permitiendo además la traducción de sus archivos con solo accionar un botón, mostrando también diálogos y mensajes de error, buscador de páginas en este idioma, etc.
18. Para acceder a la utilización de los e@kioscos se aplica el método prepago, esto quiere decir que se lo hará a través del acceso del código de una tarjeta. A el se puede acceder mediante lector de código de barras o por ingreso manual del código en el menú principal del sistema. Los precios varían de acuerdo al requerimiento, esto es poder configurar precios diferentes para la utilización de la impresora, envío de correos, etc. definiendo además los recibos de pago con requisitos particulares como son gráficos y textos. También están diseñados para funcionar a través de pagos con monedas y billetes o a través de tarjetas de crédito, para lo cual se contarán con los dispositivos necesarios. Estos métodos de prepago pueden inclusive ser una forma de aliciente para los clientes, pues de acuerdo al valor de la tarjeta o cuenta de ingreso se pueden establecer promociones, descuentos, etc.
19. Teniendo en cuenta que las estaciones están “físicamente solas “, el e@kiosco permite mediante combinaciones de teclas, dar acceso restringido a los usuarios, no permitir que estos deshabiliten aplicaciones, etc.
 - Las opciones "Save As" o Download" "File; pueden prohibirse fácilmente.
 - Aplicaciones como RealPlayer pueden ser cerradas cuando no hay longitud determinada del archivo a aplicar.
 - Tenemos opción de especificar ventanas que nunca deben ser cerradas, como por ejemplo PC Anywhere o VNC.
 - Opción de bloquear o permitir el acceso a ciertos dispositivos.



20. Configuración para el funcionamiento por dial-up proporcionando toda la funcionalidad necesaria. Asegurando con esto que la conexión siempre esté activa cuando se la requiera. además se tiene la:

- opción de desconectar cuando los e@kioscos no estén en funcionamiento o por el contrario asegurar su conexión todo el tiempo.
- Opción para seleccionar el número de minutos de conexión del dial up y si esta puede seguir siendo activo después de cada usuario.
- Opción para especificar una conexión primaria y una conexión secundaria - la conexión secundaria será utilizado cuando la conexión primaria no puede conectar estableciendo prioridades.
- Proporcionar a los usuarios el acceso a un directorio especial a efectos de que puedan guardar temporalmente sus archivos o información, sin necesidad de ofrecer un acceso completo. Estos archivos se borran luego que el usuario haya finalizado su sesión.
- Guardar y restaurar las configuraciones iniciales.
- Pantallas auxiliares en caso de desconexión.

4.2.2 Características de control y gestión

Plataforma del sistema operativo.

El sistema operativo utilizado en el cliente será Microsoft Windows XP y debe ser capaz de ser administrado remotamente y bloqueado en sus servicios para evitar manipulación de las aplicaciones.

Al reiniciar el equipo debe estar restringido para no ser desconfigurado, debe validar automáticamente el equipo contra el centro de gestión para saber que está activo y debe ingresar automáticamente a la aplicación cliente sin ninguna gestión humana adicional. El sistema operativo nunca debe estar al descubierto sin la aplicación cliente activa. Además contará con un antivirus que será periódicamente actualizado. El sistema de administración controlará la instalación y desinstalación de componentes en el sistema operativo.

Software Servidor

El software servidor comprende las siguientes aplicaciones:

1. Diseño de pantallas utilizadas por el software del e@kiosco
2. Administración y operación de la red de e@kioscos, que incluye la creación de tarjetas, manejo de base de datos, reportes estadísticos de utilización de e@kioscos, etc.

Diseño de pantallas utilizadas por el software del e@kiosco

Permite la personalización de las pantallas de la aplicación e@kiosco de acuerdo a la preferencia de los navegantes, sitios de ubicación de los e@kioscos, etc.

Administración y operación de la red de e@kioscos.

Permitirá entre otras cosas:

- La validación de los e@kioscos, su activación y desactivación. La instalación y desinstalación de componentes de software en los e@kioscos lo hará un administrador que puede realizar esta gestión en forma remota y centralizada.
- Personalizar velocidad de navegación o de bajada de datos. Administración del contenido de la aplicación cliente, links, publicidad, ofertas, descuentos, etc.
- Validar usuarios que ingresan al sistema, verificación y actualización de cupos. El ingreso de tarjetas prepago se convalidará contra la creación de un usuario y su perfil.
- Controlar del tiempo de navegación, sitios y preferencias de navegantes. Actualización de cupo por consumo y conexión en línea. Avisará por medio de un mensaje a la aplicación e@kiosco cuando está por terminar el cupo.
- Actualizar automáticamente los paquetes antivirus instalados en los e@kioscos.

Dentro de las opciones de gestión deberá entregar reportes estadísticos que permitan desglosar a los clientes que han contratado publicidad o sitios de compras el uso de sus links, estadísticas tiempos, uso, sitio más visitado, etc.

Registrar las estadísticas de tiempo de navegación, sitios y preferencias de los navegantes para perfilar los clientes y realizar un marketing dirigido, etc.



El software de administración y operación deberá estar en constante comunicación con el software del e@kiosco , si hay pérdida de comunicación entre ambos, el software de gestión considerará que se cortó la comunicación y el software cliente no permitirá navegar hasta que se restablezca la comunicación con el servidor.

Plataforma de servicios de red

La plataforma instalada en los equipos servidores será Windows XP, por ser una plataforma estable y probada en grandes requerimientos de procesamiento y comunicación. Además, posee casi todas las herramientas indispensables para la gestión de todos los servicios de red necesarios para el funcionamiento del e@kiosco.

4.3 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MEDIO DE ACCESO

Acceder a Internet

El medio físico principal por el que se accede a Internet es a través de la red telefónica publica (PSTN). Sin embargo, este no es el único camino. Existen redes de radio, cable o satélite que permiten también establecer esta conexión. En cualquier caso, aparte de la red por la que llega a Internet, es necesario siempre contar con un intermediario que nos abra la puerta. Este intermediario es el proveedor de acceso a Internet.

Otro término que se utiliza frecuentemente cuando se habla de acceso a Internet es el de banda ancha o banda estrecha. Cuando se habla de comunicación digital, la palabra **ancho de banda** hace referencia a la velocidad con la que se transmiten los datos entre dos puntos. El ancho de banda de acceso a Internet es la velocidad con la que se esta conectando con esta red. El estar conectado a Internet con banda estrecha significa estar conectado a baja velocidad y el hacerlo con banda ancha significa disponer de alta velocidad. Conceptualmente la ITU define Banda Ancha de 2Mb en adelante.

Realmente, la frontera entre la banda ancha y estrecha no esta claramente definida. No obstante, se entiende que la velocidad que se puede alcanzar utilizando un canal telefónico o RDSI es banda estrecha y las velocidades superiores son banda ancha. En este sentido, la frontera entre ambas banda se encuentra en 64 Kbps: igual o menor es banda estrecha,



superior es banda ancha. En la práctica, la banda ancha empieza en 128 Kbps ya que no existe comercializada ninguna conexión superior a 64 y menor a 128 Kbps.

El proveedor de acceso

Un proveedor de acceso, también conocido como ISP (*Internet Service Provider*), es un intermediario que facilita el acceso a Internet a las personas o empresas interesadas. Los proveedores de acceso suelen ofrecer a sus clientes la posibilidad de acceder a Internet por cualquiera de los sistemas siguiente:

- **Baja velocidad** (banda estrecha) mediante un MODEM de red telefónica básica o de RDSI (Red Digital de Servicios Integrados ISDN). Par ello le facilitan al cliente un nombre de usuario y clave y una lista de números telefónicos de acceso para que el cliente elija el número que le venga mejor.
- **Alta velocidad** (banda ancha) mediante circuito dedicado. En este caso, dependiendo del tipo de proveedor de acceso de que se trate, puede ofrecer un tipo de solución tecnológica u otra: DSL (Digital Subscriber Line), módem cable, LMDS (Local Multipoint Distribution Service), circuito Frame Relay, solución por satélite, etc., En cada caso, el proveedor de accesos suele facilitar el equipamiento necesario al usuario.

Por otro lado, como toda conexión a Internet requiere una configuración en el ordenador del usuario, el proveedor de acceso siempre tiene que proporcionar al usuario todos los parámetros necesarios para realizar esta configuración.

4.3.1 Acceso mediante Banda Estrecha

Banda estrecha significa baja velocidad, mas concretamente, velocidades iguales o menores de 64 Kbps. Este es el tipo de acceso que se tiene cuando se accede a Internet a través de la red telefónica básica o un canal de RDSI. Como podemos imaginar, este es el acceso más habitual de los usuarios de Internet.

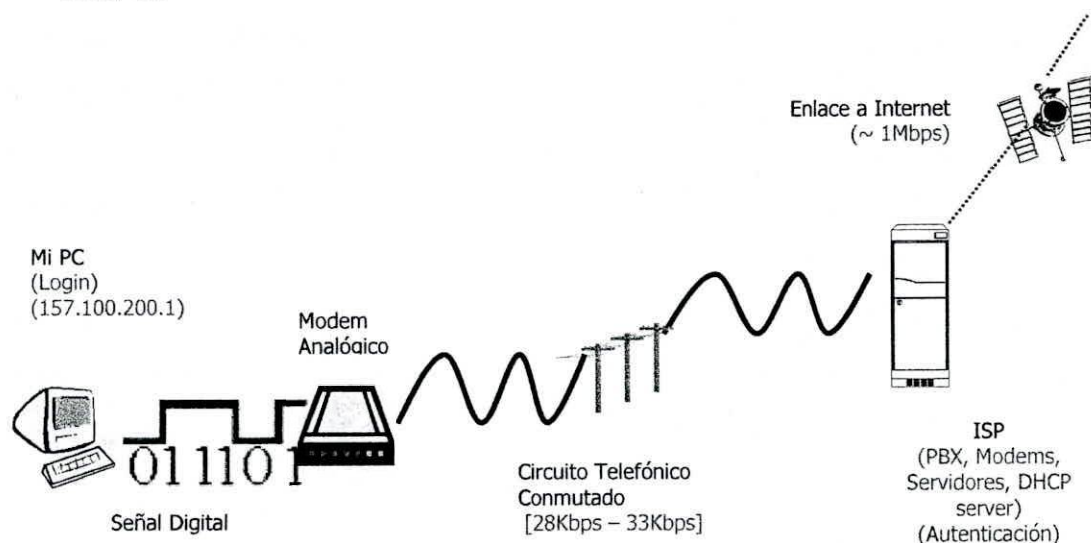
Para acceder a Internet utilizando la línea telefónica básica, el usuario solo necesita contar con un módem y contratar el servicio con cualquiera de los muchos ISP existentes. El ISP le facilitara una lista de números de teléfonos y el usuario decide a que numero le interesa llamar. En este sentido, es importante elegir aquel proveedor que disponga de un número telefónico de acceso cuya llamada telefónica sea lo mas barata posible para el usuario

.Esto generalmente suele ocurrir cuando el proveedor dispone de un número telefónico de acceso en nuestra propia ciudad.

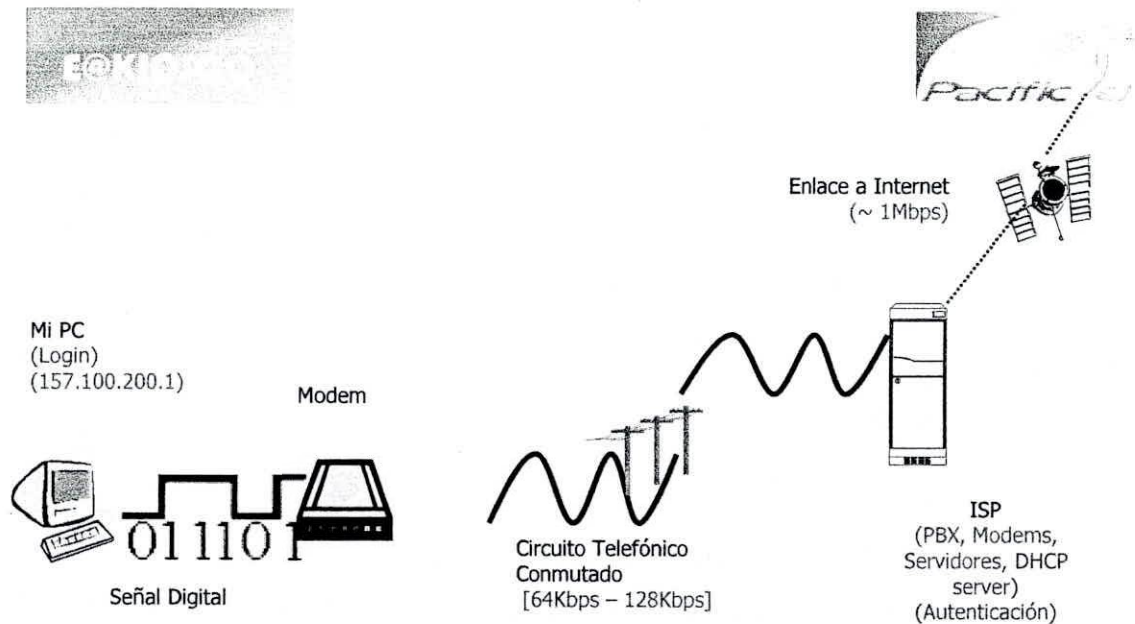
La conexión mediante red telefónica básica es un proceso sencillo, flexible y barato, aunque se encuentra limitado por el tiempo necesario para establecer la conexión, por la velocidad máxima de transmisión de información y por el hecho de compartir el acceso con otros usuarios.

En cualquier caso, se dispone de tres posibilidades.

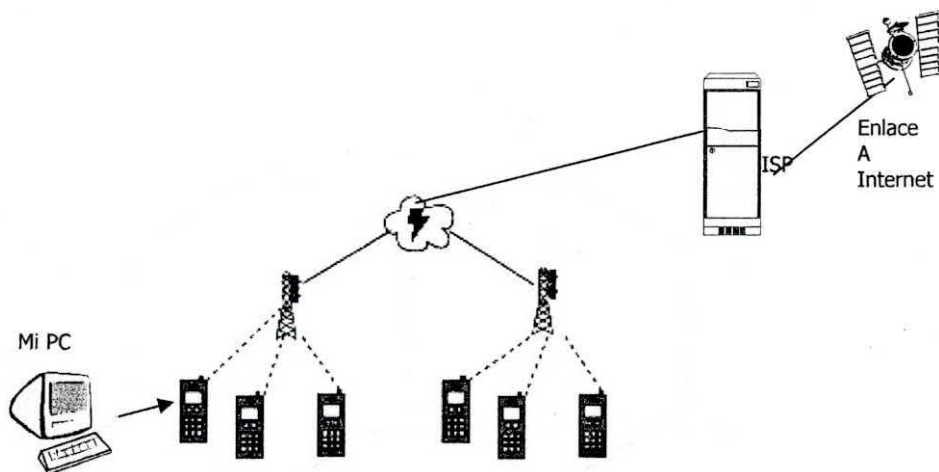
- **Utilizar una línea telefónica convencional.** En este caso la velocidad máxima de acceso es de 56 Kbps (Kilobits por segundo). El módem necesario suele ser bastante barato y, en cualquier caso, viene incorporado en la mayoría de los ordenadores nuevos.



- **Utilizar una línea RDSI.** En este caso el usuario debe disponer de una línea RDSI (acceso básico) y de un adaptador de terminal (módem RDSI) para poder conectar el ordenador a la línea RDSI. La velocidad de acceso puede ser de 64 o de 128 Kbps. La ventaja fundamental de este acceso es que es bastante más rápido que el de una línea telefónica convencional sin aumentar el coste en exceso. El inconveniente es que no todos los proveedores de acceso disponen de esta posibilidad.

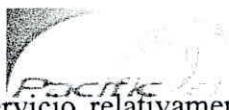


- **Utilizar un teléfono móvil.** El usuario también puede acceder a Internet utilizando un teléfono móvil conectado al ordenador. En este caso se necesita un módem especial que, generalmente, suele ser particular para el terminal móvil que se este utilizando. Por otro lado también se dispone de una velocidad de acceso limitada, solo 9.600 bps en los casos de GSM.



4.3.2 Acceso Mediante Banda Ancha

El estar conectado a Internet con banda ancha quiere decir que se dispone de un gran ancho de banda o, lo que es lo mismo, que se esta conectando a Internet a alta velocidad. En la práctica, esto significa disponer de una conexión igual o superior a 128 Kbps.



El acceso a Internet mediante banda ancha y a bajo coste es un servicio relativamente reciente. De hecho, aunque la red de televisión por cable ofrecía esta posibilidad desde hace tiempo, la introducción masiva de este tipo de accesos ha venido de la mano de ADSL (Asimetric Digital Subscriber Line).

Los servicios de acceso a Internet en banda ancha más comunes son los siguientes:

- Acceso mediante ADSL
- Acceso mediante cable módem
- Acceso vía satélite
- Acceso vía circuito dedicado de datos

Por cierto, cuando se accede a Internet por línea telefónica o RDSI, es necesario disponer de la línea y, luego, contactar con un proveedor de acceso a Internet. Sin embargo, cuando se accede a Internet con banda ancha, el propio proveedor del servicio de banda ancha facilita el acceso a Internet, cuentas de correo e, incluso, espacio para la creación de páginas Web. Esto quiere decir que en estos casos no hace falta contratar con ningún otro proveedor de acceso a Internet.

Las ventajas de la banda ancha

La posibilidad de acceder a Internet con banda ancha esta haciendo que surjan servicios que hagan uso de estas ventaja, por ejemplo, la posibilidad de incorporar video esta dando paso a popularizar aplicaciones como televigilancia, teleformación o videoconferencia. Ver una imagen del negocio, una panorámica de la habitación donde están los niños (en la guardería o en la casa) o celebrar una reunión familiar sin movernos de casa siempre ha sido posible, pero ahora esta nuestro alcance por muy pocos dólares.

Desde el punto de vista del hogar, la banda ancha facilita las siguientes aplicaciones.

- Acceso permanente a Internet a alta velocidad y tarifa plana.
- Acceso a televisión, radio y música (MP3) sobre Internet
- Juego de red multiusuario.
- Visitas virtuales a museos, tiendas, etc..
- Videoconferencia.
- Teleformación.

■ **Televigilancia.**

Estas otras aplicaciones son más útiles para los sectores profesionales y de la pequeña y mediana empresa:

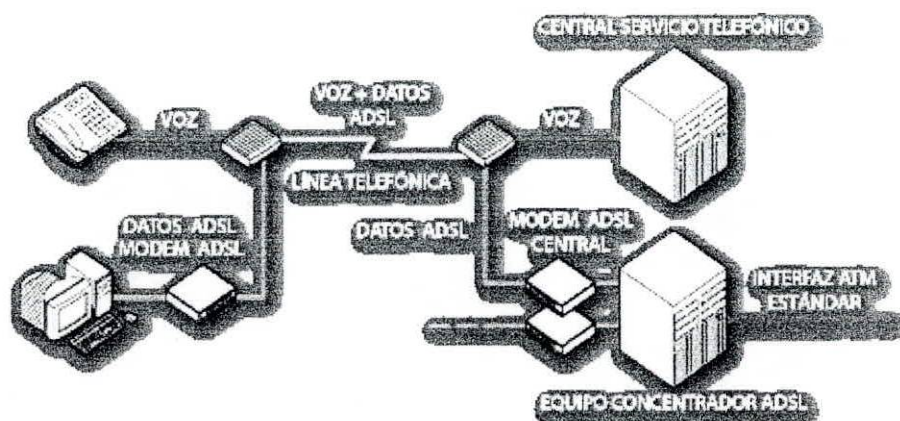
- Conexión de la red de área local a Internet a bajo precio.
- Interconexión de redes.
- Creación de red privada.
- Trabajo en grupo.
- Aplicaciones corporativas *on-line* (*e-business*)
- Teletrabajo.
- Teleformación (*e-learning*)
- Difusión de acontecimientos (eventos corporativos, presentaciones, etc.)

Además de lo anterior, generalmente, los servicios de banda ancha suelen tener estas otras ventajas:

- **Alta velocidad (hasta 2Mbps).** Permite acceder a un amplio espectro de servicios que necesitan banda ancha: videoconferencia, telereunión, televisión on-line, televigilancia, juegos en red, etc.
- **Siempre conectado.** No hace falta perder tiempo establecido la conexión. Se enciende el ordenador y listo.
- **Voz y datos simultáneamente.** Funciona de forma completamente independiente al servicio telefónico.
- **Tarifa plana.** Disponible 24 horas al día por un precio fijo mensual.

Acceso mediante ADSL.

ADSL son las siglas de una nueva tecnología pensada para poder transmitir datos a alta velocidad (banda ancha) a través de los bucles de abonados de las líneas telefónicas. El bucle de abonado es el par de hilos de cobre que va desde la casa del usuario hasta la central telefónica y que se suele utilizar para disponer del servicio telefónico o conectar un fax.



Aunque la tecnología ADSL permite velocidades de hasta 8 Mbps, la velocidad real que puede conseguir el usuario depende de la distancia del domicilio del usuario a la central telefónica del proveedor del servicio ADSL.

El significado de las siglas ADSL es *Asymmetric Digital Subscriber Line*, "línea del Abonado Digital Asimétrica". La letra A de asimétrico significa que no emplea el mismo ancho de banda para subir (transmisión usuario-red) que para bajar información (transmisión red-usuario). Esto quiere decir que la mayoría de los recursos de la conexión se emplean en la bajada de información, como suele ser habitual en el uso de Internet.

Los proveedores de los servicios DSL pueden comercializar estos servicios de distintas formas: ofrecer tarifa plana con precios dependientes de la velocidad máxima contratada, ofrecer velocidad máxima con cuota mensual mas cargo por volumen de trafico, ofrecer cuota mensual mas cargo por tiempo, etc.

Hay que tener en cuenta que las limitaciones de velocidades se fijan en las instalaciones del proveedor, no en el equipo del usuario. Por tanto, en general, un usuario podría cambiar de velocidad contratada sin cambiar su equipamiento, incluso sin modificar su configuración.

Los componentes que forman parte del equipamiento necesario para instalar el servicio ADSL son los siguientes:

Ordenador con puerto de red Ethernet o USB.

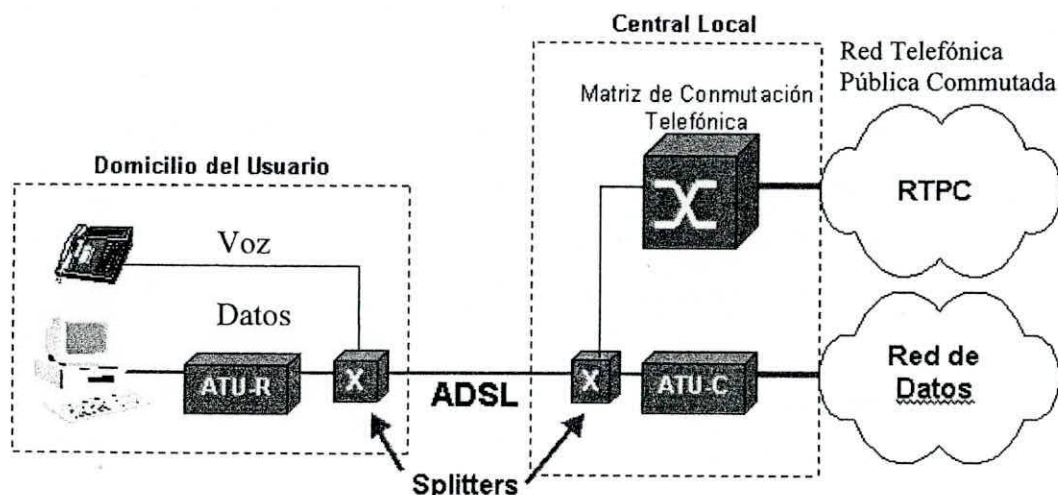
Es el equipo más importante a conectar ya que es el destinatario y generador de toda la información intercambiada.

Modem/router ADSL (ATU-R ADSL Terminal Unit Remote).

El módem interconecta la red Internet con el ordenador (o red interna del usuario). No obstante, a diferencia de lo que ocurre con los módem de 56 Kbps de la red telefónica, donde todas funcionan de la misma forma, ADSL permite escoger entre dos tipos de módem: módem bridge y módem router. El primero sirve para conectar un solo ordenador y el segundo para conectar varios ordenadores simultáneamente a Internet compartiendo una única línea ADSL. En cualquier caso, esta posibilidad es siempre factible si se crea una red de área local y se conecta uno de los ordenadores a Internet vía ADSL.

Filtros (Splitter o microfiltros).

Este dispositivo separa la comunicación telefónica de la comunicación de datos. Gracias a el, se puede hacer un uso simultaneo (voz y datos) del par de hilos telefónico.



ATU-R: Adaptador Terminal Unit-Remoto

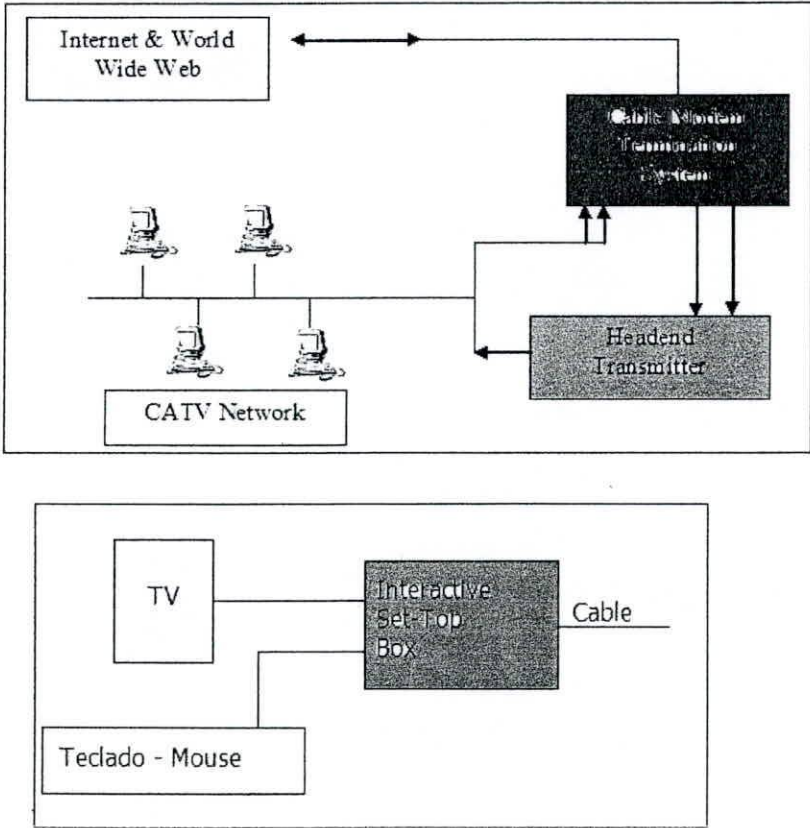
ATU-C: Adaptador Terminal Unit-Control

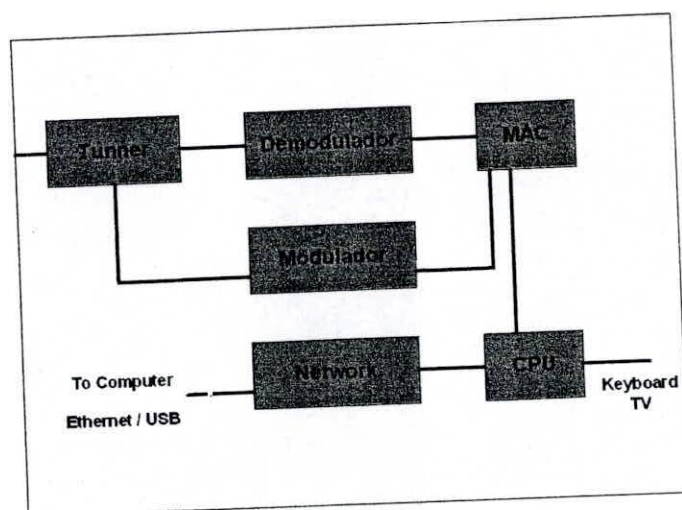
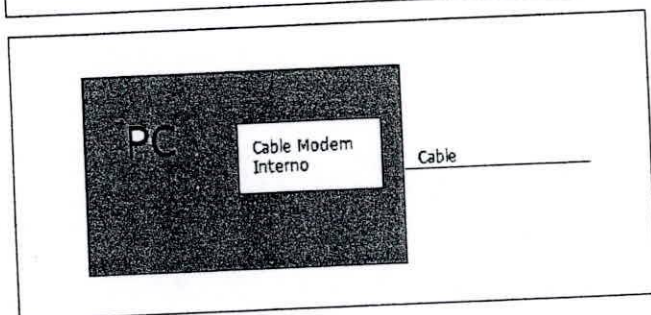
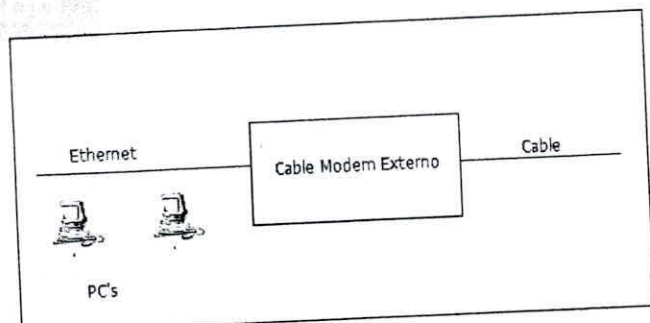


Acceso Mediante Cable Módem.

El cable módem es un dispositivo, un módem, que permite el acceso a Internet a alta velocidad a través de las redes de televisión por cable. El sistema permite velocidades de hasta 40 Mbps, aunque, por razones técnicas y comerciales, los proveedores suelen limitar este acceso a velocidades por debajo de 2Mbps. Evidentemente, este servicio es propio de las empresas de televisión por cable y, como se puede suponer, la recepción de los canales de televisión no se ve afectada por la existencia del cable módem.

Es importante destacar que algunos operadores de cable no cuentan con un sistema de cable bidireccional, por lo que, en estos casos, el usuario necesita disponer además de un línea telefónica. La información usuario-Internet sube por la línea telefónica, mientras que la información Internet-usuario baja por la red de cable a alta velocidad. En este caso, al sistema se lo conoce como TRI (*Telephony Return Interface*, “Interfaz de Retorno Telefónico”). Las redes de televisión digital por satélite o por radio suelen utilizar este sistema.



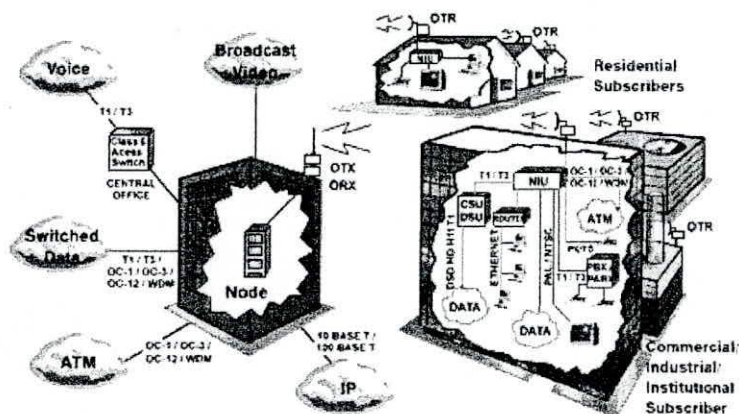


Acceso Por Satélite

Si se vive en un lugar remoto donde no se tiene acceso a la mayor parte de las nuevas tecnologías, pero se necesita de una conexión por satélite solo necesita tener una vista despejada hacia el cielo del sur (o del norte, si se encuentra en el hemisferio sur).

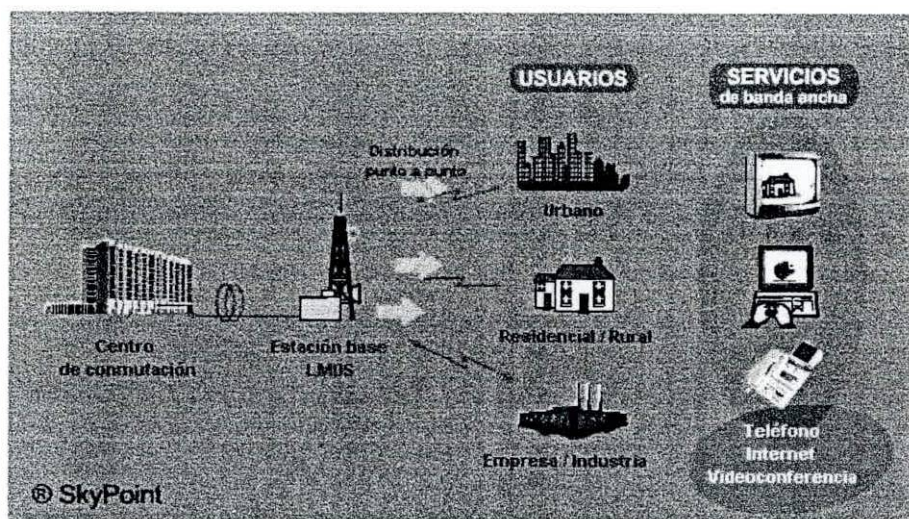
El satélite puede ofrecer velocidades de hasta 400 Kbps sin necesidad de disponer de línea telefónica, o velocidades incluso mayores para aquellos sistemas que se apoyan en el uso de la línea telefónica para la transmisión usuario-Internet.

La tecnología LMDS (Local Multipoint Distribution Service, “Servicio Local de Distribución Multipunto”) permite un acceso de banda ancha (hasta 8 Mbps) a Internet mediante el establecimiento de un enlace de radio bidireccional. Por el mismo enlace pueden facilitarse servicio de telefonía, datos y video.



49

servicio sin restricciones o hasta 20 Km. con un menor ancho de banda. Una única estaciones base puede gestionar las comunicaciones de mas de 4.000 usuarios.



Acceso Mediante Circuitos De Datos.

Otras de las posibilidades de acceder a Internet es mediante circuitos de datos, en este caso hemos llamado circuito de datos a las líneas punto a punto y a los circuitos de las redes publicas de transmisión e datos. Esta solución suele ser adecuada para organizaciones que desean ofrecer información a la red o para aquellas empresas que desean conectar una red de área local (o Intranet) a Internet.

Acceso mediante circuitos punto a punto. A este tipo de circuito también se les conoce como circuitos dedicados o circuitos alquilados. Un circuito punto a punto es una línea dedicada exclusivamente a mantener una conexión entre dos ordenadores. Estos circuitos se alquilan generalmente a las compañías telefónicas, encargándose estas de utilizar el medio más adecuado en cada caso para su constitución (por ejemplo, fibra óptica, par de hilos telefónicos, microondas, etc.) Una conexión de este tipo suele tener una velocidad de transmisión de entre 64 Kbps y 2 Mbps, aunque también son normales velocidades superiores, pudiéndose llegar a los 622 Mbps.

Los circuitos punto a punto no tienen tiempo de establecimiento de conexión, no tiene una limitación de velocidad y no comparten el acceso con otros usuarios, por lo que resulta ser el medio más rápido y eficaz de conectarse a Internet, pero también es el más caro, por lo que en ocasiones puede convertirse en un lujo innecesario. En general, este tipo de

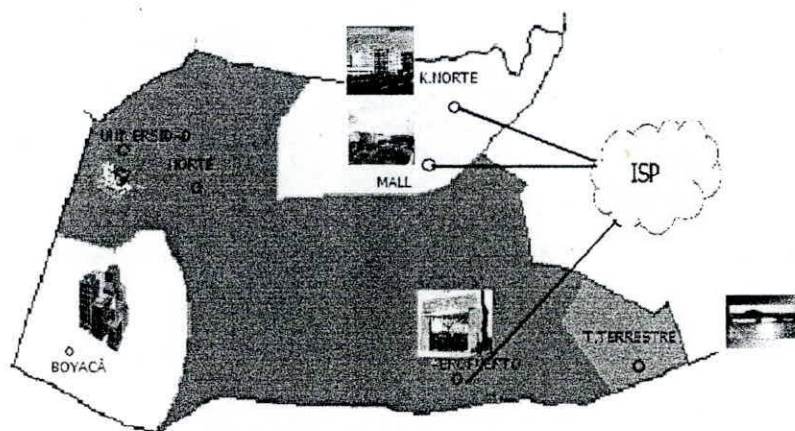
conexiones es propio de grandes organizaciones o de pequeñas empresas relacionadas con Internet.

Mediante una red publica de transmisión de datos (Frame Relay, IP, etc.). Esta es una solución intermedia entre el acceso por línea conmutada (línea telefónica o RDSI) y línea punto a punto. Estas redes tienen tiempos de establecimiento de conexión muy cortos, ofreciendo además un bajo índice de error a un precio inferior al de un circuito punto a punto. En este caso la velocidad máxima suele ser de hasta 256 o 512 Kbps. Dado el coste del equipamiento de usuarios necesario, esta solución suele ser mas apropiada par empresas que para usuarios particulares.

4.4 IMPLEMENTACIÓN DEL PROTOTIPO

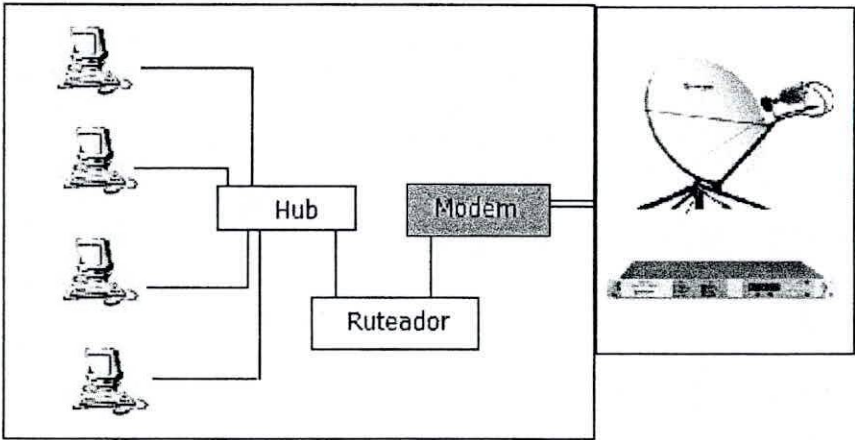
4.4.1 Tipos De Acceso Para La Implementación De e@kiosco s

La implementación de e@kioscos contempla en la ciudad de Guayaquil, la utilización de líneas ADSL, las mismas que se conectan directamente al proveedor de Internet o ISP. Dado que los e@kioscos se instalaran de acuerdo a la zonificación de Pacifictel S.A., se presenta a continuación el diagrama de zonificación y el esquema básico de implementación en la ciudad de Guayaquil.

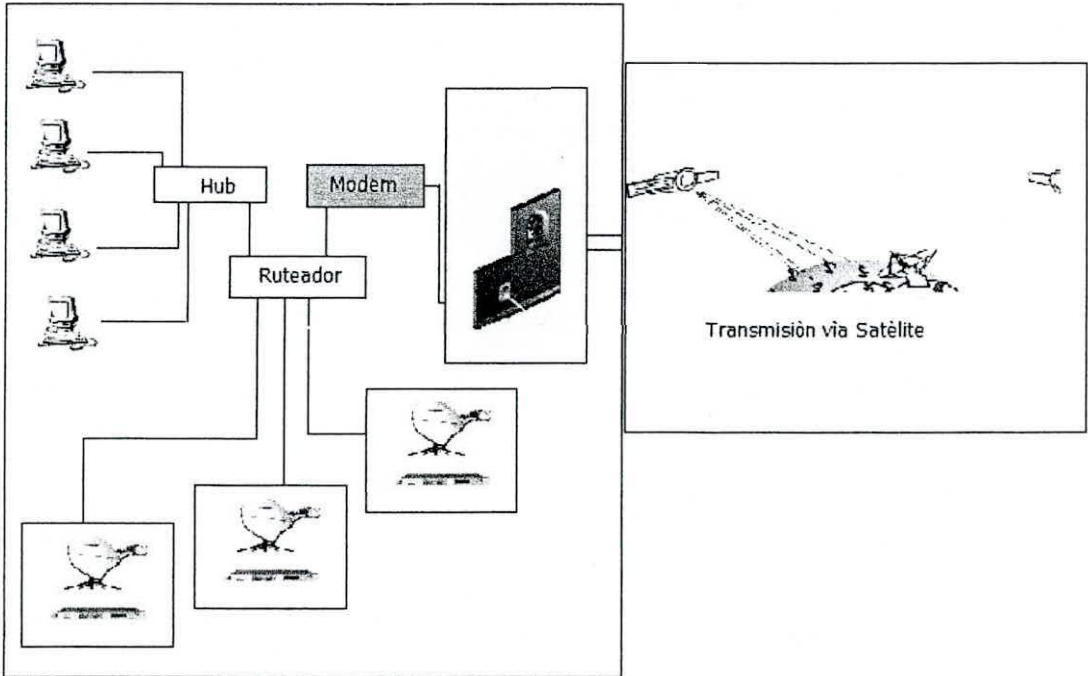


PACIFICTEL S.A. - COBERTURA ZONA 1

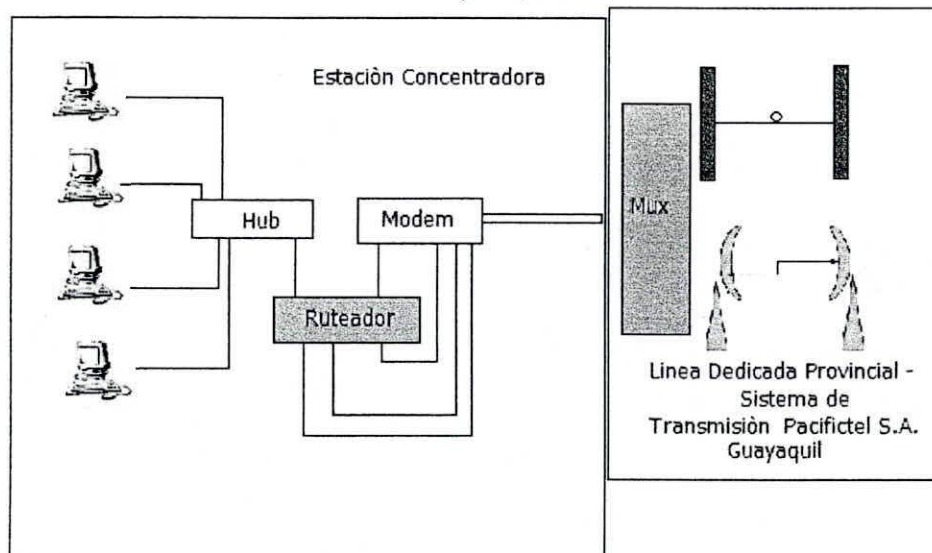
Configuración de Estaciones Terminales utilizando Wi-Fi



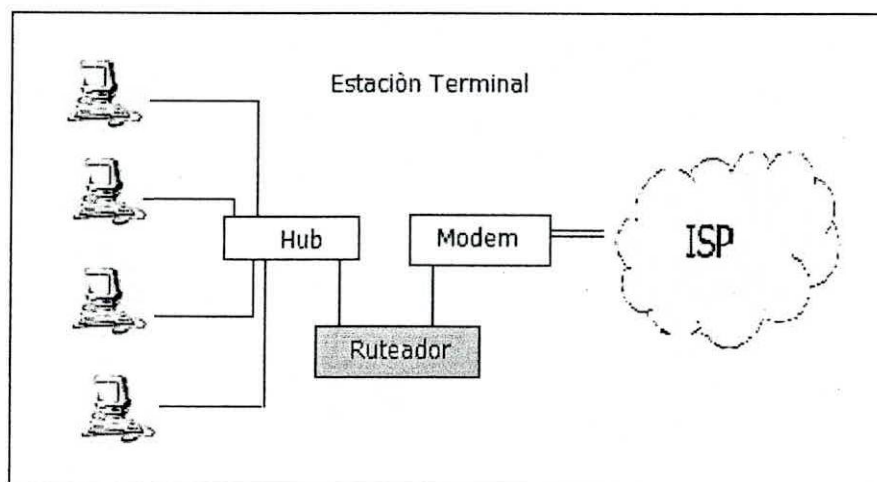
Configuración Estación Concentradora utilizando acceso satelital y Wi-Fi para estaciones terminales



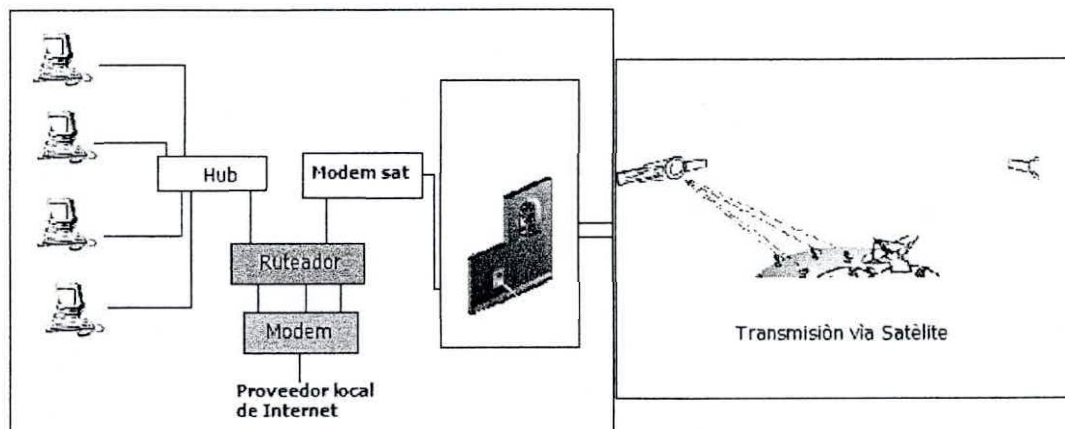
Configuración Estación Concentradora utilizando Línea de Transmisión Pacifictel Regional y Locales



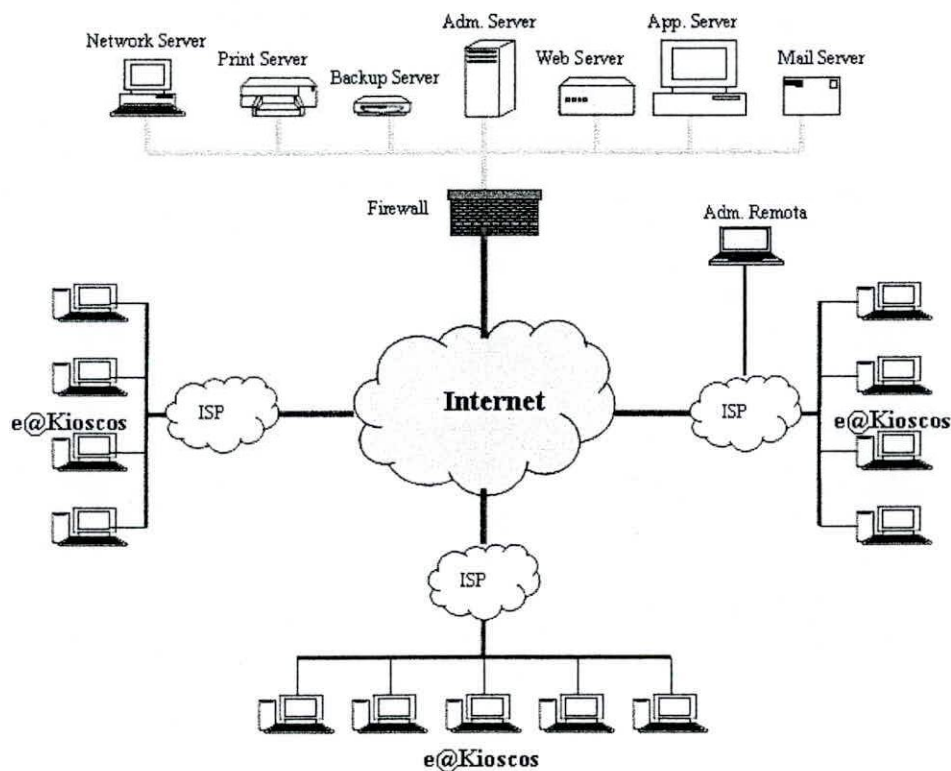
Configuración Estaciones Terminales utilizando líneas dedicadas



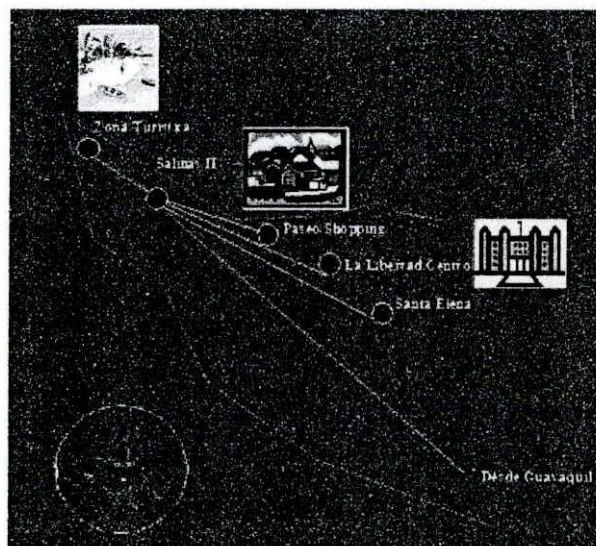
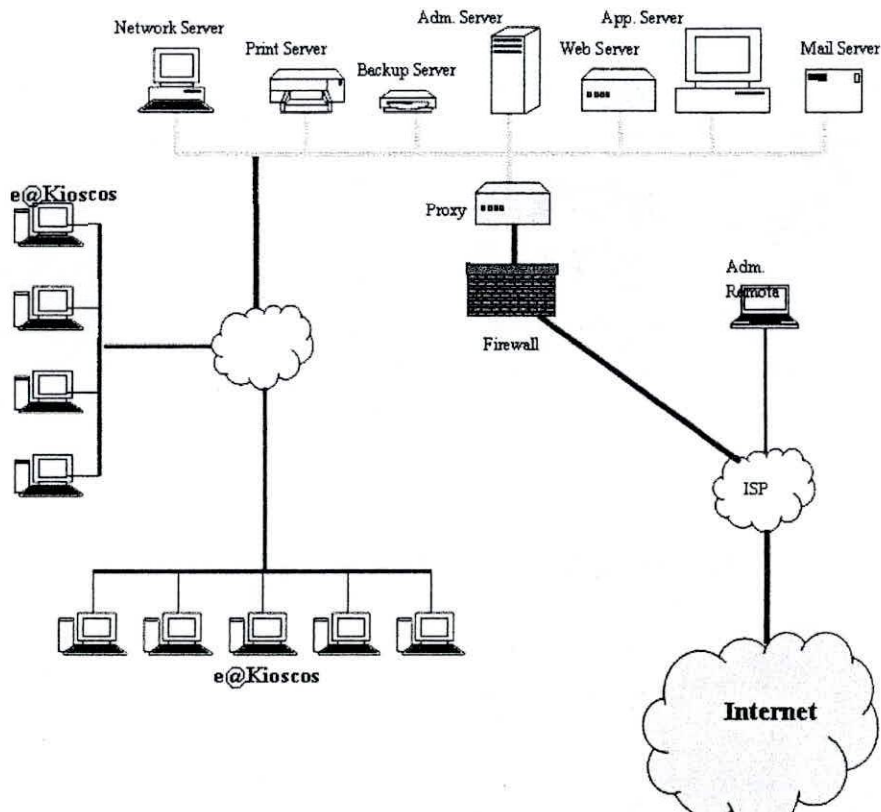
ESTACIÓN CONCENTRADORA CON ACCESO SATELITAL Y LINEAS DEDICADAS LOCALES



DISEÑO DE LA RED E@KIOSKOS



DISEÑO RED E@KIOSKOS



4.4.2 Hardware – Mueble Y Descripción De Las Partes

El diseño del equipo esta basado en principios modulares permitiendo la integración de los equipos de hardware y previsto la adición de otros equipos. (Impresoras, unidad lectora de tarjetas, etc.)

Cada mueble contiene las siguientes unidades:

- Monitor 17" LCD
- Teclado
- Mouse
- Parlantes
- Micrófono
- CPU
- UPS
- Impresora
- Ventiladores

El diseño del mueble será acorde al manual de imagen de la empresa, lo cual es publicidad y a la vez distintivo de la empresa que vende el servicio y crea lealtad.

Para su construcción existe varias alternativas de material como: Panalac, Poliuretano, Acero Inoxidable, MDF, WMF, chapa galvanizada, cerraduras de seguridad, etc.

En nuestro caso el mueble está construido de acero inoxidable con grosor de 2.000mm para garantizar robustez, deberá considerarse suficiente espacio para incluir todos los dispositivos necesarios para el funcionamiento del e@kiosco , PC's tipo "mini torre" o del tipo industrial, además de varias alturas de acuerdo a los usuarios.

Las dimensiones del mueble se presentan a continuación:

VISTA LATERAL CON LOGO DE PACIFICTEL

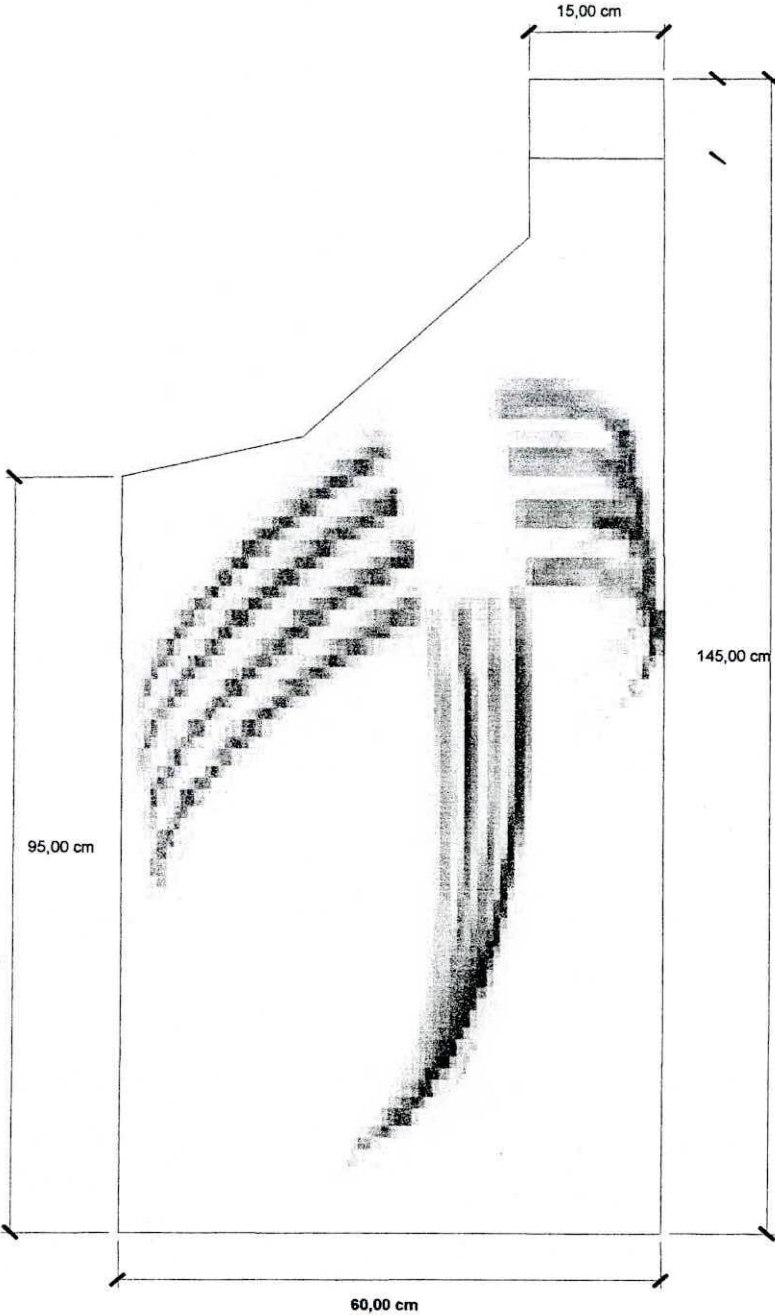


Figura 4.1

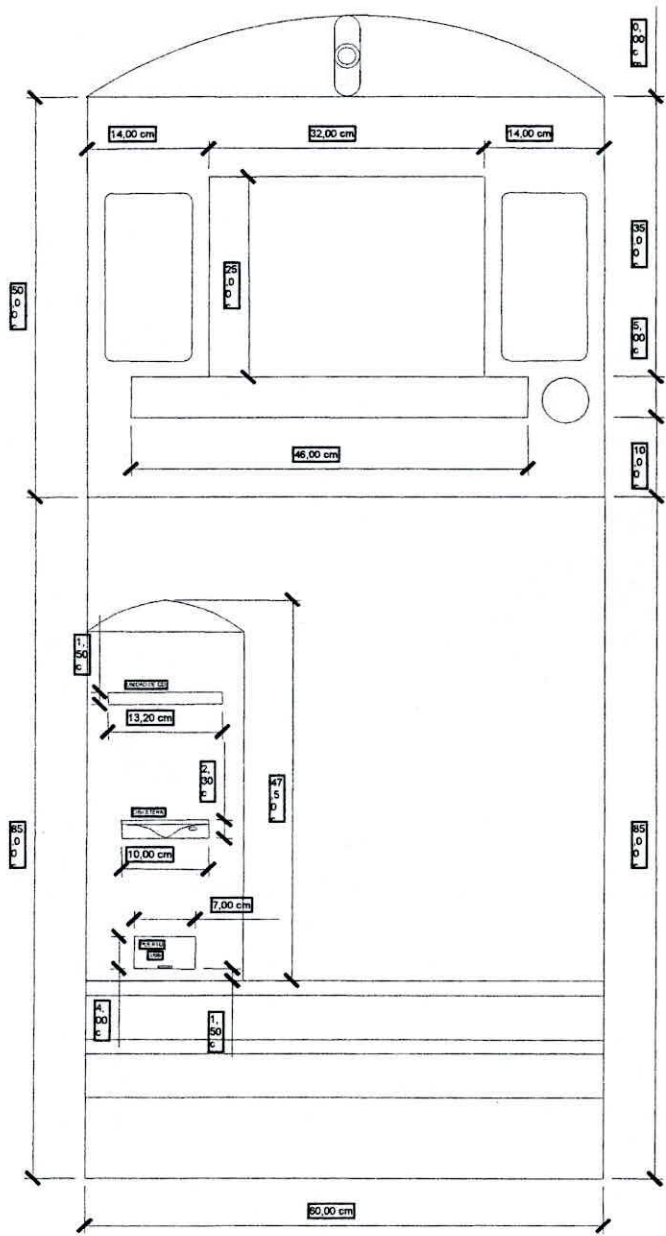


Figura 4.2

VISTA EN PERSPECTIVA

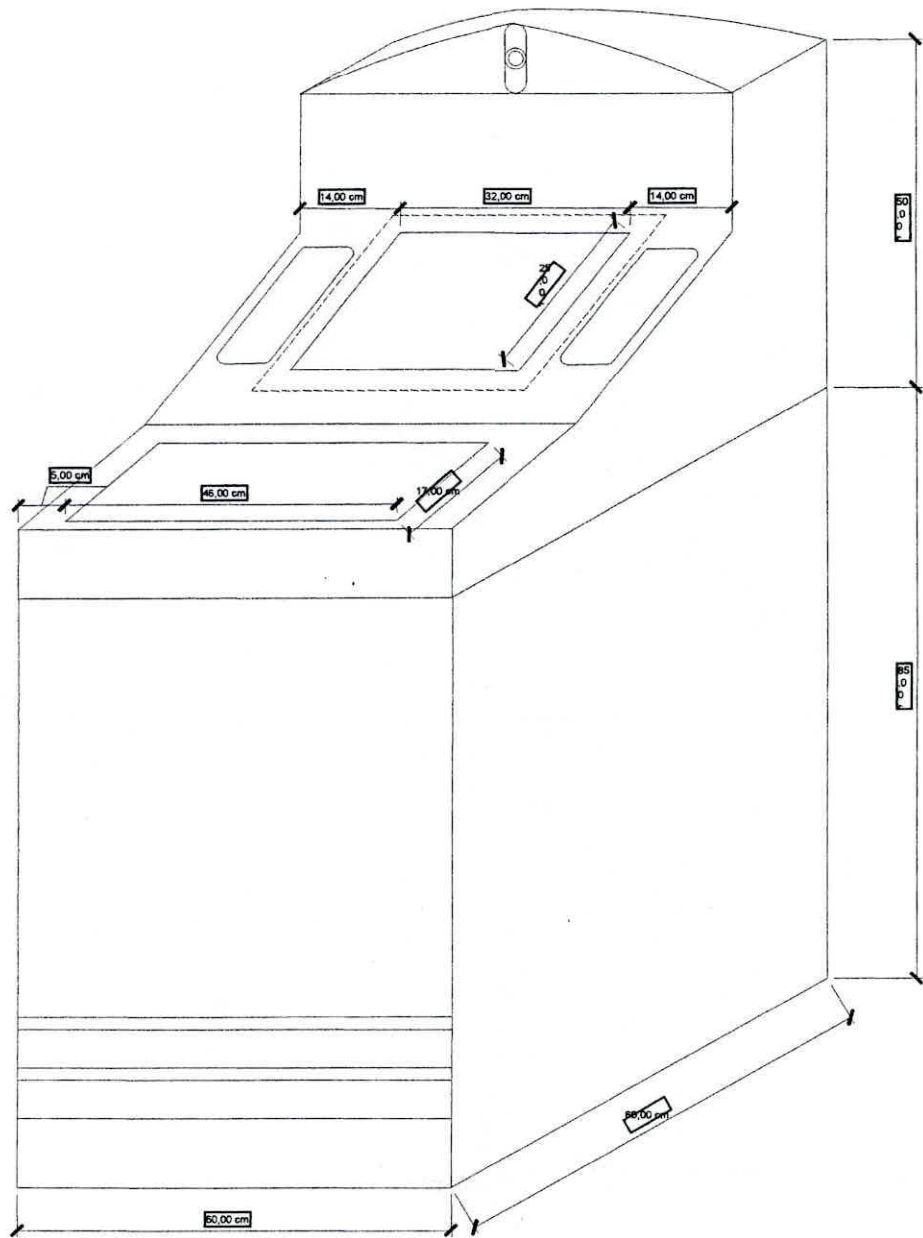


Figura 4.3

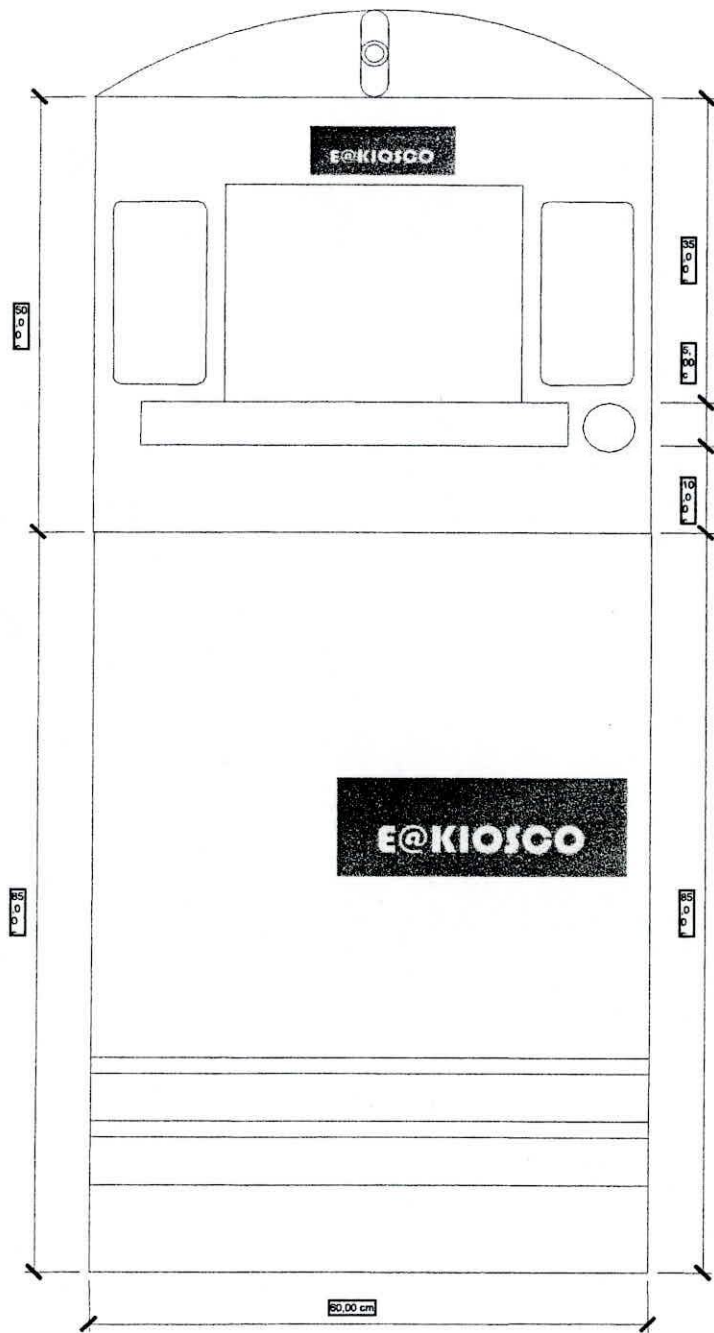


Figura 4.4



Su estructura interna es lo suficientemente fuerte para soportarlo y, contener los dispositivos requeridos. El espacio disponible requerido deberá considerar los accesorios: Videocámara, Impresora, Monitor 17" LCD, Plano, CRT o TouchScreen, CPU, Teclado, Pantalla antivandálica de 6mm de grosor, Elo de 15,1" de la serie secureTouch, a más de la Unidad de distribución interna de energía, donde se repartirá y se conectarán todos los dispositivos del e@kiosco. Detalles del equipo se aprecian en la figura 4.2

Es importante destacar que e@kiosco tendrá espacios publicitarios físicos en su parte externa, donde se usará pintura de color *Reflex Blue* y *Process Cyan*, en la versión del full color obligatoria de los colores distintivos de Pacifictel y/o de tipo cristal antivandálico iluminado, que además de proteger facilitaría el intercambio de la publicidad expuesta.

La ventilación interior es forzada, tendrá dos ventiladores de 25W y todas las piezas de unión están rematadas con juntas de estanqueidad lo que permite obtener protección total contra los diversos agentes atmosféricos. El Anclaje al suelo esta previsto mediante una pieza que una vez fijada al suelo permite la sujeción del Punto desde su interior.

Conexión Eléctrica

La figura 4.5 presenta el diagrama de conexión eléctrica de los equipos de hardware.

El suministro de energía será proporcionado por el lugar donde se encuentre el equipo. La conexión es a 110 V.

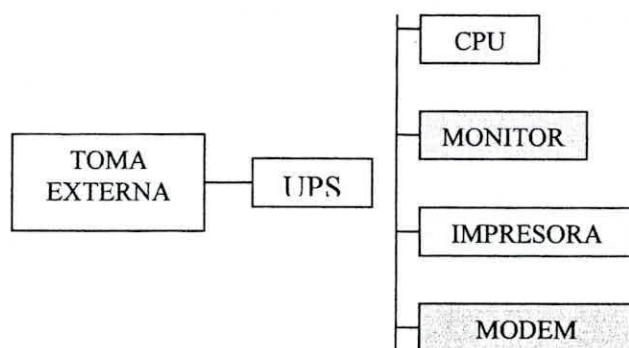


Figura 4.5



Unidad Externa Sensora.

A efecto de ofrecer un valor agregado en cuanto a publicidad y marketing, el equipo de mueble esta equipado con una unidad sensora que se activa al pasar con el paso de alguna persona. Esta activación consiste de luces que están ubicadas en la parte superior además de un parlante.

4.4.3 Software De e@kiosco s

El software a utilizar en los e@kioscos es **i-table-PBI Versión 4**, esto se determino luego del análisis de varios software según los criterios de selección establecido en el punto 4.2.1.

En los casos que los e@kioscos incluyan el servicio de telefonía pública, se requeriría adicionalmente dos nuevos software, uno para la administración o plataforma de gestión y el otro para la tasación y facturación. Como no son objeto de la evaluación de este proyecto se lo agrega como una información complementaria, pues en el mercado existen una gama de ofertas de este tipo de herramientas, ver ejemplo en Anexo C.

A continuación se describe las funcionalidades del software **i-table**.

I-TABLE

I-table – Public Browser Interface (PBI) es una solución completa, segura, confiable y altamente customizable de software para los terminales públicos de acceso a Internet.

Además los requerimientos mínimos en cuanto a Hardware que requiere i-table y que se detallan a continuación cumplen a cabalidad con lo previsto en el capítulo 4.

Requerimientos mínimos:

- Pentium III 500 MHz (recomendado 1 GHz)
- 128 MB de memoria RAM (256 Mb recomendado)
- Pantalla de resolución de 800 x 600 (recomendado 1024 x 768 o más),
- Plataforma Windows 98/ME/2000/XP (recomendado 2000/XP)



- Internet Explorer V.6
- Windows Messenger 5 – necesariamente debe estar instalado MSN Messenger
- Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), dependiendo de las aplicaciones que se deseen brindar en el servicio de e@kiosco.

Componentes

Existen cuatro componentes en el software de **i-table** estos son:

- **DesignerPro**: Programa principal de configuración en el cual se especifican centenares de ajustes, incluyendo la presentación del menú principal, aplicaciones disponibles, precios, avisos, etc.
- **ShellPro**: Software que funciona en los e@kioscos.
- **VisualDesigner**: Herramienta visual que permite de manera fácil, el diseño del menú principal mediante movimiento y rediseño de todos los objetos.
- **AccountPro** : Software utilizado para crear, poner al día y suprimir cuentas

Estos programas permiten escoger entre los diseños propios del software y sus propios diseños que puede crearlos a través de la herramienta Visual Designer. Visual Designer permite arrastrar objetos, alinearlos, cambiar su forma, etc. todo esto de una manera rápida y fácil consiguiendo los efectos que se desean.

DesignerPro:

Con DesignerPro, herramienta de la configuración del i-table, es posible ajustar “todo” en el menú principal incluyendo colores, fuentes, posiciones, y dimensiones. Además permite agregar y definir diferentes características como:

- Elección de color de fondo de pantalla para la PC
- Imágenes: posición, dimensión, y nombre del archivo
- Texto: posición, dimensión, texto en todas las idiomas disponibles, alineación (dejada, derecha o de centro), color del fondo (o sistema a transparente), nombre de la fuente, color de la fuente, tamaño de fuente, en negrilla, itálico, y/o subrayado
- Recuadros: la posición, dimensión, color, tamaño de la frontera y color, redondeó esquinas.



- Banderas HTML: diseño e iconos que apuntan a una dirección Web (vínculos) o a un archivo local. Esto permite también la publicidad de sitios propios como de terceros.
- La aplicación incluye también el cambio de iconos existentes o el diseño de nuevos iconos
- El software permite también tener el control completo de los sitios Web visitados por los usuarios, restringiéndose el acceso de algunos sitios. EL explorador de Internet está basado en el Internet Explorer de Microsoft con todas las características de su Web browser.
- Envío de video, fotos: customizables y con una variedad de plantillas (marcos, opciones de sonido, efectos, etc.)
- Postales.- envío de postales, con múltiples opciones de personalización.
- Utilización de MS Word, MS Excel, proveyendo de nuevas opciones y aplicaciones populares
- Correo electrónico. Asignación de user y password
- Para más control sobre el contenido de una página Web visitada, el i-table contiene una filtro dinámico llamado PureSight by Incógnito, un filtro dinámico basado en la tecnología ACR (Artificial Content Recognition) que permite "identificar" el contenido de un sitio Web.

Configurando I-Table

Una robustez del software i-table es precisamente el almacenamiento de la información referentes a cuentas, pagos, y usos en una base de datos central. Básicamente dos son los propósitos fundamentales de esto:

- Asegurar que solo los e@kioscos autorizados puedan almacenar la información en la base de datos central, y
- Mantener los registros de utilización de los e@kioscos y pagos, etc.

Identificación De Propietario ID.- Este es un número que le identifica únicamente en la base de datos como propietario del quiosco y se asigna cuando se realiza la compra de la primera licencia. Se utiliza normalmente la misma identificación como propietario para todos los e@kioscos asignados.



Validación.- Este número asegura de que usted sea el único que puede utilizar la identificación de propietario asignada. Este número es como una contraseña y se debe mantener secreto.

Identificación Del e@kiosco.- Este número es único para identificar a cada quiosco en la base de datos. El administrador de e@kioscos podrá asignar una identificación diferente para cada e@kiosco.

Tipos Principales De Conexión A Internet

La conexión se puede realizar básicamente de dos formas. A través de una red LAN, para nuestro caso el medio de acceso es ADSL y se configura una Red Lan Virtual entre los e@kioscos a administrar, y a través de dial up en caso de no estar disponible la red LAN. Esto con el objetivo de contar siempre con una conexión disponible. Estas prioridades son fácilmente configurables en el software, incluso se dispone de herramientas tales como tiempo de trabajo en los diferentes modos, estadísticas de rendimiento, etc.

Cuando se produce una desconexión de la red LAN se tiene:

Se encuentran disponibles en el directorio principal del i-table, dos archivos: Disconnected.htm y Disconnected.jpg., esto permitirá al usuario conocer que se ha producido una desconexión por pérdida de señal, tiempo expirado, etc.

Estas páginas Web cubrirán la pantalla. Anotando que se tomará 3 minutos para detectar una desconexión y 15 segundos para la reconexión.

Conexión por dial up.- Al usar una conexión del dial up, el i-table tomará el cuidado de conectar y de desconectar, dependiendo de los ajustes que se especifican.

Se puede también especificar una conexión secundaria. La conexión secundaria será utilizada siempre que la conexión primaria no pueda conectar. Si ambas conexiones fallan, el quiosco intentará alternarse entre las dos conexiones. Se puede elegir entre “tener el quiosco siempre conectado” o hacer que se “desconecte cuando no se encuentra en uso”. Si se desea que la computadora se desconecte cuando no está en uso, se debe especificar el número de minutos o tiempo ocioso antes de proceder con la desconexión.



Menù Principal:

En el menú principal existen muchos ajustes comunes, describimos a continuación los mismos:

- ❖ ID: se puede realizar ubicar tantos texto, imágenes, etc. que desee, pero cada una necesita una identificación dentro de su grupo.
- ❖ Display: es un ajuste común usado cuando para mostrar un recuadro, un botón o una bandera en una página. Cuando está comprobado el recuadro, el botón o la bandera permanecerá en encendido, y será exhibido en la página.
- ❖ Z-Orden: permite especificar que objeto esta sobre otro. Y el orden entre ellos.
- ❖ Posición: se utiliza al exhibir un recuadro, un botón, o una bandera en a la página. Cuando usted elige exhibir un recuadro, usted debe entonces establecer la "Posición" del mismo. Decidir en donde usted quisiera verlo en la página. Incorpore el número de píxeles y posición desde la parte izquierda de la pantalla (o de "0" píxeles), aumentando el número de píxeles los recuadros, botones, banderas se moverán a la derecha.
- ❖ Top: se utiliza para incorporar el número de píxeles para posicionar los recuadros, botones, banderas en la parte superior o inferior de la pantalla
- ❖ Anchura y altura: Ingresa en un número de píxeles la anchura e incorpora en un número la altura. Usted puede alterar las dimensiones en cualquier momento cambiando estas medidas.
- ❖ Color (recuadro o botón interno): Usted puede elegir cualquier color para el interior de cualquier recuadro, caja o botón.
- ❖ Color (Bordes): Usted puede elegir colores de la paleta o colores alternativos para los bordes de los recuadros, o botones.
- ❖ Tamaño y forma de los Bordes: Cambia el tamaño de los bordes para la caja o el botón. Mantenga presionado el cursor para aumentar o para disminuir el tamaño.
- ❖ Esquinas Redondeadas: El efecto de esquinas redondeadas se fija para recuadrados.
- ❖ Mouse over - Mouse Down: Permite elegir diferentes colores, cambio del fondo, de la fuente y/o de la frontera, para el cursor del Mouse. Con las flecha en los recuadros drop-down se realizarán los cambios.
- ❖ Deshabilitar: Usted puede también mostrar con un color diferente todas las opciones deshabilitadas.



Fondo

Permite que seleccione el Color (es el color usado por la pantalla entera a excepción de la barra de estado, la cuál tiene su propio color).

Imágenes

Las imágenes pueden agregarse al menú principal. Por ejemplo puede exhibir el logotipo de la empresa, imágenes de publicidad, etc. Todos los formatos gráficos importantes se apoyan incluyendo el png, bmp, el jpeg, el gif, el tiff, ico y otros. Para cada imagen, usted puede especificar si la imagen es transparente. Esto afecta solamente algunos de los formatos gráficos. Debiendo tener la consideración de ser lo suficientemente descriptivos para diferenciarlos de los recuadros.

Texto

Puede especificar el lenguaje, tipo, forma, nombre de la fuente, tamaño de la fuente, color, negritas, cursiva, subrayado, color del fondo, etc. Esto es para el texto de títulos e instrucciones principales.

Botones De Aplicación

Un total de 29 botones de aplicación están disponibles en el menú principal, incluyendo los 9 botones que corresponden a las aplicaciones incorporadas a esta versión de i-table, estos son: buscador en la Web, envío de correo, recepción d correo, MSN Messenger, envío de postales, envío de fotos, procesador de textos, y revisión rápida de hojas.

Usted pueden definir los botones que deben ser exhibidos y cómo operar. Usted podrá mejorar su tamaño, posición usando Visual Designer pero otras características se deben especificar en DesignerPro. La funcionalidad asociada a estos botones se define más a fondo en la sección del acceso.

Teclado

Usted decide si desea exhibir el teclado en la pantalla. Además de todos los ajustes como: despliegue, color, fuente, tamaño y atributos. Actualmente solo se dispone del teclado en versión inglés.



Menú Principal En HTML:

Usted puede elegir para cubrir el menú principal entero (excepto el área para la barra de estado) con una página Web “disponible” desde Internet o de un archivo local.

Esta página Web puede incluir tantos direccionamientos como usted desee. Los menús principales del HTML no deben ser páginas caseras existentes - deben ser diseñados específicamente para ese propósito. Si usted desea crear los acoplamientos que simularán seleccionar en los botones, utilice el URLs siguiente:

URL	Corresponding Button
HTTP:// followed by a URL	Web Browser button then navigates to the specified URL
FILE:// followed by a URL	Web Browser button then navigates to the specified URL
APP://WebBrowser	Web Browser button then navigates to the start page (only the first time it is clicked)
APP://ReceiveEmail/	Receive Email button
APP://SendEmail/	Send Email button
APP:// Messenger	Messenger button
APP:// VideoEmail	VideoEmail button
APP:// WordProcessor	Word Processor button
APP:// SpreadSheet	SpreadSheet button
APP:// PhotoStudio	PhotoStudio button
APP://OtherApplication1	Other Application 1 button
APP://OtherApplication20	Other Application 20 button

Si usted desea crear un link que invoque directamente a un “nuevo mensaje”, puede utilizar el prefijo “mailto”:

Si usted quisiera que este link incluyera una dirección de destino, utilice el prefijo `mailto:dest@server.com` donde dest@server.com representa el correo al cual el mensaje será enviado.



Si se desea que cualquiera de estos links sean gratis, agregue los caracteres siguientes delante de él: free -, el link estará libre de cobro, pero la página principal estará restringida por el servidor. Por ejemplo si el link en el menú principal es <http://www.microsoft.com/page1> entonces limitarán al usuario al URL dentro de <http://www.microsoft.com> tal como <http://www.microsoft.com/page2.htm>.

Si usted quisiera que la navegación ocurriera en un buscador Web especial que no tenga ningún botón, agregue el siguiente texto delante del URL (Ej. examen <http://www.test.com>).

Una página diferente se puede exhibir para cada idioma que esté disponible. Si la página Web se almacena en el Internet (URL de HTTP://) y usted está utilizando una conexión del dial up, entonces el quiosco necesitará estar conectado cuando el usuario presione cualquier botón del menú.

Con la conexión del dial up, se recomienda que usted almacene los sitios Web usados como menús principales (uno por lenguaje) en una impulsión local. Si usted utiliza Windows 2000 favorable o XP, éstos se pueden instalar en el Web server. Usando el documento Root de WWW - usted no tendrá que conceder el acceso a la impulsión de C. Usted puede hacer que estén más de un lenguaje disponible, pero siempre la página inglesa será utilizada como menú principal.

Usted puede también elegir exhibir los bordes y las barras de scroll.

Navegue Dentro De Menú Principal Basado Web Cuando el URL esté disponible, así se accionará la navegación, inclusive se puede configurar las banderas que se exhiben aquí.

El menú principal volverá a la página inicial después de cada usuario y después de 2 minutos de inactividad. Si usted quisiera que toda la navegación ocurriera siempre dentro de la exhibición principal del menú, compruebe la pantalla completa. En ese modo, restringen al usuario a la navegación dentro del menú principal. Esto está para el acceso libre solamente y no trabajará con acceso pagado.



Sign In Box:



Es la caja donde los usuarios pueden inscribir su código de acceso o usuario name / password. Identificación Del propietario: Si usted utiliza siempre la misma identificación de propietario, usted puede ser que desee ocultar ese campo en el menú principal para hacerlo más fácil para su cliente. Si usted utiliza esa opción, cerciórese de proveer solamente a sus usuarios la segunda y tercera porción de los códigos de acceso (la primera porción es la identificación del dueño). Cuando usted utiliza esta opción, un botón claro también será exhibido para permitir que el usuario despeje los campos del código de acceso.

Nombre Del Usuario: Compruebe este valor si usted desea Sign-In (nombre y contraseña del usuario) que estos campos de entrada sean visible.

Sign in button: Especifique las cualidades de los botones dentro de la muestra

Etiquetas De Anuncios De Precios.

Precios por minutos, precios por página, costo mínimo efectivo- tarjeta: Éstos son los componentes especiales del texto que incluyen las cantidades monetarias especificadas para el acceso. Aparecerá el valor tanto en números como en letras. En el caso de configurar más de una impresora, se debe tener en cuenta los valores a mostrar, si no se configuran valores, el precio de la impresora configurada como predeterminada será exhibido.

La Barra De Estado:

Es la porción de pantalla que siempre está visible. Incluye un reloj, una barra de la tarea (como la barra de la tarea de Windows), y el estado de cuánto time/dinero usted ha utilizado o está utilizando, y los botones del menú. Las cualidades de la fuente especificadas para la barra de estado serán utilizadas solamente para la barra de la tarea puesto que otros objetos exhibidos en la barra de estado tienen sus propias cualidades de fuente.

Componentes en la barra de estado:

- ❖ Botón Del Menú: Esto es un botón exhibido en la barra de estado cuando el usuario no está en el menú principal. El usuario puede regresar al menú principal con solo dar clic en este botón.



- ❖ **Sign Out Boton:** Esto es un botón exhibido en la barra de estado cuando se está utilizando el quiosco. El usuario da clic en este botón para terminar una sesión. En la mayoría de los casos usted debe hacer que este botón sea exhibido.
- ❖ **Reloj:** Exhibe el tiempo en el lado izquierdo de la barra de estado.
- ❖ **Tiempo:** Aquí es adonde se muestra el tiempo de utilización del servicio.
- ❖ **Lenguajes:** Exhibe un campo con una lista de los idiomas disponibles. Tiene la opción de exhibirlos de forma horizontal o vertical. Con tamaño específico para cada botón. El espaciamiento se aplica solamente a los botones. Seis idiomas son actualmente disponibles: Inglés, francés, español, alemán, portugués, e italiano. Usted también tiene la opción para agregar dos o más idiomas para las cuales usted proporcione el texto. Estos dos idiomas se guardarán en el registro de Windows. Para agregar el primer lenguaje "adicional"; corrija los archivos siguientes cambiando el texto inglés a lo que el otro texto usted desea exhibido y agrega el archivo al registro ejecutándolo (doble clic en el icono inicio en el explorador de Windows).
- ❖ **Seleccione la lengua deseada de la caja de la selección.** El lenguaje por default significa que el quiosco volverá a este lenguaje después de cada usuario.
- ❖ **Administración:** Seleccione el lenguaje en el cual usted desea realizar la administración. Esto no tiene que ser igual al idioma que viene por default. Los ficheros de diario (reportes diarios) serán generados usando este idioma.

Display. - Aplicaciones

Background: Usted puede fijar el color del fondo de las pantallas. Este color también será exhibido en el fondo de las aplicaciones de notificación y de confirmación como por ejemplo: al realizarse las preguntas: ¿Desea realmente salir?, Cuestiones como la forma de pago, etc.

Para el caso de los usos de video e-mail, postales y envío de fotos, estos no utilizan toda la pantalla, por lo que también se podrá seleccionar el color que desea aparezca en la pantalla restante.

Título: Para las siguientes tres aplicaciones: envío de video, postales y envío de fotos, se cuenta con un título principal en la parte superior. Este texto es igual al



que se especifica para el botón principal del menú, pero usted puede especificar una fuente diferente.

Texto: usted tiene que la capacidad de elegir entre una diversidad de tipos de fuente y sus cualidades asociadas para las diferentes aplicaciones. Pudiendo también seleccionar otro tipo de fuentes que sobresalgan en caso de requerirlos como por ejemplo, avisos de error, notificaciones, confirmaciones, etc.

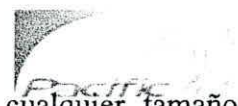
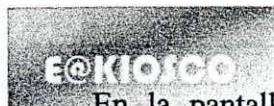
Botones: Se pueden modificar los botones de los iconos para aplicaciones que se deseen especificar, esto es en usos tales como impresión, búsqueda, grabación, etc.

Web Browser: Esta barra contiene la caja de la navegación del URL, (HTTP://), atrás, adelante, búsqueda etc. El hecho de no mostrar esta barra impediría que los usuarios naveguen con mayor rapidez y lo forzaría a utilizar el Mouse. Sin embargo también podrá hacer uso de teclas combinadas para este efecto y además podrá seleccionar el no exhibir los botones siguientes: Cíérrese, tamaño de fuente, búsqueda, hogar, y ventana nueva

Publicidad

Banners.- Usted puede especificar el tamaño y posición hasta de tres banners, el contenido de cada banners se puede almacenar en el Internet o en un dispositivo local. Cualquier cosa que se pueda exhibir en Internet Explorer de Microsoft se puede exhibir en estos banners. Por ejemplo si usted desea exhibir diversas imágenes usted puede construir un GIF animado. Si usted desea crear un enlace que invoque una nuevo mensaje de modo que el usuario pueda enviar un email, utilice el prefijo "mailto:". Si usted quisiera que este enlace incluyera una dirección de destinación, utilice el prefijo "mailto:dest@server.com"

Web Banners (lateral).- usted puede especificar un banner para que sea exhibida en la derecha de la pantalla durante todo el tiempo. Usted puede especificar la anchura del mismo.



En la pantalla, el “ahorrador” se puede configurar para cualquier tamaño y posición, y puede incluir una serie de páginas de BMP/JPEG, de AVI/MPEG, y del HTML.

Intervalo de no uso. Es posible también configurar los tiempos en que aparecerá un mensaje de aviso en caso de no utilización de la PC., así como el intervalo de tiempo en que se ocultará un artículo o archivo que esté en uso.

Usted puede construir una lista de las páginas de BMP/JPEG, de AVI/MPEG, y del HTML. Los archivos serán mostrados en una lista que puede ser construida por usted mismo. Con las características de añadir y de editar las propiedades de cada ítem de la lista.

Monitor secundario: Usted puede exhibir todos los artículos de publicidad en una pantalla secundaria. La exhibición en la pantalla secundaria es similar a la exhibición en el monitor primario pero este tamaño es completo. Si usted está utilizando los mismos artículos pero con diversas dimensiones entre las pantallas primarias y secundarias, cerciórese de que los mensajes de publicidad tengan la resolución correcta para el tamaño de la exhibición secundaria

Acceso

Existen ocho formas de ingreso por pago para la utilización de los e@kioscos, aunque en nuestro caso el modo de acceder a ellos es a través de la tarjeta de prepago, con un código de ingreso que puede ser leído a través de un lector de barras o digitando directamente el código en la pantalla del menú.

Acceso Gratis Con Contador de tiempo: A efectos de pruebas, se recomienda esta utilización, pues el i-table permite el acceso gratis pero se exhibe un contador de tiempo y el uso será terminado después de n minutos (n puede ser especificado por usted). Por ejemplo se puede configurar accesos libres en caso de promociones, para dar a conocer el producto, publicidad, etc. también se pueden configurar y mostrar los precios para otros servicios como impresora.



Acceso Gratis Sin Contador de tiempo: Este modo también permite que el usuario utilice el acceso gratis, pero sin ningún límite en cuanto al tiempo y número de páginas de imprimir. El contador de tiempo no se exhibe.

Minutos y páginas prepagados por adelantado: En este modo, el acceso al quiosco es a través de las cuentas creadas y controladas por la base de datos central (códigos de acceso o el usuario names/passwords). Esto significa que las cuentas se pueden utilizar en cualquier quiosco que pertenezca a la red.

Estas cuentas pueden ser creadas por el mismo quiosco cuando el usuario hace un pago, o pueden ser creadas por el propietario o administrador del e@kiosco. En este modo, acepta receptores de moneda, receptores de billete, y pagos mediante tarjeta de crédito.

El propietario del quiosco puede generar cuentas con un número fijos de minutos y distribuir estos imprimiendo los código de acceso en una tarjeta o codificando una tarjeta magnética. Las instrucciones para los códigos de acceso de impresión se encuentran disponibles en el mismo software. Si un usuario hace un pago sin estar ya en una sesión, se crea una cuenta y se comienza una sesión. Si un usuario hace un pago mientras se encuentra en una sesión, los minutos de la compra se agregan a la cuenta en uso (si un usuario primero hace un pago y lo especifica se utiliza una combinación del usuario name/password que existe en la base de datos entonces la cuenta existente es usada).

Cuando son creadas por el dueño del quiosco, las cuentas se pueden crear con una fecha de vencimiento, o un número de días antes de expirar de la primera vez que se utiliza (útil para los hoteles que desean crear una cuenta válida para un día). Las cuentas pueden ser creadas de modo que los minutos pueden ser reajustados a diario. Las cuentas pueden también ser creadas para agregar un número especificado de minutos diariamente.

Minutos prepagados por adelantado (impresión cargada como minutos): Este modo es similar el anterior excepto que las impresiones son cobradas como minutos, en vez de mantener un balance separado.



Cantidad Prepagada: Este modo es similar al anterior pero se diferencia en que el acceso es controlado por la cantidad de dinero pagada. Debe tenerse en cuenta que se pueden configurar diferentes precios para los diferentes servicios, por lo que en este caso se exhiben la cantidad de dinero ingresada y la que se ha utilizado.

Pago por Tiempo / Impresión usado (se muestran minutos / paginas).- En este modo, el usuario usa una tarjeta de crédito para comenzar una sesión, y con ello se especifica la cantidad. En este modo el número de los minutos usados y el número de las páginas impresas se exhiben pero no la cantidad.

Pago por Tiempo / Impresión usado (se muestran minutos / paginas / cantidad).- En este modo es igual anterior pero se muestra la cantidad usada de dinero.

Cyber Café.- En este modo el usuario podría ir hasta un cajero (administrador del ciber), y obtener un código de acceso o un nombre del usuario, entonces podrá ingresar en el e@kiosco. Aquí las ventanas que se exhiben muestran al usuario cuántos minutos/páginas fueron utilizados incluyendo una descripción de los impuestos. Un recibo puede también ser impreso en este modo.

Opciones:

Creación del nombre y de la contraseña del usuario: Usted puede elegir un método por el cual el usuario pueda crear un "User Name" y "Password" para volver a utilizar a cualquier hora su tiempo que le resta en sesión.

Acceso a Discos: Generalmente, en un sitio de Internet público, usted desea el acceso limitado al sistema, de modo que los clientes no traten de forzar al mismo. No se recomienda que usted permita el acceso a las impulsiones locales por ejemplo. Cerciórese de no permitir el acceso a otros dispositivos diferentes a CD's, a DVD's o a USB's (tmp) que no son físicamente accesibles al usuario. Esta selección afectará solamente los usos incorporados.



Precios E Impuestos.

Con este software usted puede definir el tipo de moneda a utilizar. Aparecerá el símbolo monetario. Al ingresar un nuevo usuario o al recargar el valor será incluido como parte de cada pago (efectivo o tarjeta de crédito) almacenándolo en la base de datos.

Decimales: Esto afecta solamente la exhibición, mientras que los cálculos se hacen siempre usando 4 decimales.

Precios Básicos.

Minutos De Tasación Básicos: usted debe especificar el precio por cada minuto de uso. Si usted especifica 0, después de dar clic en el botón de inicio, se podrá automáticamente empezar. Si se utiliza la base de datos, entonces un código de acceso incluso será generado. Este precio incluye todos los impuestos.

Páginas: El chequeo de disponibilidad de impresión está disponible. Se debe especificar el precio que usted desea aplicar por cada página impresa. En el caso de utilizar varias impresoras es posible especificar precios distintos para cada una.

La comprobación de la impresión no significa necesariamente que el usuario podrá imprimir, ya que debe además consultarse el saldo disponible del usuario.

Bonos por volumen:

Chequeo del número de bonos que se pueden ofertar.

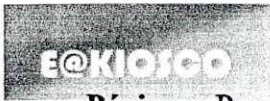
Ingreso de requisitos (por cantidad de dinero) para que el usuario obtenga su primer bono

Cantidad de bonos a ofrecer.

Especificar los pasos para acceder a los demás bonos.

Usos Libres

Minutes Libres: Especifique el número de los minutos para el uso libre para cualquier acoplamiento libre que usted ofrezca. Esto se puede utilizar para evitar que una persona use el quiosco por horas. Si usted no desea ofrecer ninguna hora libre, fije la cantidad a "0".



Páginas: Puede especificar el número de las páginas que se pueden imprimir en casa de uso libre. Si usted no desea ofrecer ninguna página libre que se imprimirán, fije la cantidad a "0".

Impuestos.

La información incorporada aquí se utiliza solamente para demostrar al usuario la porción de la cantidad pagada por concepto de impuestos.

Esta información se exhibe en la pantalla de la compra cuando se hace un pago (efectivo o tarjeta de crédito). Esta información también se incluye como parte del recibo. El impuesto asumido 1 se llama GST, la línea siguiente sería incluida en la forma de la compra y en el recibo: Incluye GST: \$1.23

Usted debe especificar el nombre de cada impuesto en cada uno de los idiomas que están a disposición los usuarios. Para cada impuesto, se debe también especificar si el impuesto se aplica por la compra de minutos, las páginas, o ambas usando los botones pequeños (reloj por minutos y página para imprimir).

Esto trabaja si los impuestos son porcentaje simple de la cantidad de la compra. Si sus impuestos son más complicados que estos, el programa tendrá que ser modificado para incluir una fórmula específica

Recibos impresos: cuando un usuario hace una compra, usted tiene la opción de enviar un recibo por al correo del usuario o de imprimir un recibo para ellos. Los botones disponibles para este fin son: E-mail, e Impresión:

El recibo también incluirá la identificación del pago generada por la base de datos y el código de acceso hacia los cuales el pago fue hecho. Esto puede ser especialmente útil en los casos donde el usuario necesita recordar el código de acceso para un uso futuro.

Con E-mail o Impresión el recibo proporcionará al usuario una manera de no perder de vista el código de acceso.



Web Browser (Buscador En La Web):

Página de Inicio: Éste es el Web site con que se iniciará el Web browser. Usted puede especificar una página diferente para cada clase de lenguaje.

Buscando páginas: Este es el sitio Web con el que empezará la búsqueda, con sólo dar clic en el botón Search (buscar), además puede especificar una página de búsqueda para cada lenguaje.

Limpieza de "Cache" e Historia después de cada usuario: Es posible chequear este valor si se desea que se realice la limpieza de "cache", mostrando además la historia después de cada usuario y eliminar las cookies.

Permiso para mecanografiar direcciones URLs: Usted puede bloquear o desbloquear el acceso a direcciones de tipo http://, para la navegación.

Teclado derecho activo: Para efecto de navegación, puede bloquear o desbloquear el teclado derecho, permitiendo mayor agilidad.

Modo Libre: Es posible configurar el browser de modo libre, así el usuario no tendrá que realizar un pago para su utilización, o en caso de encontrarse ya dentro de una sesión, el contador , de dinero o de minutos, parará mientras se encuentre en este modo.

Restricción de acceso a sitios específicos: Es posible especificar una lista de sitios con restricción en el acceso, de tal forma que un mensaje será visible en el momento en que el usuario ingrese la dirección a estos sitios.

Aplicaciones libres: Es posible realizar aplicaciones libres, esto quiere decir que no se requiere de realizar algún pago o si se encontrase dentro de una sesión el tiempo en curso se parará mientras dure esta aplicación.

Video Email: Descripción.

Dispositivo de video: Dispositivo utilizado por la PC para registrar el video.

Dispositivo de Audio: Dispositivo usado para registrar el audio.

Entrada de Audio: Todos los software que habilitan los dispositivos de audio y video serán localizados automáticamente, permitiendo elegir entre más de un dispositivo.

Volumen – Entrada y Salida de Audio: Permite probar la entrada y salida del volumen de audio, además ajustar este, en caso de requerirlo.

Longitud de Grabación: Es posible limitar la longitud de grabación, seleccionando el número de segundos. Esto puede requerirse en caso de minimizar el tamaño de los correos electrónicos así también como optimizar el uso de la PC en función de su velocidad de procesamiento. Por lo general más de 10 segundos pueden generar archivos de 500 KB. Usted puede también seleccionar entre dos tamaños video, 80x60 y 160x120. Si su cámara fotográfica no se encuentra entre estas opciones, el dispositivo seleccionará el tamaño más cercano.

Postales:

Dispositivo de video: - el dispositivo usado que será utilizado por la PC para tomar fotos que serán incluidas en las postal (es) que el usuario haya seleccionado.

Posición de las Postales: Puede cambiar la posición de las postales a ser utilizadas, las veces que el usuario desee, hasta quedar satisfecho.

Otras Aplicaciones:

Otras aplicaciones pueden ser un ejecutable (como Solitaire.exe), un Web site, o un Web site restringido. Si usted selecciona un ejecutable, entonces este ejecutable será comenzado cuando el usuario chasca encendido el botón correspondiente. Si usted especifica un Web site, entonces el Web browser será exhibido con el Web site especificado cuando el usuario chasca encendido el botón correspondiente. Si usted desea restringir al usuario a una lista especificada de URLs, elegir el sitio del Web restringió y crea la lista de URLs autorizado para ese botón. Usted puede utilizar comodines (*,*). Por ejemplo *microsoft.com * permitiría el acceso a cualquier sitio que incluyen la palabra Microsoft.

Localización: la localización del ejecutable (ejemplo c:\windows\solitaire.exe) o del URL (ejemplo www.cnn.com).

Configuración: Si usted selecciona un ejecutable, usted tiene la opción para especificar donde la configuración este usada en el registro. Por ejemplo, si usted hizo Microsoft Word disponible, usted podría incorporar \Software\Microsoft\Office bajo configuración. Asegure de incluir \ como el primer carácter.



Velocidad del contador:

La velocidad del contador de tiempo: esta característica permite que usted varíe la velocidad del contador de tiempo para cada aplicación específica. Es también posible variar la velocidad en cualquier URL particular (o Web site) visitado. El valor (1-999) representa el porcentaje de la velocidad normal. Por lo tanto un valor de 50 significa que el contador de tiempo funcionará en el 50% la velocidad regular con el efecto de cobrar la mitad del precio normal. Un valor de 200 aceleraría el contador de tiempo que hace un uso o un URL más costoso.

Lector de la tarjeta magnética: que usted necesita unir a un lector de la tarjeta magnética para aceptar tarjetas de crédito como método de pago. Especifique una pista del menú drop-down, si un lector de tarjetas está conectado. Siga la pista 1 y 2 de los medios si están disponibles en las tarjetas. Esto se debe seleccionar en la mayoría de los casos. Si usted está utilizando un lector que lee solamente la pista 1 entonces seleccione 1. Usted puede también tener que cambiar los ajustes de puerto. Estos valores son proporcionados generalmente por el fabricante del lector de tarjetas. El lector de la tarjeta magnética puede también ser utilizado para leer las tarjetas magnéticas en las cuales se almacenan los códigos de acceso.

Proceso de los pagos de la Tarjeta: Seleccione el "Off-Line" si las transacciones no se procesan en tiempo real. Especifique uno de dos métodos de proceso. Seleccione el menú drop-down para ir en línea y para elegir processing.net o I-Table.com.

La Cantidad Pre-Autorizo': Incorpore una cantidad mínima que sea aceptada como cantidad pre-autorizada.

Aceptación de tarjetas: Compruebe las tarjetas de crédito aceptadas en el quiosco. Si un usuario intenta utilizar un tipo de tarjeta no disponible en el quiosco, un mensaje será exhibido y la tarjeta no será aceptada.

El Info requerido: Nombre, calle #, y código postal - compruebe la información requerida para procesar la tarjeta de crédito. Requerirán al usuario especificar el nombre solamente si no podría ser leído en la tarjeta.

Mínimo: Puesto que hay a menudo honorarios de la administración asociados a pagos de tarjeta de crédito, especifique una cantidad mínima que sea exhibida en la página principal o ingrese "0".



Pagos Efectivos

Mínimo de los pagos del Efectivo: Incorpore una cantidad mínima necesitada para tener acceso al quiosco. La cantidad mínima será exhibida en el menú principal. Si usted no desea un mínimo exhibido incorpore "0".

Aplicuese al primer pago solamente: Compruebe este valor si usted quisiera que el mínimo se aplicara al primer pago solamente. Esto significa que si un usuario está utilizando ya el sistema entonces no se requerirá ningún pago mínimo posterior

Los Segundos libres Antes De Cerrar: Esto se aplica solamente a los pagos en efectivo. Cuando se hace un pago en efectivo, se exhibe una ventana. Especifica cuánto tiempo ShellPro debe esperar antes de cerrar esa ventana una vez que el pago mínimo se ha recibido.

Aceptadores: Usted puede unir dos aceptadores del efectivo a los puertos seriales (puertos de COM) o a los puertos del USB. Varios tipos de interfaz se soportan.

NOTA IMPORTANTE: Si usted tiene acceso LIBRE el aceptador de Billetes y de Moneda no trabaja.

Base De Datos

Ninguna Base de datos: Usted puede elegir no utilizar la base de datos. En ese caso, los pagos de los códigos de acceso y de tarjeta de crédito no pueden ser utilizados. Si usted está utilizando aceptadores de billete/moneda y usted no quisiera que los usuarios pudieran utilizar su saldo en una fecha futura entonces que ésta puede trabajar para usted. Usted también no dispondrá de la capacidad de realizar seguimientos de pagos y usos del Web site en línea. Usted tendrá que confiar en el archivo de bitácora diario para supervisar usos y pagos.

Base de default: Si usted elige utilizar la característica de la base de datos, usted puede utilizar la base de datos default en los sistemas de Moonrise o utilizar su propia base de datos.

Otra Base de datos: El servidor de la base de datos tiene que ser servidor de Microsoft SQL.



HTML Banners



Libres: Marque la opción "Free" para permitir que el banner se abra sin la necesidad del pago o paro del reloj.

Permita Solamente El Acceso A: Al usar banners, usted puede restringir al usuario y "Only allow access To" ciertos sitios que accedan a través del banner. Hacemos esto enumerando los sitios que el usuario se le permite para tener acceso.

Ventanas Especiales: para cada uno de estas 5 listas, usted puede especificar la clase de la ventana, el título de la ventana, o ambos. El título de la ventana será utilizado la mayoría del tiempo. Esta lista también apoya comodines (*,?). Por lo tanto si usted incorpora el título de la ventana "Open file*" entonces cualquier ventana que tenga un título con el cual el comienzo "Open file" será seleccionado.

Ventanas Prohibidas: para prevenir el acceso indeseado a la PC, usted puede prohibir ciertas ventanas o diálogos totalmente. Por ejemplo, usted puede bloquear diálogos tales como ` save As`. Usted puede también bloquear los diálogos que contienen el título ` file download ' para prevenir transferencias directas del Web browser. Especifique Windows que no debe ser permitido. Los que esta' insertados para usted le proporcionarán seguridad básica.

Ventanas cerrado en background: especifica las ventanas que deben ser cerradas al caer en el background, por ejemplo RealPlayer.

Ventanas a recibir enter: especifica las ventanas que reciben enter para ser activado. Éste debe ahorrar al usuario el apuro de tener que responder a los diálogos tales como los que esta' exhibidos cuando un error de la escritura se detecta en un página Web.

Ventanas nunca cerradas: especifica las ventanas que nunca deber ser cerradas. Esto puede ser útil si usted ejecuta programas tales como PC anywhere en el kiosco.

Ventanas ocultadas del Taskbar: algunas ventanas no son lanzado por el usuario y por lo tanto no se debe exhibir en el taskbar.

Contraseñas Del Administrador

Acceso Completo: Esta contraseña se utiliza para controlar el acceso a los recursos de la computadora. Por el defecto es fijada inicialmente al "admin". Esta



contraseña es utilizada por el administrador del quiosco para realizar tareas tales como reanudación en el modo seguro (modo usado para eliminar el acceso indeseado), reanudando al tablero del escritorio de Windows, y cancelando el ShellPro.

Contraseña Limitada: Esta contraseña permite el control limitado. Por ejemplo no permite reanudar, detener o Unregister. Por el defecto esta contraseña es fijada al "limited". Permite que cambiar el método del pago, fijando los niveles del volumen.

Cómo utilizar estas contraseñas: Escriba la contraseña mientras que ShellPro está funcionando. Usted no verá la contraseña en la pantalla mientras que usted la está escribiendo pero se capturan las teclas digitadas. Una vez que se haya escrito la contraseña, una ventana pequeña será exhibida que le da diversas opciones. Cerciórese de que usted utilice una contraseña que no pueda ser parte cualquier cosa que los usuarios escriban, por ejemplo "kiosco". Asegúrese de que la segunda contraseña o cualquier parte de ella no esté incluida en la primera (Ej. passw y \contraseña). Si la segunda contraseña se incluye en primera, la segunda también será detectada como primero. La contraseña puede solamente estar en minúsculas, mezcladas con números, no mayúscula y ningún carácter especial.

IMPORTANTE: Para tu password

- Use letras minúsculas solamente
- No use caracteres especiales
- Siempre comience con una letra.

Contraseña Windows NT/2000/XP

Si su están utilizando Windows NT/2000, los valores auto logon debe ser fijada antes de que usted resetear el quiosco en modo seguro. Esto permitirá que Windows recomience sin requerir una contraseña.

IMPORTANTE: En el modo seguro, Control-Alt-Del será deshabilitado. Se sugiere que usted prueba la conexión auto logon antes de reanudar en modo seguro. Fije la conexión auto logon para activar. Reanude la computadora. Si esta' correcta, la computadora mostrara el desktop sin pedir una clave de conexión. Si usted reanuda en modo seguro y su conexión auto logon no trabaja, usted debe de reinstalar Windows NT.



IMPORTANTE: Los ajustes y los valores del registro se almacenan en el registro de Windows en una sección específica de un usuario. Esto significa que usted debe utilizar la misma cuenta de Windows para ingresar sus ajustes a Designer Pro, para colocar y para ejecutar el ShellPro. Esta cuenta del usuario debe tener privilegios (administrativos) del administrador.

Volumen

Volumen Máximo: Utilice los trackbars para aumentar o para disminuir el volumen máximo del sonido. Un usuario puede levantar el volumen solamente a preestableció máximo.

Default: Utilice los trackbars para aumentar o para disminuir el volumen del default del sonido. El volumen será reajustado al valor del volumen default después de que cada usuario lo use.

Servidor SMTP

Esta información se utiliza siempre que ShellPro envíe email, incluyendo los ficheros de diario y los recibos.

Utilice esta dirección para los usuarios del quiosco: usted permite que los usuarios utilicen esta dirección como remitente para su correo personal.

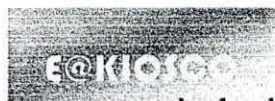
Servidor Primario SMTP: Usted debe especificar su servidor del SMTP (usado para enviar el correo). Su proveedor de Internet debe indicarle a usted esta información. Se utiliza el servidor primario SMTP al conectarse por una LAN. Usted puede también especificar un nombre y una contraseña del usuario para el servidor SMTP, pero solamente si es requerido por su proveedor de Internet.

Servidor secundario del SMTP: La mayoría de los servidores SMTP le dejan solamente tener acceso a su recurso si usted esta conectado al Internet por el proveedor que posee este servidor. Usted debe proporcionar un servidor secundario SMTP solamente si usted proporciona una conexión secundaria dial up.

Pie de mensaje: El texto incluido aquí será agregado en el final de cualquier mensaje del email enviado. Usted puede especificar el texto en cada lenguaje.

Timeouts:

Gratis: El número de segundos de la inactividad permitió durante un uso cuando el quiosco se utiliza gratis. Después de este número de segundos, se exhibe un



mensaje de alerta donde el usuario tiene la opción de parar el cierre de todas las aplicaciones.

No gratis: El número de segundos de la inactividad permitió durante un uso cuando el quiosco se utiliza para no gratis. Después de unos segundos, se exhibe un mensaje de alerta donde el usuario tiene la opción de parar el cierre de todas las aplicaciones.

Mensajes:

Configuran los mensajes que serán exhibidos al usuario, incluyendo advertencias sobre tiempo a la izquierda, pago requerido, el mensaje del comienzo para decir al usuario qué hacer después de un pago, y de fin.

Horario: Usted puede especificar los mensajes que serán exhibidos para advertir al usuario de cuántos minutos le restan por usar.

Mensaje requerido para pago: Usted puede especificar el mensaje que será exhibido para informar al usuario que un pago se requiere cuando se escoja una aplicación que requiera un pago (si un pago no se ha hecho).

Comienzo: El mensaje exhibió cuando se hace un pago y el quiosco está esperando que el usuario seleccione una aplicación.

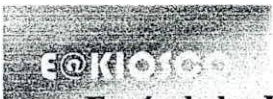
Fin: El mensaje exhibió cuando se termina el uso.

Supervisión.

Usted puede escoger que se le envíe un archivo de registro (log) vía e-mail, enviando aun servidor usando FTP, o ambos. Usted puede también elegir qué información usted quisiera incluir en este fichero log. Usted puede elegir cuando y que ha menudo estos ficheros log sean enviados. Si usted desea supervisar un quiosco más de cerca, usted puede seleccionar para recibir un fichero log cada hora.

Localización Del Fichero log: Especifique la trayectoria y el nombre del archivo donde el fichero log será almacenado antes de enviarlo vía e-mail. Observe que cuando un fichero log se envía este es borrado del quiosco y un nuevo es creado.

Tamaño máximo del fichero log: Especifique el tamaño máximo del archivo que puede ser enviado.



Envío de los Ficheros log: Especifique el tiempo en el cual el fichero log debe ser enviado. Usted puede también seleccionar para hacerlo que envíe cada tantas horas con la opción "and Every".

Envío del Fichero log Después De Cada Usuario: Escogiendo esta opción un fichero log será enviado después de cada usuario.

Envío del fichero log al reinicializar: Si usted escoge esta opción, un fichero log será enviado cada vez que se reinicie ShellPro.

Subject: Este texto aparecerá en el subject cuando son los ficheros log son enviado por e-mail. Utilice esto para conocer qué quiosco está enviando el fichero log.

E-mail de fichero log: Compruebe esta opción si usted quisiera que fuera el fichero log enviado por e-mail. Especifique las direcciones del e-mail a las cuales los ficheros log serán enviados.

FTP del fichero log: Compruebe esta opción si usted quisiera que el fichero log fuera enviado a un servidor usando el ftp. Especifique el nombre del servidor y la trayectoria a los cuales los ficheros log serán enviados. Esto trabaja solamente en modo seguro.

Las Actividades Registradas: Seleccione la información que quisiera incluir en el fichero log.

La supervisión remota: especifica el servidor que debe reportarse y la frecuencia en minutos (mínimo 5 minutos).

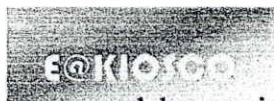
Dispositivo de monitoreo: éstos es los dispositivos apagarán la energía de la PC, si la PC no puede responder.

Mantenimiento

Tiempo: Especifique el tiempo en el cual el mantenimiento diario ocurrirá.

Descargue y ejecución de archivos: Un archivo que entonces será descargado es ejecutado. Esto se puede utilizar para varios propósitos pero el principal es la transferencia directa de un archivo self-extracting que ponga al día archivos en la PC. Usando un archivo zip permitirá que usted ponga al día cualquier número de archivos y los archivos serán ubicados en los directorios especificados al construir el archivo zip. Usted debe utilizar un archivo self-extracting que no genere ningún mensaje. La combinación de Winzip y Winzip-Extractor permite hacer esto.

Actualización del registro de Windows con el archivo siguiente: Porque no es posible poner al día un archivo mientras que está en uso, un procedimiento especial



se debe seguir para utilizar la transferencia directa y ejecutar el archivo para poner al día designerpro.exe.

Reinicio de la Computadora: Seleccione este valor si usted quisiera que la computadora fuera reanudada como parte del mantenimiento diario.

Frecuencia: Además de reanudar una vez al día, según lo demostrado en el "Time" usted puede hacer también reanudar el PC después de un número especificado de usuarios. Fije este valor a 0 para inhabilitar esta característica.

Modo seguro:

Cuando usted ejecute el programa por primera vez i-table, él estará en lo que llamamos modo No-Seguro. Esto significa que no todas las características de la seguridad están habilitadas. Por ejemplo las combinaciones de tecla como por ejemplo Control-Alt-Sup no serán deshabilitadas. Para asegurar completamente una PC, usted debe primero reanudar en modo seguro. Esto es hecha digitando la contraseña del Admin - para la versión de la evaluación la contraseña es admin. Usted no vera la contraseña en la pantalla mientras que la esta escribiendo pero se capturan las teclas presionadas. Una vez que se haya ingresado la contraseña, una ventana pequeña será exhibida que le da la opción al reboot en modo seguro. En modo seguro, el i-table carga automáticamente el programa y las teclas por ejemplo Control-Alt-Sup son deshabilitadas. Para volver al escritorio escriba la misma contraseña y selecciona reboot al escritorio.

Usando Visual Designer:

Visual Designer es una herramienta que permite diseñar el menú principal moviendo y organizando a todos los objetos fácilmente.

Teclas con las funciones especiales:

F1 – ayuda

F4 -cerrar

F5 -actualizar

F6 – intercambio entre ventana y la pantalla completa

F7 – punto de restauración

Selección del lenguaje

Control F1: inglés

Control F2: francés



Control F3: español

Control F4: alemán

Control F5: portugués

Control F6: italiano

Control F7: Otro 1

Control F8: Otros 2

Seleccionando Objetos: un objeto se selecciona cuando usted puede ver 8 puntos negros alrededor de él. Seleccionar un solo objeto, solo chasca encendido el objeto que se seleccionará. Si unos o más objetos fueron seleccionados ya, serán no seleccionados.

Resizing/Repositioning con el mouse: para mover un solo objeto, debe primero ser seleccionada. Una vez que se seleccione, oprima y arrastre el objeto a donde usted lo desea. Observe que incluso si usted tiene más de un objeto lo seleccionó moverá solamente el objeto que usted selecciono. Resizing/Repositioning con las teclas de flecha para mover los objetos seleccionados (uno o más), mantener la tecla Ctrl y utilizan las teclas de dirección. Si se selecciona más de un objeto, todos se mueven juntos.

Account Pro:

El i-table provee un sistema centralizado de cuentas. Esto significa que los usuarios pueden utilizar la misma cuenta en cualquiera de sus terminales.

¿Que es una cuenta?

Una cuenta es un registro en la base de datos con la información sobre un usuario. La información más importante sobre una cuenta es el balance. Dependiendo del modo en el cual usted utiliza i-table, el balance se puede almacenar como número de minutos o como cantidad de dinero. Un nombre y una contraseña del usuario se pueden asociarse a una cuenta. Por lo tanto hay dos maneras que una cuenta puede ser utilizada: introduciendo un código de acceso o incorporando un user name y password del usuario. Los códigos de acceso se pueden también almacenar en tarjetas magnéticas. Cuando el usuario pasa su tarjeta, el balance se recupera automáticamente del servidor de la base de datos.



¿Cómo son las cuentas las cuentas creadas?

Se pueden generar automáticamente en el Terminal cuando se hace un pago con tarjeta de crédito o en efectivo. Las cuentas se pueden también crear usando AccountPro - hasta 500 cuentas a la vez.

Qué tipos de cuenta se pueden crear con AccountPro?

El tipo de cuenta creado dependerá del modo del pago utilizado en sus e@kiosco s:

Minutos pagados por adelantado y páginas: para este modo, usted especifica el número de los minutos y de las páginas incluidos con la cuenta.

Minutos pagados por adelantado (impresión cargada como minutos): Este modo es similar al anterior excepto, que las impresiones se cobran como minutos en vez de mantener un balance separado. Por lo tanto usted especificaría solamente el número de minutos.

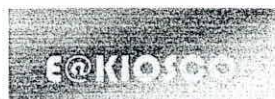
Cantidad Pagada por adelantado: En este modo, usted especificaría el balance como cantidad de dinero, en vez de un número de minutos. Por lo tanto usted dejaría el número de minutos y de páginas en cero.

Las cuentas pueden ser creadas para reajustar el balance a un número específico de minutos/páginas o a una cantidad de crédito diario.

Una cuenta se puede crear con una fecha de vencimiento específica o con un número de días para los cuales sea válida de la primera vez que se utiliza.

Ejemplos de las cuentas posibles con el i-table:

- 30 minutos por día por 30 días desde la primera vez que la cuenta se utiliza
- 200 minutos que se utilizarán en cualquier momento
- 1000 minutos que se utilizarán dentro de año
- Un acceso libre pero puede imprimir solamente 5 páginas al día
- Y cualquier combinación que usted pueda pensar



Restricciones de la versión DEMO

Las restricciones de la versión de prueba le ofrecen la funcionalidad completa de la versión licenciada a excepción de los siguientes puntos:

SHELLPRO

- En la versión de DEMO, siempre muestra en el menú principal un botón de registro. Este botón permite que los usuarios salirse del i-table, haciendo el terminal vulnerable.
- Cada pocos minutos aparece un mensaje que dice **"regístrese"** el cual se exhibe por 20 segundos. durante este tiempo el usuario No puede usar el software.
- La información escrita a la base de datos refleja siempre la identificación del dueño 000000 y la identificación del e@kiosco 00000158. Esto significa que usted no puede recuperar estadística significativa.

Visual Designer:

Nuevas posiciones y tamaños nos son grabadas, por lo tanto cuando usted restaura la pantalla usando F5 todo regresa a su posición original.

Accountpro

Las cuentas creadas estarán siempre con la identificación 000000 del dueño. Usted no puede cambiar la identificación del dueño.

Usted necesitará comprar una licencia para cada PC en a la cual usted desee instalar i-table.

Visual Designer y AccountPro requieren licencias separadas.



CAPITULO 5

PLAN DE MERCADEO

5.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.

El presente plan involucra diferentes áreas de la empresa en su parte operativa y administrativa, persigue obtener un posicionamiento del servicio de Internet en banda ancha como un nuevo servicio de navegación de alta velocidad, mejorar el flujo de caja de los comercializadores master al igual que garantizar nuevos líneas de negocio e ingresos para la empresa, mediante la definición de estrategias que permitan influir en la percepción del cliente sobre calidad del servicio de última tecnología, brindado en forma de ágil y confiable.

La idea Vendedora

“Ingrese al futuro con e@kioscos su solución en Internet”. El mundo de la información con velocidad, servicio y asesoría más cercano a usted.

5.2 ESTUDIO DE MERCADO

Identificación de las bases para segmentar el Mercado.

Nuestro país no es la excepción frente a la revolución de las telecomunicaciones, estas han tenido un rápido despliegue en nuestro medio acompañadas de una evolución cultural en diferentes sentidos, tanto hacia los compradores como a los oferentes de productos y servicios. El mercado meta del Ecuador representa un mercado pequeño frente a otros países a pesar de ello, es muy heterogéneo y se diferencia culturalmente por: su ubicación geográfica, demográfica, y conductual. Siendo esta última más significativa de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada, la tendencia es hacia la movilidad y los servicios de Internet están al alta en crecimiento. Con una fuerte oferta de Voz montada sobre IP para tráfico internacional a través de los ciber cafés y que hoy en día se encuentra regularizado.



El futuro y el progreso dependen cada vez más de la tecnología y de las leyes del libre mercado y contrariamente a lo que se piensa, el usuario que está bien informado y participa más en la vida política, cree más en el sistema político y en las instituciones que los que no están conectados, de ahí su importancia.

Perfiles De Los Segmentos Resultantes

Inicialmente nuestros clientes está domiciliado en la ciudad de Guayaquil, su edad está comprendida entre los segmentos de 12-19, 20-34, y 35-49 años, dos de cada tres son de genero masculino. La ocupación en la mayoría de los dos primeros segmentos son estudiantes y en el tercer segmento son profesionales, su nivel de instrucción va desde educación media parcial hasta grado universitario. El tipo de servicio potencial a ser utilizado es navegar en Internet, enviar y recibir correos electrónicos, comunicarse con otros mediante (dial-up). Voz sobre IP.

Aproximadamente las 2/3 partes de los usuarios se costean su acceso a la Red además de pagar el coste de usar la línea telefónica por lo que es conveniente realizar una diferenciación por precio. Conductualmente acceden al servicio en forma ocasional, tienen expectativas de calidad, servicio y economía, la situación del usuario potencial está dentro del usuario primerizo al usuario consuetudinario, la frecuencia de uso es ocasional a medio, en base a ello se realizará la proyección de la demanda y el análisis financiera, tomando también en consideración que este servicio no presenta lealtad y requiere un nivel de preparación por parte del usuario con conocimiento e interés sobre manejo de herramientas como correo electrónico y navegación de Internet.

Selección de los segmentos meta en base a la encuesta.

Se pretendió medir el segmento al que estamos dirigiéndonos para identificar el mercado meta a través de una encuesta realizada a personas con nivel socioeconómico medio, instrucción superior y usuarios del correo electrónico, por ser potenciales usuarios del servicio propuesto. Los resultados determinan que el sistema convencional de navegar desde el hogar en la modalidad dial up es costoso pues se debe pagar por el acceso a la red y el consumo telefónico, a eso se le suma, el problema más común con respecto al uso de Internet para los encuestados que es la velocidad para el 29% de ellos, y no les falta razón si hacemos caso de otras encuestas, que indican que el 25% del tiempo que dedicamos a navegar lo pasamos esperando que llegue la página seleccionada para poder leerla. El 53%



de los encuestados abandonaron un web cuando buscaban información de un producto simplemente porque el web era demasiado lento, y en segundo lugar porque encontró enlaces erróneos en las páginas.

El tiempo que el usuario dedica en su hogar para navegar en Internet es de un 33%, luego de esta preferencia esta indistintamente cualquier otro lugar con un 30% y un 20% en el lugar de trabajo. Respecto a las facilidades de los clientes para acceder los más apropiados considera que son: centros de estudio, centros de atención de Pacifictel, centros comerciales, otras tiendas y ferias. Por este orden, sus preferencias son las siguientes: juegos en línea, leer y consultar temas de estudio y noticias; chatear y enviar correos, comprar libros, entradas a espectáculos y discos pagados con tarjeta de crédito, realiza otros menesteres de su vida personal como pagos de servicios en línea y planificar las vacaciones o las salidas del fin de semana en menor porcentaje.

5.3 TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL.

Ecuador fue uno de los últimos países en América Latina en conectarse a Internet, y cuando lo hizo, fue gracias a iniciativas de la sociedad civil, luego comerciales, prácticamente sin apoyo del Estado. De acuerdo a las cifras oficiales existen registradas en el Plan Internet para todos el 73.5% cibernets, un 50% del universo de cibernets corresponde de distribución para la región. Los Cibernets cafés constituyen el medio más importante para acceder a Internet en Ecuador. A Junio de 2004 existen registrados un número de 1087 a nivel nacional

En el inicio se desea instalar los e@kioscos en los Locutorios de la provincia del Guayas optimizando la red de distribución existente para ir creciendo y extender los puntos de acceso fuera de nuestra red hacia otros sitios de concentración masiva como: Centros comerciales, Centros de atención al cliente, Tiendas por Departamentos, Centros de Estudios (Colegios fiscales, privados y Universidades), Centros artesanales y Cafeterías, Terminales terrestres y aéreos, etc. Basándose en la distribución que se plantea por provincias: Guayas (Daule, General Villamil, Guayaquil, La libertad, Milagro, Naranjal, Salinas, Santa Elena, El Empalme, Tenguel, Durán), Los Ríos (Juján, Babahoyo, Buena Fé, Mocache, Quevedo, Valencia, Ventanas, Vines), Galápagos (Puerto Baquerizo), El Oro (Arenillas, El Guabo, Huaquillas, Machala, Pasaje, Piñas, Portoviejo, Santa Rosa, Zaruma, Balsas, Puerto Bolívar, El Cambio, Unioro), Manabí (Calceta, Chone, El Carmen,



Jipijapa, Manta, Montecristi, Pedernales, Portoviejo, Puerto López, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tamarindo, Tarqui, Tosagua, Flavio Alfaro) Loja (Sacapalta, Chaguarpamba, Quilanga, San Pedro de la Alamor.

De igual forma para la etapa de madurez del producto se puede instalar a nivel regional en las diez provincias de la área de cobertura de Pacifictel, Centros Turísticos, Malecón 2000, Restaurantes, Hoteles, Agencias de Viajes, Ferias o eventos Artísticos, Deportivos, Certámenes, Instituciones Gubernamentales, Clubes, Gasolineras, Iglesias, Lobbys de los grandes edificios con alta nivel de concurrencia, Centros de diversión, Parques, Gimnasios, Hot pots, asegurando así que todas las personas tengan la posibilidad de contar con este servicio en cualquier momento y en cualquier lugar, sin necesidad de poseer un computador.

5.4 TAMAÑO DE MI MERCADO.

Actualmente Pacifictel cuenta con canales de distribución en la ciudad de Guayaquil correspondientes al 23% del mercado global. Los Canales directos de distribución son los CIAC de Puntilla, Durán, 25 de Julio, Garzota y Cisne, los mismos que son de alta concurrencia especialmente en diez de los treinta días del mes cuando se procede con la recaudación previo al proceso de corte del servicio telefónico. Para el 2005 se estima 1'200.000 visitas.

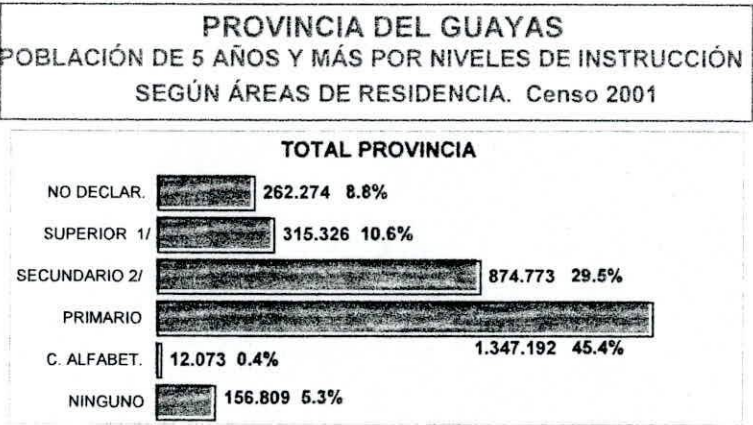
Los canales indirectos operativos existentes son 150 locutorios segmentados geográficamente en las ocho zonas en la ciudad de Guayaquil a través de los comercializadores master Aduatel, Anticorp, Asoprocatel, Casmone, Removisa, Servitecomp, excepto Asocapsur que no tiene presencia en la ciudad, los mismos que cuentan con un flujo de concurrencia significativo, a continuación serian los Centros Comerciales, Aeropuertos, Tiendas por Departamento, Centros de estudio.

Cada locutorio está autorizado a instalar un mínimo de cuatro cabinas hasta doce cabinas y posee un espacio útil dividido en tres áreas físicas que son área de atención, área de cabinas y área de espera. Como plan piloto para el inicio de este proyecto se planifica instalar cuatro e@kiosco en el área de espera, en los locutorios que cumplan con la ubicación geográfica de acuerdo con el mercado meta, tengan un mínimo de cinco cabinas, sólidas actitudes de compras o demanda del servicio según histórico de consumo de



locutorios, recursos económicos, ubicaciones por tamaño de zonas, y que cuenten con la disponibilidad técnica del enlace, en el análisis financiero se incluye a mas de Guayaquil, las localidades de la Península, Samborondón y Manta como primera ciudad de la región dada su importancia en población y potencial turístico.

Bajo una segmentación conductual² y tomando como referencia el VI censo de población y V de vivienda del año 2001, se cuenta con un potencial de clientes del 40.1% de la población en la provincia del Guayas, que corresponde al 10.6% con Instrucción Superior y 29.5% con instrucción media, de esta muestra aproximadamente el 90% está concentrado en zonas urbanas. Sin descuidar el segmento de los profesionales que son los que tienen mayor capacidad de compra de otros servicios, se plantea como mercado meta a los 265.501 habitantes en etapa de educación media, distribuido 166.761 en colegio fiscales y 98.740 en colegios particulares. En el caso de Manta no se cuenta con cifras exactas pero se mantiene la tendencia y es una de las ciudades con más baja tasa de analfabetismo y pobreza dentro de la provincia de Manabí.



Se espera realizar la instalación de e@kioscos haciendo segmentaciones más pequeñas del mercado a los que se pueda llegar de manera eficaz, adaptándonos a las necesidades singulares de las zonas seleccionadas. De

esta manera enfocar los servicios solo hacia los consumidores a los que mejor se puede satisfacer creando prácticas de uso de los e@kioscos como consultas del directorio telefónico para los mas jóvenes, compras mediante la adaptación de promociones según deseos de grupos de clientes locales, para los mayores facilitar los pagos de servicios básicos como la cuenta de teléfono, consulta de saldos de convenios, servicios adicionales, etc. Es así como se propone un plan inicial para las Zonas urbanas, y demás localidades como se detalla en el siguiente cuadro:

² Segmentación conductual divide a los compradores en grupos con bases en sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto. Muchos mercadólogos piensan que las variables conductuales son el mejor punto de partida para formar segmentos de mercado.-Marketing de Kotler&Armstrong octava edición, p213

MERCADO META PLAN PILOTO					
	LOCALIDAD	CENTRAL	ZONA	Año 1	Año2
1	GUAYAQUIL	Boyacá 1	Z1	12	4
2	GUAYAQUIL	Boyce 3	Z1	8	8
3	GUAYAQUIL	Norte 2	Z1	8	8
4	GUAYAQUIL	Terminal Terrestre	Z1	8	12
5	GUAYAQUIL	Bellavista	Z2	8	4
6	GUAYAQUIL	Urdesa	Z2	8	8
7	GUAYAQUIL	Duran	Z3	8	4
8	GUAYAQUIL	Primavera	Z3	8	8
9	GUAYAQUIL	Recreo1	Z3	4	4
10	GUAYAQUIL	Recreo2	Z3	4	8
11	GUAYAQUIL	Guasmo	Z4	12	8
12	GUAYAQUIL	Puerto Marítimo	Z4	8	8
13	GUAYAQUIL	Sur	Z4	12	8
14	GUAYAQUIL	Los Cisnes	Z5	12	12
15	GUAYAQUIL	Oeste 2	Z5	8	8
16	GUAYAQUIL	Oeste 3	Z5	12	8
17	GUAYAQUIL	Portete	Z5	8	12
18	GUAYAQUIL	Centro 3	Z6	8	8
19	GUAYAQUIL	F.Cordero 2	Z6	8	8
20	GUAYAQUIL	Alborada 1	Z7	16	8
21	GUAYAQUIL	Samanes	Z7	8	12
22	GUAYAQUIL	Guayacanes	Z7	8	8
23	GUAYAQUIL	Pascuales	Z7	12	8
24	GUAYAQUIL	Mapasingue	Z8	4	4
25	MANABÍ	Manta		4	12
26	MANABÍ	Manta		4	12
27	MANABÍ	Manta		4	12
28	PENINSULA	La Libertad		8	8
29	PENINSULA	Playas		8	4
30	PENINSULA	Salinas		8	4
31	PENINSULA	Santa Elena		8	8
32	SAMBORONDON	Samborondón		8	12
	TOTAL INSTALACIONES			264	260



Se adjunta mapa de Guayaquil por zonas de servicio en el Anexo A.

Este segmento es medible en su tamaño y poder de compra, es accesible pues se puede llegar a ellos con programas de marketing y atender estos segmentos de mercado. También sustancial pues representa un gran porcentaje de la población, además diferenciable ya que responde distinto el grupo de los jóvenes, con respecto al grupo de los mayores frente a promociones y programas de marketing. Todos sus resultados son susceptibles de ser procesados y ajustados en nuevos programas de acuerdo a las necesidades.

5.5 ESTRATEGIA DE PRECIO Y SU EVOLUCIÓN

Estrategia de Posicionamiento

El posicionamiento de e@kioscos se basa en promover el servicio de Internet no solo a los estudiantes a través del Plan Internet para Todos, sino también satisfaciendo las necesidades de los demás usuarios, esto es accesibilidad, disponibilidad y velocidad al mejor precio, brindar un servicio a la comunidad creando cultura de navegación en Internet y cumplir Pacifictel con los principios de universalidad accesibilidad y no discriminación, promoviendo este servicio.

Recordando que según la resolución 399-18-CONATEL-2002 del Consejo Nacional de Telecomunicaciones define en su artículo primero como Centros de Información y acceso a la red de Internet a aquellos que permiten a sus usuarios acceder a la red de Internet y a las aplicaciones de esta, mediante el uso de equipos de computación y servicios relacionados. A cambio de la exoneración del pago de certificado de registro de inscripción y renovación del permiso de funcionamiento permitiendo el uso en forma gratuita en el 40% de los equipos destinados, durante 4 horas al día (en horario de baja demanda) y un máximo de 30 minutos por usuario.

Por ser un producto nuevo, la tarea de posicionamiento de e@kiosco se basa en una campaña publicitaria que destaque el precio versus la velocidad de navegación. En la presentación de un único modelo de mueble, en su etapa de lanzamiento a través de las localidades seleccionadas, se debe remarcar como ventaja competitiva el ofrecer a los clientes accesibilidad, confiabilidad, seguridad en el servicio, además de reforzar la atención al cliente mediante el apoyo de un asesor que instruya el manejo del equipo,



asistencia técnica a través de una línea caliente sin costo que lo guíe en uso del servicio y la disponibilidad de las tarjetas en todos los locutorios operativos.

5.6 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Se estima la vida del proyecto de tres años, de los cuales esperamos que se estabilice a partir del sexto mes, decayendo luego de un año de producción estable y sostenible, para el efecto se ha considerado para la etapa de madurez, aplicar medidas compensatorias y reubicación de los equipos en base a la demanda del mercado.

Modificación a una ofensiva

Considerando el mercado competitivo y altamente dinámico, se desarrollará un esquema de respuesta a posibles ofensivas, apoyada en los medios de comunicación. Como respuesta frente a una amenaza o cambio de precios de la competencia se presentará en el tiempo de vida medio una serie de Concursos, Sorteos, y Premios.

Precio

El precio es único y tiene una baja elasticidad de demanda por el servicio. Sin embargo se debe considerar que actualmente existe un déficit de 7000 cabinas a nivel de la región, hay sostenibilidad en el tiempo.

5.7 TIPOS DE NEGOCIOS CON TERCERIZADORAS

El plan de mercadeo está orientado a la comercialización del nuevo servicio de e@kioscos a través de su red indirecta de distribución de los locutorios con el fin de cumplir las metas de expansión de los servicios provistos por Pacifitel. Utilizando estrategias básicas de marketing directo y relacional para la captación de clientes en los nuevos servicios.

El desarrollo del presente plan de mercadeo comprende un marco estratégico orientado a fortalecer la imagen corporativa al igual que alcanzar los objetivos definidos dentro del contexto del plan de negocios, buscando a su vez satisfacer la necesidad de nuestros clientes corporativos, clientes finales (usuarios de e@kioscos), así como lograr un crecimiento sostenible en el mediano y largo plazo permitiendo a la empresa alcanzar niveles de rentabilidad esperado.



Enfocando algunos atributos del nuevo servicio que nos permita diferenciarnos de la competencia, nos permitirán crear una ventaja competitiva, y si a estos aspectos particulares los dirigimos hacia el segmento de mercado meta, nos permitirá estar mejor preparados frente a nuevos entrantes recordando que este tipo de servicio tiene una baja fidelidad. Un apoyo importante es la economía de escala y productividad superior que daría a los comercializadores master pues con este nuevo servicio bajan sus costos fijos de la infraestructura ya montada en los locutorios.

El plan estratégico planteado va en concordancia con el plan de mercadeo tomando como variables: el precio, publicidad, potencial de ventas en base al histórico de producción de los locutorios, y la dinamización de los canales de distribución indirectos de la empresa que empujarán otros productos y servicios como tarjetas prepago, pago de servicio, y contratación de servicios adicionales que oferta Pacifictel entre otros.

Estrategias a realizar en la comercialización

Con el objetivo de generar un efecto diferenciador del servicio de e@kioscos frente a la competencia se requiere resaltar los factores claves de éxito y difundirlos mediante una campaña de marketing masivo, directo y diferenciado para el target correspondiente al mercado meta.

PERFIL COMPETITIVO

		E@KIOSCO		CIBERS	
FACTORES CLAVES	PESO	EVALUACION	CALIFICACION	EVALUACION	CALIFICACION
Competitividad de precio	15.00%	2	0.3	4	0.6
Participacion en el mercado	15.00%	2	0.3	3	0.45
Velocidad de navegacion	15.00%	4	0.6	2	0.3
Accesibilidad	10.00%	4	0.4	4	0.4
Lealtad del cliente	10.00%	2	0.2	2	0.2
Rentabil idad	10.00%	4	0.4	2	0.2
Tecnologia	10.00%	4	0.4	4	0.4
Diversificacion de servicios	5.00%	4	0.2	2	0.1
Facil Interaccion y manejo	5.00%	4	0.2	4	0.2
Versatilidad	5.00%	4	0.2	2	0.1
TOTAL	100.00%		3.2		2.95

- Para evaluación
- 1 Debilidad mayor
 - 2 Debilidad menor
 - 3 Fortaleza menor
 - 4 Fortaleza mayor



Producto

El e@kioscos es un servicio de navegación en Internet de última tecnología utilizando banda ancha con velocidad de 128k, su presentación es tipo e@kiosco, la forma del mueble es vertical con diseño funcional y colores vistosos acorde al manual de imagen de Pacifitel, incluye el logo de la empresa y el logo del servicio, de acuerdo al formato, color, tamaño, imagen, por la definición de marca y logo. Todos estos elementos se han considerado con el objetivo de definir un identificativo versus la competencia para que sea claramente identificable y recordables. Cuenta con un monitor de pantalla plana, un CPU, UPS, sensor de movimiento que activa mensaje publicitario.

Penetración de Mercado

El servicio de e@kioscos será ofertado en su etapa inicial en los locutorios de mayor concurrencia de acuerdo al histórico de la demanda en las localidades de Guayaquil, Península, Samborondón y Manta, con el desarrollo de combos promocionales a los clientes frecuentes del establecimiento para que conozcan el servicio y con ayuda personalizada. La iniciativa es conformar un paquete de combinaciones de servicios como:

- Demo de minutos gratuitos de navegación de Internet.
- Facilidades de pago de línea por transferencia bancaria y con pago desde una tarjeta de crédito
- Consultas de directorio, servicios adicionales activados.
- Inducción en el uso de los navegadores.
- Facilidad para crear una cuenta personalizada con identificación de acceso.
- Facilidad para recargar su cuenta en base a identificación y reconocimiento.
- Eficiencia en la recuperación del servicio.

Todas estas facilidades desarrollan una percepción positiva en el cliente sobre el servicio brindado por la empresa caracterizado por velocidad, utilización de tiempo más eficiente, servicio y asesoría por el mismo precio que la competencia.



5.8 POLÍTICAS DE SERVICIO

Servicio

Se desea vender servicios personalizados a los clientes, considerando la diferenciación en el marketing entre hombres y mujeres. A elección del cliente puede navegar en forma anónima o si prefiere puede registrarse la primera vez y navegar desde cualquier e@kioscos con la opción de recargar su cuenta, inclusive con pago desde una tarjeta de crédito. Para ello se puede crear pantallas de acceso de acuerdo a la identificación o reconocimiento del cliente mediante el software de gestión.

Para clientes frecuentes se puede promocionar tiempos extra en los horarios de menor demanda para crear cultura de utilización de servicios en horarios extendidos. Estos serán reconocidos y contactados mediante mensajes del administrador en donde se invite a navegar en páginas de preferencia.

Los e@kioscos serán presentados en forma parametrizable con configuración de pantallas similar a windows, su uso es amigable y cuentan con líneas de soporte de servicio al cliente, tiene doble sistema de seguridad con clave uno para el usuario y otro para administrador. Tiene acceso a las aplicaciones que se configuren como Office, juegos y buscadores de Internet que pueden entrar a navegar en sitios de preferencia o que se configuran con bloqueos de acceso a elegir.

El Servicio tiene dos variables Atención cara a cara con el cliente y procesos automáticos, que brinden garantía, asesoría, provisión en forma remota. La interacción del cliente es importante por lo que se debe mantener en su primera etapa el apoyo y asesoría al cliente en forma presencial y vía remota a través de la plataforma de gestión, línea caliente y soporte técnico los clientes corporativos y clientes finales.

En una segunda etapa cuando ya exista el conocimiento masivo del uso de e@kioscos se debe dar el soporte técnico en forma remota, manteniendo en mente la participación del cliente y el compromiso de asesoría, buscando minimizar los inconvenientes potenciales que cree vínculos con el cliente final (usuario) y fortalezca la relación de los clientes corporativos (comercializadores master) con la empresa.



En la etapa de madurez del servicio se debe considerar la demanda y desarrollar proyectos de reubicación y expansión con el apoyo de un grupo de técnicos para el efecto y un grupo de soporte con la aplicación escalable de administración remota.

Publicidad

El enfoque publicitario debe ser en inicio un marketing con comunicación masiva que permita llegar a los clientes actuales y/o potenciales con una imagen sólida de Pacifictel que respalde el nuevo servicio de e@kiosco. Actualmente la empresa ya cuenta con un plan de medios anual en radio, prensa y publicidad cooperativa.

Seguido de un marketing directo a través de volantes en las áreas de acción de cada establecimiento que ayuden a aumentar la participación del nuevo servicio y crear cultura de consumo con el apoyo de un marketing relacional para llevar el servicio más allá del criterio transaccional y vincularlo en lo emocional positivo con las facilidades de comunicarse con sus seres queridos que están en el exterior a través de video conferencias, chat, comunicación en línea. Este enfoque brinda niveles de satisfacción al usuario creando valor al servicio en comparación con los servicios brindados por la competencia, lo que garantizará crecimiento y presencia en el tiempo.

Comunicación y Plan de Medios.

Se establecerá canales de comunicación abiertos con la finalidad de influenciar en la decisión combinando información y recordación sobre las facilidades que brinda los servicios, acceso y lugares de disponibilidad, recalcando la diferenciación de la velocidad de acceso en la navegación de Internet y acceso a los demás servicios.

Los medios a utilizarse son:

Radios

Se utilizará los contratos y plan de medios existentes que mantiene Pacifictel con diferentes emisoras de la ciudad que transmiten cuñas comerciales que sirven para fortalecer los servicios brindados. Este medio de promoción tiene alcance masivo con cobertura regional.



Prensa

Para comunicaciones puntuales como soporte a la comercialización de e@kioscos se promocionará con alcance masivo a través de publicaciones en los principales diarios del medio priorizando los recursos por ser de alto costo.

Boletines De Prensa

Es un recurso eficiente, pues permite llegar a través de todos los medios y en el segmento de noticieros, no representa un costo para la empresa y tiene gran impacto en la audiencia pues incide como publicity positiva.

Boletines O Flyers

Permite informar los servicios y sus usos, se los entrega en los centros de atención al cliente a mas en utilizar como medio de reparto las distintas redes de comercializadores master, adjunto a la factura de servicios telefónicos.



CAPITULO 6

ANALISIS FINANCIERO

6.1 PRESUPUESTO

Los costos presupuestados se expresan en el estado de resultados proyectado que se adjunta en el cuadro en forma trimestral. En el se incluyen los gastos operativos en donde se desglosan los sueldos con sus beneficios sociales, alquiler, suministros de oficina, materiales de limpieza, servicios básicos, costos por enlaces, mantenimiento, reposición y gastos publicitarios. Adicionalmente se consideró los valores correspondientes a la amortización y depreciación de equipos, software, muebles e instalaciones. Este proyecto se financia en un 30% con capital de accionistas y el 70% con préstamo financiero, por lo que el análisis contiene los gastos por conceptos de intereses de dicho préstamo. Para una descripción detallada tenemos en el cuadro el desglose de los años 1, 2 y 3.

6.1.1 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A TRES AÑOS

El Estado de resultados proyectado para el primer año tiene su justificación en el detalle mensual y trimestral presentado en el mismo cuadro, donde se puede apreciar los movimientos del negocio desde el inicio durante el primer año donde está en la etapa de estabilización del proyecto.

Para el segundo y tercer año no se incluye el detalle de los movimientos mensuales pero por ser similares a los inherentes del negocio que se describieron en el primer año. Se realizaron los cálculos necesarios contemplando el plan de producción para este periodo de tiempo que corresponde a la etapa de madurez del proyecto.

El plan de producción muestra fielmente las necesidades de instalación de los e@kioscos mensuales durante los primeros tres años (36 meses).

Se adjunta el plan de producción a continuación del estado de resultados proyectado.

ESTADO RESULTADOS PROYECTADO

		Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS													
Ventas	17,532.10	24,207.76	34,356.16	50,419.12	55,374.56	84,928.16	104,515.37	112,229.26	128,925.07	151,635.56	165,211.02	196,702.31	234,445.07
Costos de Ventas	-	2,313.49	3,944.97	5,558.96	7,155.45	8,410.93	13,165.60	13,784.29	14,836.84	16,350.83	17,933.90	19,471.10	24,876.86
Emisión de Tarjetas	-	408.37	679.05	932.24	1,167.93	1,334.77	1,968.16	1,653.73	1,462.12	1,420.91	1,443.78	1,430.78	1,782.14
Conexión Telefonía por Internet	-	1,905.12	3,265.92	4,626.72	5,987.52	7,076.16	11,197.44	12,130.56	13,374.72	14,929.92	16,485.12	18,040.32	23,094.72
UTILIDAD BRUTA	17,532.10	21,894.27	30,411.19	44,860.16	48,219.11	75,517.23	91,349.77	98,444.96	114,088.24	135,484.72	147,277.11	177,231.21	209,568.21
GASTOS OPERATIVOS													
Sueldo	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
Aportes Patronal IESS 12.15%	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80	874.80
Cargas Sociales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decimo Cuarto	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34	237.34
Decimo Tercero	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Fondo Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquiler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros de Oficina	465.51	39.41	43.69	39.41	43.69	40.23	44.51	40.23	44.51	40.23	44.51	40.23	40.23
Materiales de limpieza	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60	14.60
Servicios Basicos	266.04	1,666.04	1,266.04	1,266.04	1,266.04	1,066.04	2,266.04	866.04	1,066.04	1,266.04	1,266.04	1,266.04	1,866.04
Enlace Internet	4,270.00	7,320.00	10,370.00	13,420.00	15,860.00	21,260.00	23,090.00	25,530.00	28,580.00	31,630.00	34,680.00	39,000.00	41,440.00
Mantenimiento de Kioskos	-	-	-	-	-	-	240.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
Materiales de Instalación de Kioskos	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00
Gastos de comisiones por venta	-	-	2,333.52	4,000.32	5,667.12	7,333.92	8,667.36	13,715.38	14,858.33	16,382.26	18,287.18	20,192.09	22,097.01
Gastos de publicidad	7,434.88	7,293.13	7,293.13	8,193.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13	7,293.13
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de diseño y remodelación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS BRUTOS	21,618.16	25,500.31	30,488.11	36,100.63	39,311.71	46,175.05	50,782.77	57,426.52	61,823.75	66,593.40	71,552.59	77,773.23	82,718.14
EBITDA	(4,086.06)	(3,606.04)	(76.93)	8,759.53	8,907.40	30,342.17	40,567.00	41,018.45	52,264.49	68,891.33	75,724.52	99,457.98	126,850.07
Razón del EBITDA	(4.29)	(5.07)	(395.32)	5.12	5.41	2.52	2.25	2.40	2.18	1.97	1.94	1.78	1.55
Amortización del Gasto de Instalación de Internet	-	20.42	35.00	43.58	64.17	75.83	95.28	104.03	115.69	130.28	144.86	159.44	175.00
Amortización Software	-	272.78	461.67	650.56	839.44	990.56	1,368.33	1,481.67	1,632.78	1,821.67	2,010.56	2,199.44	2,501.67
Depreciación Kiosko	-	547.57	938.69	1,329.81	1,720.93	2,033.82	2,816.06	3,050.73	3,363.63	3,754.75	4,145.87	4,536.99	5,162.78
Depreciación Mueble Kiosko	-	35.00	60.00	85.00	110.00	130.00	180.00	195.00	215.00	240.00	265.00	290.00	330.00
Total Gastos Operativos	21,618.16	26,376.08	31,983.47	38,215.58	42,046.25	49,405.25	55,242.45	62,257.94	67,150.84	72,540.09	78,118.87	84,959.10	90,887.58
UTILIDAD OPERATIVA	(4,086.06)	(4,481.80)	(1,572.28)	6,644.58	6,172.86	27,111.96	35,107.33	36,187.02	46,937.39	62,944.64	69,158.24	92,272.11	118,680.62
GASTOS FINANCIEROS													
Gasto de intereses en equipos	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de intereses en préstamos	1	-	1,850.00	1,755.68	1,660.42	1,564.21	1,467.04	1,368.89	1,269.76	1,169.64	1,068.52	966.39	759.05
Total Gastos Financieros	-	1,850.00	1,755.68	1,660.42	1,564.21	1,467.04	1,368.89	1,269.76	1,169.64	1,068.52	966.39	863.24	759.05
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	(4,086.06)	(6,331.80)	(3,327.96)	4,984.16	4,608.65	25,644.93	34,738.44	34,917.26	45,767.75	61,876.11	68,191.85	91,408.87	117,921.57
15% Trabajadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	(4,086.06)	(6,331.80)	(3,327.96)	4,984.16	4,608.65	25,644.93	34,738.44	34,917.26	45,767.75	61,876.11	68,191.85	91,408.87	117,921.57
25% Ingreso Renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	(4,086.06)	(6,331.80)	(3,327.96)	4,984.16	4,608.65	25,644.93	34,738.44	34,917.26	45,767.75	61,876.11	68,191.85	91,408.87	117,921.57
Utilidad anterior	-	(4,086.06)	(10,417.86)	(13,745.83)	(8,761.67)	(4,153.02)	21,491.91	56,230.34	91,147.60	136,915.35	198,791.47	266,983.32	358,392.19
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD RETENIDA	(4,086.06)	(10,417.86)	(13,745.83)	(8,761.67)	(4,153.02)	21,491.91	56,230.34	91,147.60	136,915.35	198,791.47	266,983.32	358,392.19	476,313.76



6.1.1 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A TRES AÑOS

	Años		
	1	2	3
INGRESOS			
Ventas	234.445,07	389.338,41	525.063,56
Costos de Ventas	24.876,86	50.276,31	75.991,70
Emission de Tarjetas	1.782,14	1.890,15	5.443,94
Conexión Telefonía por Internet	23.094,72	48.386,16	70.547,76
	-	-	-
UTILIDAD BRUTA	209.568,21	339.062,10	449.071,86
	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS			
Sueldo	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Aportes Patronal IESS 12.15%	874,80	874,80	874,80
Cargas Sociales	-	-	-
Decimo Cuarto	237,34	237,34	237,34
Decimo Tercero	600,00	600,00	600,00
Fondo Reserva	-	-	-
Alquiler	-	-	-
Suministros de Oficina	40,23	40,23	40,23
Materiales de limpieza	14,60	14,60	14,60
Servicios Basicos	1.866,04	1.866,04	1.866,04
Enlace Internet	41.440,00	77.386,43	91.002,50
Mantenimiento de Kioskos	800,00	800,00	800,00
Materiales de Instalacion de Kioskos	255,00	255,00	255,00
Gastos de comisiones por venta	22.097,01	59.266,65	86.411,67
Gastos de publicidad	7.293,13	7.293,13	7.293,13
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-
Gastos de diseño y remodelacion	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS BRUTOS	82.718,14	155.834,21	196.595,31
	-	-	-
EBITDA	126.850,07	183.227,89	252.476,55
Razón del EBITDA	1,65	1,85	1,78
	-	-	-
Amortizacion del Gasto de Instalacion de Internet	175,00	3.271,25	5.240,00
Amortizacion Software	2.501,67	45.190,48	70.690,48
Depreciacion Kiosko	5.162,78	96.684,73	155.821,99
Depreciacion Mueble Kiosko	330,00	5.967,86	9.342,86
Total Gastos Operativos	90.887,58	306.948,52	437.690,63
	-	-	-
UTILIDAD OPERATIVA	118.680,62	32.113,58	11.381,23
	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS			
Gasto de intereses en equipos	0	-	-
Gastos de intereses en prestamos	1	759,05	-
Total Gastos Financieros	759,05	-	-
	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-
	-	-	-
UAIT	476.313,76	616.693,59	379.001,72
15% Trabajadores	-	-	-
UAI	476.313,76	616.693,59	379.001,72
25% Impuesto Renta	-	-	-
UTILIDAD NETA	476.313,76	616.693,59	379.001,72
Utilidad anterior	-	476.313,76	1.093.007,35
Dividendos	-	-	-
UTILIDAD RETENIDA	476.313,76	1.093.007,35	1.472.009,07



6.1.2 PLAN DE PRODUCCION ANUAL

C.U.xK

PRONOSTICO DE USO Y VENTAS
Mensual

Mensual									Lecutorios		Otros								
Horas Laborables				12		Val x H Telf IP		6 dólar		50%	50%		1 228,39						
						Val x H Naveg		1,12 dólar			70%	30%							
Mes	Nro. Kioscos	Mes	Nro. K.	Total acum	%Utilizacion	H. x K. x día	H. x K. x mes	Horas Total	Ingresos Nav	Ingresos Nav	Ingresos Telef	%Tarj 2 dol	%Tarj 5 dol	%Tarj 10 dol	No Tarj2	No. Tarj5	No. Tarj10		
1	28	28	28	28	70%	8,4	252	7.056,0	3.951,4	2.766,0	6.350,4	100%	0%	0%	6.533,86	-	-		
2	20	48	48	48	70%	8,4	252	12.096,0	6.773,8	4.741,6	10.886,4	95%	5%	0%	10.640,85	224,02	-		
3	20	68	68	68	70%	8,4	252	17.136,0	9.596,2	6.717,3	15.422,4	90%	10%	0%	14.281,14	634,72	-		
4	20	88	88	88	70%	8,4	252	22.176,0	12.418,6	8.693,0	19.958,4	85%	15%	0%	17.454,73	1.232,10	-		
5	16	104	104	104	70%	8,4	252	26.208,0	14.676,5	10.273,5	23.587,2	80%	20%	0%	19.414,89	1.941,49	-		
6	40	144	144	144	80%	9,6	288	41.472,0	23.224,3	16.257,0	37.324,8	70%	30%	0%	26.882,15	4.608,37	-		
7	12	156	156	156	80%	9,6	288	44.928,0	25.159,7	17.611,8	40.435,2	40%	58%	2%	16.641,33	9.651,97	166,41		
8	16	172	172	172	80%	9,6	288	49.536,0	27.740,2	19.418,1	44.582,4	20%	75%	5%	9.174,07	13.761,10	458,70		
9	20	192	192	192	80%	9,6	288	55.296,0	30.965,8	21.676,0	49.766,4	10%	82%	8%	5.120,41	16.794,94	819,27		
10	20	212	212	212	80%	9,6	288	61.056,0	34.191,4	23.934,0	54.950,4	5%	85%	10%	2.826,89	19.222,87	1.130,76		
11	20	232	232	232	80%	9,6	288	66.816,0	37.417,0	26.191,9	60.134,4	0%	85%	15%	-	21.036,35	1.856,15		
12	32	264	264	264	90%	10,8	324	85.536,0	47.900,2	33.530,1	76.982,4	0%	80%	20%	-	25.346,03	3.168,25		
13	16	280	280	280	90%	10,8	324	90.720,0	50.803,2	35.562,2	81.648,0	0%	80%	20%	-	26.882,15	3.360,27		
14	20	300	300	300	90%	10,8	324	97.200,0	54.432,0	38.102,4	87.480,0	0%	80%	20%	-	28.802,30	3.600,29		
15	20	320	320	320	90%	10,8	324	103.680,0	58.060,8	40.642,6	93.312,0	0%	80%	20%	-	30.722,46	3.840,31		
16	20	340	340	340	90%	10,8	324	110.160,0	61.689,6	43.182,7	99.144,0	0%	80%	20%	-	32.642,61	4.080,33		
17	24	364	364	364	90%	10,8	324	117.936,0	66.044,2	46.230,9	106.142,4	0%	80%	20%	-	34.946,80	4.368,35		
18	24	388	388	388	95%	11,4	342	132.696,0	74.309,8	52.016,8	119.426,4	0%	80%	20%	-	39.320,48	4.915,06		
19	32	420	420	420	95%	11,4	342	143.640,0	80.438,4	56.306,9	129.276,0	0%	80%	20%	-	42.563,40	5.320,43		
20	20	440	440	440	95%	11,4	342	150.480,0	84.268,8	58.988,2	135.432,0	0%	80%	20%	-	44.590,23	5.573,78		
21	20	460	460	460	95%	11,4	342	157.320,0	88.099,2	61.669,4	141.588,0	0%	80%	20%	-	46.617,06	5.827,13		
22	20	480	480	480	95%	11,4	342	164.160,0	91.929,6	64.350,7	147.744,0	0%	80%	20%	-	48.643,89	6.080,49		
23	24	504	504	504	95%	11,4	342	172.368,0	96.526,1	67.568,3	155.131,2	0%	80%	20%	-	51.076,09	6.384,51		
24	20	524	524	524	95%	11,4	342	179.208,0	100.356,5	70.249,5	161.287,2	0%	80%	20%	-	53.102,91	6.637,66		
25	20	544	544	544	95%	11,4	342	186.048,0	104.186,9	72.930,8	167.443,2	0%	80%	20%	-	55.129,74	6.891,22		
26	20	564	564	564	95%	11,4	342	192.888,0	108.017,3	75.612,1	173.599,2	0%	80%	20%	-	57.156,57	7.144,57		
27	20	584	584	584	95%	11,4	342	199.728,0	111.847,7	78.293,4	179.755,2	0%	80%	20%	-	59.183,40	7.397,93		
28	20	604	604	604	95%	11,4	342	206.568,0	115.678,1	80.974,7	185.911,2	0%	80%	20%	-	61.210,23	7.651,28		
29	20	624	624	624	95%	11,4	342	213.408,0	119.508,5	83.655,9	192.067,2	0%	80%	20%	-	63.237,06	7.904,63		
30	20	644	644	644	95%	11,4	342	220.248,0	123.338,9	86.337,2	198.223,2	0%	80%	20%	-	65.263,89	8.157,99		
31	20	664	664	664	95%	11,4	342	227.088,0	127.169,3	89.018,5	204.379,2	0%	80%	20%	-	67.290,72	8.411,34		
32	20	684	684	684	95%	11,4	342	233.928,0	130.999,7	91.699,8	210.535,2	0%	80%	20%	-	69.317,54	8.664,69		
33	20	704	704	704	95%	11,4	342	240.768,0	134.830,1	94.381,1	216.691,2	0%	80%	20%	-	71.344,37	8.918,05		
34	20	724	724	724	95%	11,4	342	247.608,0	138.660,5	97.062,3	222.847,2	0%	80%	20%	-	73.371,20	9.171,40		
35	20	744	744	744	95%	11,4	342	254.448,0	142.490,9	99.743,6	229.003,2	0%	80%	20%	-	75.398,03	9.424,75		
36	20	764	764	764	95%	11,4	342	261.288,0	146.321,3	102.424,9	235.159,2	0%	80%	20%	-	77.424,86	9.678,11		
37	20	784	784	784	95%	11,4	342	268.128,0	150.151,7	105.106,2	241.315,2	0%	80%	20%	-	79.451,69	9.931,46		
38	20	804	804	804	95%	11,4	342	274.968,0	153.982,1	107.787,5	247.471,2	0%	80%	20%	-	81.478,52	10.184,81		
39	20	824	824	824	95%	11,4	342	281.808,0	157.812,5	110.468,7	253.627,2	0%	80%	20%	-	83.505,35	10.438,17		





6.2 FLUJO DE EFECTIVO

En el primer escenario planteado, es decir sin competencia, se consideró para el modelo de e@kioscos ingresos sólo por la navegación en Internet. Sin embargo, en situaciones de libre mercado, este escenario planteado no está acorde con la realidad, por lo que se consideró, una posibilidad del 60% de ingreso de la competencia, lo que mermaría los ingresos. Como medida compensatoria para equilibrar el negocio, se planteó un ingreso adicional por venta de publicidad que permitió inyectar liquidez en forma escalonada mes a mes dándonos un flujo de ingresos proyectados con cifras positivas que se muestran en el respectivo cuadro esquemático.

El mismo contempla los siguientes rubros por ingresos: ventas de tarjetas de 2, 5 y 10 dólares. Para el inicio del proyecto y con el objetivo de masificar su utilización se lanzan al mercado tarjetas de valores pequeños. Una vez que se crea cultura de utilización se fortalece el negocio con tarjetas de valores de 5 dólares con promociones de 30 minutos gratis, orientados a segmentos de horarios de atención de baja demanda. Para nuestros clientes asiduos se presentan promociones con el lanzamiento de la tarjeta de 10 dólares.

En cuanto a los espacios de venta de publicidad tenemos tres formas: publicidad física en la parte externa del e@kiosco, publicidad en las tarjetas prepagadas, y banners de publicidad en las pantallas de navegación.

Los rubros considerados por egresos son: Gastos administrativos que incluyen servicios básicos, sueldos y salarios e impuestos. Gastos operativos que son licencias de software, compra y mantenimiento de hardware y software. Gastos de publicidad que incluye plan de medios y folletos. Gastos financieros que corresponden a plan de pagos de capital e intereses.

El análisis de flujo de efectivo nos permite medir la liquidez y tomar medidas compensatorias durante el seguimiento y evaluación financiera del proyecto.

FLUJO DE EFECTIVO

FLUJO DE EFECTIVO			0	1	2	3	4	
Meses	Val. U.	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad
			264.285,71		230.590,89		189.650,70	
							122.221,31	
								85.335,63
Saldo Inicial								
CAPITAL			185.000,00					
Prestamo Bancario			79.285,71					
Aporte de Socios								
			19.635,95	14.044,98	29.144,82	47.135,34	52.685,43	
INGRESOS								
VENTAS			-	-	13.067,71	22.401,79	31.735,87	
Ingresos por Ventas			-	-	13.067,71	22.401,79	31.735,87	
Kioscos			-	-	-	-	-	
Software			-	-	-	-	-	
Tarjetas 2 dólares			-	6.534	13.067,71	10.641	21.281,70	14.281
Tarjetas 5 dólares			-	-	-	224	1.120,09	635
Tarjetas 8 dólares			-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares			-	-	-	-	-	-
Costos de Ventas			-	-	-	71.534	-	-
Emision de Tarjetas			0	-	-	-	-	-
Conexión Telefonía por Internet			0,03	-	-	-	-	-
ALQUILER			-	-	-	-	-	-
Kioscos			-	-	-	-	-	-
Software			19.635,95	14.044,98	16.077,11	24.733,54	20.649,56	
PUBLICIDAD			15.680,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	8.960,00	
Fisica			20	63,50	2.844,98	90,72	4.877,11	136,06
Virtual CPM (Costo por mil)			3	20	63,50	20	16	11.989,56
Tarjetas			70	32,31	2.533,46	-	5.608,24	-
EGRESOS			53.330,77	74.985,18	76.574,21	84.021,02	89.180,25	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			6.824,77	9.940,77	9.492,77	9.492,77	9.492,77	
Servicios Basicos			297,97	1.865,97	1.417,97	1.417,97	1.417,97	
Teléfono (básico Cat C.)			9,144	1	9,14	1	9,14	1
Teléfono (min)			0,02	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320
Agua (m3)			0,8	10	8,00	10	8,00	10
Luz (Kw)			0,09	250	22,50	250	22,50	250
Internet (hora)			1	-	-	-	-	-
Guardiania			200	1	200,00	1	200,00	1
Renta			400	4	1.400,00	3	1.000,00	3
Alicuotas			45	-	-	-	-	-
Sueldos y Salarios			6.526,80	8.074,80	8.074,80	8.074,80	8.074,80	
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco			600	1	543,90	1	543,90	1
Supervisor Comercial Clas Kiosco			500	1	453,25	1	453,25	1
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco			600	1	543,90	1	543,90	1
Supervisor Servicio Tecnico Kiosco			500	1	453,25	1	453,25	1
Instaladores			400	5	1.813,00	5	1.813,00	5
Asistentes			200	9	1.631,70	9	1.631,70	9
Operadores			400	3	1.087,80	3	1.087,80	3
Adm de Base de Datos y Plataformas			800	-	-	-	-	-
Aporte Personal IESS 9.35%			21	21	673,20	21	673,20	21
Aporte Patronal IESS 12.15%			21	21	874,80	21	874,80	21
Decimos			-	-	-	-	-	-
Gastos de comisiones tarjeta credito			-	-	-	-	-	-
Impuestos			-	-	-	-	-	-
Retencion en la Fuente 1%			-	-	-	-	-	-
Iva Cobrado			-	-	-	-	-	-
Iva Retenido			-	-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS			38.178,94	45.594,43	47.831,46	54.070,27	60.237,50	
Software			10.998,40	7.616,00	7.616,00	7.616,00	6.092,80	
Compra			10.998,40	7.616,00	7.616,00	7.616,00	6.092,80	
Administracion Kiosco			300	1	-	-	-	-
Cliente Kiosco y licencias Windows			340	28	10.662,40	20	7.616,00	16
Desarrollo			300	-	-	-	-	-
Mantenimiento			0	1	-	1	-	1
Equipos			17.211,30	22.231,88	19.415,54	19.415,54	16.997,58	

COMERCIO

Pacific

FLUJO DE EFECTIVO

Meses	Val. U.	Cantidad	0	Valor	Cantidad	1	Valor	Cantidad	2	Valor	Cantidad	3	Valor	Cantidad	4	Valor	Cantidad
Saldo Inicial				264.285,71			230.590,89			169.650,70			122.221,31			85.335,63	
Compra	704,02	28		12.221,70	20		8.729,79	20		8.729,79	20		8.729,79	16		6.983,83	40
Pago deuda anterior							9.856,21			7.040,15			7.040,15			7.040,15	
Fabricacion Kiosco	150	28		4.704,00	20		3.360,00	20		3.360,00	20		3.360,00	16		2.688,00	40
Mantenimiento	20			-			-			-			-			-	
Material de Instalacion				285,60			285,60			285,60			285,60			285,60	
Internet	E.Dedic	E.Local		7.528,40			10.158,40			13.574,40			16.990,40			19.331,20	
Banda Ancha (mes)	135	152,5	28	4.782,40	20		8.198,40	20		11.614,40	20		15.030,40	16		17.763,20	40
Instalaciones	58,33333333	87,5	28	2.744,00	20		1.960,00	20		1.960,00	20		1.960,00	16		1.568,00	40
Gastos de Ventas				1.905,12			5.527,94			8.960,24			9.987,84			17.750,84	
Costo Emision de Tarjetas	0,07			-	32.315		2.262,02			-			-	71.533,72		5.007,36	
Conexion Telefonía por Internet	0,03			1.905,12			3.265,92			4.626,72			5.987,52			7.076,16	
Gastos de comisiones por venta				-	20%		-			2.333,52			4.000,32			5.667,12	
Otros				537,72			60,49			85,28			60,49			85,28	
Suministros de Oficina				521,37	-		44,14	-		48,93	-		44,14	-		48,93	-
Materiales de limpieza				16,35	-		16,35	-		16,35	-		16,35	-		16,35	-
Gastos de diseño y remodelacion				-			-			-			-			-	
GASTOS PUBLICIDAD				8.327,06			8.168,30			8.168,30			9.176,30			8.168,30	
Folleteria				874,88			873,13			873,13			873,13			873,13	
Biplicos / Tripticos	0,0525	250		13,13	250		13,13	250		13,13	250		13,13	250		13,13	250
Cartas Personalizadas	0,0857	8.333		714,17	8.333		714,17	8.333		714,17	8.333		714,17	8.333		714,17	8.333
Volantes (Flyers)	0,0175	8.333		145,83	8.333		145,83	8.333		145,83	8.333		145,83	8.333		145,83	8.333
Pancartas	0	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-	-
Stickers	0	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-	-
Tarjetas de Presentación	0,00175	1.000		1,75	-		-	-		-	-		-	-		-	-
Revistas				-	-		-	-		-	-		-	-		-	-
Vistazo	0	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-	-
PCWorld	0	-		-	-		-	-		-	-		-	-		-	-
Prensa				900,00			900,00			900,00			900,00			900,00	
El Universo	300	3		900,00	3		900,00	3		900,00	3		900,00	3		900,00	3
Radio				2.100,00			3.360,00			3.360,00			3.360,00			3.360,00	
Alfa Super Stereo	10,5	200		2.100,00	200		2.100,00	200		2.100,00	200		2.100,00	200		2.100,00	200
Frecuencia Mil	10,5	-		-	120		1.260,00	120		1.260,00	120		1.260,00	120		1.260,00	120
Radio fuego	0	-		-	600		-	-		-	-		-	-		-	-
Television				2.160,00			2.160,00			2.160,00			2.160,00			2.160,00	
Canal Uno	80	12		960,00	12		960,00	12		960,00	12		960,00	12		960,00	12
Ecuavisa	100	12		1.200,00	12		1.200,00	12		1.200,00	12		1.200,00	12		1.200,00	12
Internet				500,00			-			-			-			-	
Home Page	300	1		300,00			-			-			-			-	
Marketing x Email	0,01	20.000		200,00			-			-			-			-	
Web CORPECE	0	1		-			-			-			-			-	
Web INFORMANTE	0	1		-			-			-			-			-	
Web otros	0	1		-			-			-			-			-	
Materiales Publicitarios				900,00			-			-			900,00			-	
Lápices	0,15	500		75,00			-			-	500		75,00			-	
Plumas	0,2	500		100,00			-			-	500		100,00			-	
Gorras	5	50		250,00			-			-	50		250,00			-	
Camisetas	7	50		350,00			-			-	50		350,00			-	
Liaveros	0,5	250		125,00			-			-	250		125,00			-	
GASTOS FINANCIEROS				-			11.281,68			11.281,68			11.281,68			11.281,68	
Gasto de intereses en equipos				-			-			-			-			-	
Gastos de intereses en prestamos				-			1.850,00			1.756,68			1.860,42			1.584,21	
Cuota Capital Prestamo				-			9.431,68			9.526,00			9.621,26			9.717,47	
Otros Gastos																	
Saldo Final				230.590,89			169.650,70			122.221,31			85.335,63			48.840,80	



FLUJO DE EFECTIVO

	Meses 5		6		7		8	
	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad
Saldo Inicial	48.840,80		17.427,73		1.794,18		8.831,08	
CAPITAL								
Prestamo Bancario								
Aporte de Socios								
INGRESOS	87.652,28		88.788,28		119.296,28		135.862,07	
VENTAS	41.069,95		48.537,22		76.806,14		83.208,66	
Ingresos por Ventas	41.069,95		48.537,22		76.806,14		83.208,66	
Kioscos	-		-		-		-	
Software	-		-		-		-	
Tarjetas 2 dólares	34.909,46	19.415	38.829,77	26.882	53.764,30	16.641	33.282,66	
Tarjetas 5 dólares	8.160,49	1.941	9.707,44	4.808	23.041,84	9.652	48.259,86	
Tarjetas 8 dólares	-	-	-	-	-	-	-	
Tarjetas 10 dólares	-	-	-	-	-	166	1.684,13	
Costos de Ventas	-		-		-		-	
Emisión de Tarjetas	-	72.588	-	-	-	-	-	
Conexión Telefonía por Internet	-	-	-	-	-	-	-	
ALQUILER	-		-		-		-	
Kioscos	-		-		-		-	
Software	-		-		-		-	
PUBLICIDAD	46.582,32		40.251,07		42.490,11		52.855,41	
Física	22.400,00	12	6.720,00	16	8.960,00	20	11.200,00	
Virtual CPM (Costo por mil)	24.182,32	163,30	27.840,15	254,02	33.530,11	353,81	41.455,41	
Tarjetas	-	72,59	5.690,92	-	-	-	-	
EGRESOS	119.065,34		104.421,84		112.259,36		125.893,43	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	9.268,77		10.612,77		9.244,77		16.099,89	
Servicios Basicos	1.193,97		2.537,97		969,97		1.193,97	
Teléfono (básico Cat C.)	9,14	1	9,14	1	9,14	1	9,14	
Teléfono (min)	26,40	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320	26,40	
Agua (m3)	8,00	10	8,00	10	8,00	10	8,00	
Luz (Kw)	22,50	250	22,50	250	22,50	250	22,50	
Internet (hora)	-	-	-	-	-	-	-	
Guardiania	200,00	1	200,00	1	200,00	1	200,00	
Renta	800,00	5	2.000,00	2	800,00	2	800,00	
Alicuotas	-	-	-	-	-	-	-	
Sueldos y Salarios	8.074,80		8.074,80		8.074,80		8.074,80	
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco	543,90	1	543,90	1	543,90	1	543,90	
Supervisor Comercial Ctas Kiosco	453,25	1	453,25	1	453,25	1	453,25	
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco	543,90	1	543,90	1	543,90	1	543,90	
Supervisor Servicio Tecnico Kiosco	453,25	1	453,25	1	453,25	1	453,25	
Instaladores	1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00	
Asistentes	1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70	
Operadores	1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80	
Adm de Base de Datos y Plataformas	-	-	-	-	-	-	-	
Aporte Personal IESS 9.35%	673,20	21	673,20	21	673,20	21	673,20	
Aporte Patronal IESS 12.15%	874,80	21	874,80	21	874,80	21	874,80	
Decimos	-	-	-	-	-	-	-	
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-	-	-	-	-	
Impuestos	-		-		200,00		6.831,12	
Retencion en la Fuente 1%	-	-	-	-	-	-	-	
Iva Cobrado	-	-	-	-	200,00	-	6.831,12	
Iva Retenido	-	-	-	-	-	-	-	
GASTOS OPERATIVOS	90.346,59		74.359,09		83.564,81		90.343,58	
Software	15.232,00		4.569,60		6.092,80		7.816,00	
Compra	15.232,00		4.569,60		6.092,80		7.816,00	
Administracion Kiosco	-	-	-	-	-	-	-	
Cliente Kiosco y licencias Winc	15.232,00	12	4.569,60	16	6.092,80	20	7.816,00	
Desarrollo	-	-	-	-	-	-	-	
Mantenimiento	-	1	-	1	-	1	-	
Equipos	30.097,29		21.888,57		15.077,52		18.903,51	



FLUJO DE EFECTIVO

Meses	5	6	7	8
	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad
Saldo Inicial	48.840,80		17.427,73	
Compra	17.459,57	12	6.863,83	20
Pago deuda anterior	5.632,12		4.224,09	
Fabricacion Kiosco	6.720,00	12	2.016,00	16
Mantenimiento	-	12	268,80	40
Material de Instalacion	285,60		285,60	
Internet	26.424,53		27.038,80	
Banda Ancha (mes)	23.811,20	12	25.860,80	16
Instalaciones	2.613,33	12	1.176,00	16
Gastos de Ventas	18.531,36	-	20.797,92	-
Costo Emision de Tarjetas	-		5.081,17	
Conexión Telefonía por Internet	11.197,44		12.130,56	
Gastos de comisiones por venta	7.333,92		8.667,36	
Otros	61,41		66,20	
Suministros de Oficina	45,06	-	49,85	-
Materiales de limpieza	16,35	-	16,35	-
Gastos de diseño y remodelacion	-	-	-	-
GASTOS PUBLICIDAD	8.168,30		8.168,30	
Folleteria	873,13		873,13	
Bípticos / Trípticos	13,13	250	13,13	250
Cartas Personalizadas	714,17	8.333	714,17	8.333
Volantes (Flyers)	145,83	8.333	145,83	8.333
Pancartas	-	-	-	-
Stickers	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación	-	-	-	-
Revistas	-	-	-	-
Vistazo	-	-	-	-
PCWorld	-	-	-	-
Prensa	900,00		900,00	
El Universo	900,00	3	900,00	3
Radio	3.360,00		3.360,00	
Alfa Super Stereo	2.100,00	200	2.100,00	200
Frecuencia Mil	1.260,00	120	1.260,00	120
Radio fuego	-	-	-	-
Television	2.160,00		2.160,00	
Canal Uno	960,00	12	960,00	12
Ecuavisa	1.200,00	12	1.200,00	12
Internet	-	-	-	-
Home Page	-	-	-	-
Marketing x Email	-	-	-	-
Web CORPECE	-	-	-	-
Web INFORMANTE	-	-	-	-
Web otros	-	-	-	-
Materiales Publicitarios	-	-	-	-
Lápices	-	-	-	-
Plumas	-	-	-	-
Gorras	-	-	-	-
Camisetas	-	-	-	-
Llaveros	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	11.281,88		11.281,88	
Gasto de intereses en equipos	-	-	-	-
Gastos de intereses en prestamos	1.487,04		1.368,88	
Cuota Capital Prestamo	9.814,84		9.912,79	
Otros Gastos				
Saldo Final	17.427,73		1.794,18	

FLUJO DE EFECTIVO

	Meses		9		10		11		12
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	
Saldo Inicial		18.799,71		43.174,36		68.627,14		109.026,27	
CAPITAL									
Prestamo Bancario									
Aporte de Socios									
INGRESOS		159.388,30		174.368,82		209.639,07		227.909,04	
VENTAS		91.740,87		102.408,19		113.075,71		123.743,23	
Ingresos por Ventas		91.740,87		102.408,19		113.075,71		123.743,23	
Kioscos		-		-		-		-	
Software		-		-		-		-	
Tarjetas 2 dólares	9.174	18.348,13	5.120	10.240,82	2.827	5.653,79	-	-	
Tarjetas 5 dólares	13.761	68.805,50	16.795	83.974,72	19.223	96.114,36	21.036	105.181,75	
Tarjetas 8 dólares		-		-		-		-	
Tarjetas 10 dólares	459	4.587,03	819	8.192,66	1.131	11.307,57	1.856	18.561,48	
Costos de Ventas		-		-		-		-	
Emision de Tarjetas	74.587	-	-	-	-	-	97.208	-	
Conexión Telefonía por Internet		-		-		-		-	
ALQUILER		-		-		-		-	
Kioscos		-		-		-		-	
Software		-		-		-		-	
PUBLICIDAD		67.647,83		71.960,63		96.593,35		104.185,81	
Fisica	20	11.200,00	20	11.200,00	32	17.920,00	16	8.960,00	
Virtual CPM (Costo por mil)	408,24	50.599,99	453,60	60.760,63	798,34	78.643,35	399,17	87.584,72	
Tarjetas	74,59	5.847,64	-	-	-	-	97,21	7.621,09	
EGRESOS		135.013,66		148.916,04		169.239,94		165.413,81	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		17.321,75		19.122,12		20.920,06		23.119,75	
Servicios Basicos		1.417,97		1.417,97		1.417,97		2.089,97	
Teléfono (básico Cat C.)	1	9,14	1	9,14	1	9,14	1	9,14	
Teléfono (min)	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320	26,40	
Agua (m3)	10	8,00	10	8,00	10	8,00	10	8,00	
Luz (Kw)	250	22,50	250	22,50	250	22,50	250	22,50	
Internet (hora)	-	-	-	-	-	-	-	-	
Guardiania	1	200,00	1	200,00	1	200,00	1	200,00	
Renta	3	1.000,00	3	1.000,00	3	1.000,00	4	1.600,00	
Alicuotas	-	-	-	-	-	-	-	-	
Sueldos y Salarios		8.074,80		8.074,80		8.074,80		8.074,80	
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco	1	543,90	1	543,90	1	543,90	1	543,90	
Supervisor Comercial Ctas Kiosco	1	453,25	1	453,25	1	453,25	1	453,25	
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco	1	543,90	1	543,90	1	543,90	1	543,90	
Supervisor Servicio Tecnico Kiosco	1	453,25	1	453,25	1	453,25	1	453,25	
Instaladores	5	1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00	
Asistentes	9	1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70	
Operadores	3	1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80	
Adm de Base de Datos y Plataformas	-	-	-	-	-	-	-	-	
Aporte Personal IESS 9.35%	21	673,20	21	673,20	21	673,20	21	673,20	
Aporte Patronal IESS 12.15%	21	874,80	21	874,80	21	874,80	21	874,80	
Decimos	-	-	-	-	-	-	-	-	
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-	-	-	-	-	-	
Impuestos		7.828,98		9.629,35		11.427,29		12.954,98	
Retencion en la Fuente 1%	-	-	-	-	-	-	-	-	
Iva Cobrado	-	7.828,98	-	9.629,35	-	11.427,29	-	12.954,98	
Iva Retenido	-	-	-	-	-	-	-	-	
GASTOS OPERATIVOS		98.241,83		110.343,95		128.869,90		122.844,08	
Software		7.616,00		7.616,00		12.185,60		6.092,80	
Compra		7.616,00		7.616,00		12.185,60		6.092,80	
Administracion Kiosco	-	-	-	-	-	-	-	-	
Cliente Kiosco y licencias Winc	20	7.616,00	20	7.616,00	32	12.185,60	16	6.092,80	
Desarrollo	-	-	-	-	-	-	-	-	
Mantenimiento	1	-	1	-	1	-	1	-	
Equipos		20.311,54		20.311,54		27.565,41		22.117,67	



FLUJO DE EFECTIVO

Meses	9		10		11		12	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Saldo Inicial		18.799,71		43.174,36		68.627,14		109.026,27
Compra	20	8.729,79	20	8.729,79	32	13.967,66	16	6.983,83
Pago deuda anterior		7.040,15		7.040,15		7.040,15		11.264,24
Fabricacion Kiosco	20	3.360,00	20	3.360,00	32	5.376,00	16	2.688,00
Mantenimiento	40	896,00	40	896,00	40	896,00	40	896,00
Material de Instalacion		285,60		285,60		285,60		285,60
Internet		-		-		-		-
Banda Ancha (mes)	20	37.385,60	20	40.801,60		45.770,67		47.980,80
Instalaciones	20	35.425,60	20	38.841,60	32	43.680,00	16	46.412,80
Gastos de Ventas	-	1.960,00	-	1.960,00	32	2.090,67	16	1.588,00
Costo Emision de Tarjetas		32.867,38	74.587,30	41.548,61	-	43.286,61	-	48.591,41
Conexión Telefonía por Internet		-		5.221,11		-		-
Gastos de comisiones por venta		16.485,12		18.040,32		23.094,72		24.494,40
Otros		16.382,26		18.287,18		20.192,09		22.097,01
Suministros de Oficina	-	61,41	-	66,20	-	61,41	-	61,41
Materiales de limpieza	-	45,06	-	49,85	-	45,06	-	45,06
Gastos de diseño y remodelacion	-	16,35	-	16,35	-	16,35	-	16,35
		-		-		-		-
GASTOS PUBLICIDAD		8.168,30		8.168,30		8.168,30		8.168,30
Folleteria		873,13		873,13		873,13		873,13
Biplicos / Tripticos	250	13,13	250	13,13	250	13,13	250	13,13
Cartas Personalizadas	8.333	714,17	8.333	714,17	8.333	714,17	8.333	714,17
Volantes (Flyers)	8.333	145,83	8.333	145,83	8.333	145,83	8.333	145,83
Pancartas	-	-	-	-	-	-	-	-
Stickers	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación	-	-	-	-	-	-	-	-
Revistas	-	-	-	-	-	-	-	-
Vistazo	-	-	-	-	-	-	-	-
PCWorld	-	-	-	-	-	-	-	-
Prensa		900,00		900,00		900,00		900,00
El Universo	3	900,00	3	900,00	3	900,00	3	900,00
Radio		3.360,00		3.360,00		3.360,00		3.360,00
Alfa Super Stereo	200	2.100,00	200	2.100,00	200	2.100,00	200	2.100,00
Frecuencia Mil	120	1.260,00	120	1.260,00	120	1.260,00	120	1.260,00
Radio fuego		-		-		-		-
Television		2.180,00		2.180,00		2.180,00		2.180,00
Canal Uno	12	960,00	12	960,00	12	960,00	12	960,00
Ecuavisa	12	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00
Internet		-		-		-		-
Home Page		-		-		-		-
Marketing x Email		-		-		-		-
Web CORPECE		-		-		-		-
Web INFORMANTE		-		-		-		-
Web otros		-		-		-		-
Materiales Publicitarios		-		-		-		-
Lápices		-		-		-		-
Plumas		-		-		-		-
Gorras		-		-		-		-
Camisetas		-		-		-		-
Llaveros		-		-		-		-
GASTOS FINANCIEROS		11.281,68		11.281,68		11.281,68		11.281,68
Gasto de intereses en equipos		-		-		-		-
Gastos de intereses en prestamos		1.068,52		966,39		863,24		759,05
Cuota Capital Prestamo		10.213,16		10.315,29		10.418,44		10.522,63
Otros Gastos		-		-		-		-
Saldo Final		43.174,36		68.627,14		109.026,27		171.521,49





6.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO

A continuación se detallan los movimientos realizados en la empresa en el primer y el segundo mes, que afectan al balance general, flujo de efectivo y estado de pérdidas y ganancias.

Descripción de los asientos contables para el balance general

INICIO Primer mes

- 01/01/2005 FI00001 Préstamo bancario de 185,000 dólares equivalentes al 70% de la inversión. La deuda se paga a partir del mes primero de acuerdo a la tabla de amortización calculada. 119,617.30 el primer año, 65,382.70 a largo plazo.
- 01/01/2005 DI00001 Aporte de socios es el 30% de la inversión, 79,285.71 Dól
- 01/01/2005 DI00002 Dinero para Caja General sacado de banco 2000 dólares.
- 01/01/2005 EG00006 Compra de suministros de oficina, 465.51 el mes cero, IVA= 55.8612
- 01/01/2005 EG00007 Materiales de limpieza, fijo por 14.6 dólares, IVA= 1.752
- 02/01/2005 EG00001 Se estima venta de 6.534 tarjetas de 2 dólares incluido IVA en el primer mes a un costo de 0.07 dólares la impresión de cada tarjeta incluido el IVA. 10.641 tarjetas el segundo mes y 14.281 el tercer mes. Además el segundo mes se comenzará a lanzar las tarjetas de 5 dólares incluido IVA, son 224, y 635 para el tercer mes.
- Las tarjetas se las manda a fabricar cada tres meses. (32315 tarjetas en los primeros tres meses, 2262.05 costo de fabricación, PRECIO=2019.69 IVA= 242.36) (31456 tarjetas de 2 dólares, costo 2201.92, PRECIO= 1966, IVA= 235.92, 859 tarj. de 5 dólares, costo 60.13 dól., PRECIO= 53.69, IVA= 6.44)
- Las tarjetas se venden el primer mes, se recoge la venta al final del mes (crédito 30 días)
- No olvidar la recaudación del IVA de las ventas y publicidad.
- Se paga 20% de comisión por venta de tarjetas luego del cobro de estas. – Considerar cobro desde marzo (3er mes)
- 02/01/2005 EG00002 Se estima la instalación de 28 máquinas para el primer mes de servicio a un costo de 704.02 dólares por máquina, más la fabricación del mueble del e@kiosco en 150 dólares. Se compran esa cantidad de máquinas y se



las instala para el primer mes. Se considera pago del 50% contado y crédito de 30 días para el resto de máquinas. $28 * 704.02 = 19712.56/2 = 9856.28$, IVA total = $8800.25 * .12 = 1056.03$

- 02/01/2005 EG00003 Fabricación del mueble se paga de contado $28*150=4200$, IVA= $3750*.12=450$
- 02/01/2005 EG00004 Comprar software para los equipos, licenciamientos de SO, software administrador del e@kiosco y de Cliente e@kiosco. El software administrador se compra una vez a 300 dólares, el cliente y licencias se compra por cada equipo a 340 cada una (28 máq.). $340*28=9520 + 300 = 9820$, IVA= $9820*.12=1178.4$
- 03/01/2005 EG00005 Para la instalación de los equipos se necesitan 255 dólares para materiales. 30.6 IVA
- 04/01/2005 EG00008 Se gasto inicialmente publicidad de 7434.88, IVA= 892.1856
- Comienza venta de publicidad para primer mes (Revisar si están bien las fechas de ingreso de estos valores, física y tarjetas se necesita asegurar para la fabricación, virtual se lo puede esperar hasta fin de mes).
- 04/01/2005 IN00001 Física – Pintura en los e@kioscos, 500 dólares cada e@kiosco. $500*28=14000$, IVA=1680 (401010100006, 201050100001, 101010200001)
- 25/01/2005 IN00003 Virtual – Propaganda en el software del e@kiosco , 20 dólares por cada mil apariciones (CPM, costo por mil) en el web, de banner de 114x60px (4x2 cm) son 6840 px2, máximo 8 banners a la vez para usar el 11.4% de la pantalla en publicidad. En pantallas 800x600 tenemos 480000 px2. Hay 28 máquinas trabajando en 12 horas usadas en un 70% equiv. a 8.4 horas efectivas de uso. Calculando que un usuario abre una nueva página cada 1 min. tendremos 504 páginas abiertas por máquina al día. Calculando el total, $28\text{máq.} \times 30\text{días} \times 504\text{pág} = 423360$ páginas abiertas al mes en total, $423360\text{pág}/1000 = 423.36 \times 20\text{dól.CPM} = 8467.2\text{dól.} \times 3 \text{ banners} = 25401.6 \text{ dól.}$ IVA=3048.192
- 04/01/2005 IN00002 Tarjetas – Grafico en portada de las tarjetas, 70 dól. por cada mil tarjetas (ingreso puede ser un solo valor trimestral o por cada mes que se vende tarjetas) $32315/1000*70=2262.05$, IVA=271.45

- 15/01/2005 EG00009 EG00010 Para dar servicio se contrata Banda Ancha a un ISP, la instalación es 350 dólares por punto de enlace una sola vez, 610 dólares el costo mensual por 128Kbps. Cada enlace tendrá 4 máquinas por lo que el costo por máquina queda en 87.5 dólares para la instalación y 152.50 dólares el valor mensual. $COSTO=28*87.5= 2744$, $IVA=2744*.12= 329.28$, $MENSUAL=28*152.5= 4270$, $IVA= 512.4$
- 25/01/2005 EG00011 Para el servicio de telefonía por Internet, hay que contratar el servicio a un proveedor de servicios de voz como Net2Phone, Skype, VideoPhone, etc. por anticipado para tener el crédito disponible, cuyo costo es 0.03 dólares por minuto, aproximadamente se estima consumir 1058.4 horas en total el primer mes. $COSTO=1058.4h*0.03/min*60min/h= 1905.12$, para este servicio no se paga impuestos.
- 30/01/2005 EG00012 Servicios Básicos, 266.04, $IVA=31.9248$
- 30/01/2005 EG00013 Sueldos, 5801.6 en sueldos liquido el mes cero. Tomar en cuenta cargas sociales, aporte personal del 9.35% al IESS, $(6400-5801.6= 598.4)$ y aporte patronal del 12.15% al IESS (777.6) . $13=533.33$, $14=192.13$
- No hubo gastos financieros

El segundo mes, tiene adicional a los movimientos del primer mes los siguientes:

Segundo mes

- 01/02/2005 EG00015 Se comienza a pagar los gastos financieros, 550 en interés y 2804.01 en capital.
- 01/02/2005 EG00014 Se pagan las tarjetas producidas el mes anterior y vendidas el primer mes. $VALOR=2262.02$
- 02/02/2005 EG00019 Se paga deuda pendiente de las máquinas compradas al inicio, 9856.21 dólares.
- Hay que consumir el inventario de tarjetas y telefonía
- 01/02/2005 DI00004 Se rebaja de inventario el uso de telefonía por Internet $costo=1905.12$
- 01/02/2005 DI00005 Depreciación de Equipos de e@kioscos comprados mes anterior, se deprecia en 3 años, $valor=547.57$
- 01/02/2005 DI00006 Depreciación de Mueble para e@kiosco , 10 años, $valor=35$



- 01/02/2005 DI00007 Amortización del Software para e@kiosco , 3 años, valor=272.78
- 01/02/2005 DI 00008 Amortización de la Instalación de Internet, 10 años, valor=12.5
- 28/02/2005 EG00029 Pago de Aportes Individuales y Patronales al IESS del mes anterior. AP.IND=598.4, AP.PATRONAL=777.6
- 15/02/2005 DI00009 Pago Mensual del IVA del primer mes de movimientos se descuenta del crédito tributario y no se paga nada.

BALANCE GENERAL PROYECTADO

al final de cada periodo

Mensual, años 1, 2 y 3

	Trimestre 1				Trimestre 2				Trimestre 3				Trimestre 4			
	0	1	2	3	4	5	6	Meses	7	8	9	10	11	12		
ACTIVOS	276.807,07	257.603,92	246.805,10	249.940,26	239.848,04	268.510,27	291.748,68	314.743,88	354.648,46	415.119,12	470.216,96	560.047,77	673.985,60			
ACTIVO CORRIENTE	240.624,65	196.666,96	161.733,20	141.353,00	113.491,87	95.289,58	107.609,48	114.931,87	134.533,25	175.320,30	211.354,12	268.295,66	369.898,70			
DISPONIBLE	230.598,89	169.650,70	122.221,31	85.335,63	48.840,80	17.427,73	1.794,18	8.831,08	18.799,71	43.174,26	68.627,14	108.026,27	171.521,49			
Efectivo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00			
Bancos	228.598,89	167.650,70	120.221,31	83.335,63	46.840,80	15.427,73	(205,82)	6.831,08	16.799,71	41.174,26	66.627,14	107.026,27	169.521,49			
EXIGIBLE	-	13.067,71	22.401,79	31.735,87	41.069,95	48.537,22	76.806,14	83.206,66	91.749,67	102.408,19	113.075,71	123.743,23	158.412,67			
Clasx Cobrar - Clientes	-	13.067,71	22.401,79	31.735,87	41.069,95	48.537,22	76.806,14	83.206,66	91.749,67	102.408,19	113.075,71	123.743,23	158.412,67			
REALIZABLE	10.033,75	13.948,55	17.110,10	24.281,50	23.580,32	29.324,63	29.009,16	22.894,14	23.082,86	29.737,75	29.651,27	35.526,16	39.954,53			
Inventario Tarjetas 2	1.965,99	1.557,62	892,57	3.984,43	2.893,56	1.680,13	1.933,49	893,40	320,03	176,68	-	-	-			
Inventario Tarjetas 5	53,67	53,67	39,67	486,37	409,37	288,02	2.513,00	1.909,75	1.049,68	4.100,33	2.898,90	1.584,13	5.400,43			
Inventario Tarjetas 10	-	-	-	-	-	-	90,27	79,87	51,20	384,70	314,03	198,02	675,05			
Conexión Telefonía por Internet C	1.905,12	3.265,92	4.626,72	5.987,52	7.076,16	11.197,44	12.130,56	13.374,72	14.929,32	16.485,12	18.040,32	23.094,72	24.494,40			
Suministros de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
ACTIVO NO CORRIENTE	6.108,97	9.071,34	11.551,14	13.923,12	13.201,23	16.159,03	12.341,84	6.636,39	7.642,03	8.590,92	8.399,03	10.649,30	9.394,65			
ACTIVO FIJO	36.182,42	68.936,96	85.071,91	108.587,26	126.356,96	173.220,69	184.138,20	199.812,01	220.115,21	239.798,82	258.062,84	291.752,11	304.086,91			
Equipos de Kioskos	19.712,42	33.792,72	47.873,02	61.953,32	73.217,56	101.378,16	109.826,34	121.090,58	135.170,58	149.251,18	163.331,48	185.859,96	197.124,20			
Depreciación Acum En Kioskos	-	(547,57)	(1.486,25)	(2.910,06)	(4.536,99)	(6.570,91)	(9.386,87)	(12.437,60)	(15.801,23)	(19.555,97)	(23.701,84)	(28.238,82)	(33.401,60)			
Software para Kioskos	9.820,00	16.620,00	23.420,00	30.220,00	35.660,00	49.260,00	53.340,00	58.700,00	65.580,00	72.380,00	79.160,00	85.900,00	95.500,00			
Amortización del Software	-	(272,78)	(734,44)	(1.385,00)	(2.224,44)	(3.215,00)	(4.583,33)	(6.065,00)	(7.697,78)	(9.519,44)	(11.530,00)	(13.723,44)	(16.231,11)			
Enlace de Internet Acumulado	2.450,00	4.200,00	5.950,00	7.700,00	9.100,00	11.433,33	12.483,33	13.883,33	15.633,33	17.383,33	19.133,33	21.000,00	22.400,00			
Amortización Enlace Internet	-	(20,42)	(55,42)	(105,00)	(169,17)	(245,00)	(340,28)	(444,31)	(560,00)	(690,28)	(835,14)	(994,58)	(1.169,58)			
Mueble del Kiosko	4.200,00	7.200,00	10.200,00	13.200,00	15.600,00	21.600,00	23.400,00	25.800,00	28.800,00	31.800,00	34.800,00	39.600,00	42.000,00			
Depreciación del Mueble Kiosk	-	(35,00)	(95,00)	(180,00)	(290,00)	(420,00)	(600,00)	(795,00)	(1.010,00)	(1.250,00)	(1.515,00)	(1.805,00)	(2.135,00)			
Equipos de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Vehiculos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
DEPOSITO POR GARANTIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Garantía por Arriendo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
PASIVO+PATRIMONIO	276.807,07	257.603,92	246.805,10	249.940,26	239.848,04	268.510,27	291.748,68	314.743,88	354.648,46	415.119,12	470.216,96	560.047,77	673.985,60			
PASIVO	201.897,42	188.736,07	191.265,22	179.416,21	164.715,34	167.732,65	156.232,62	144.310,50	138.447,39	137.041,94	123.947,93	122.369,87	118.388,13			
PASIVO CORRIENTE	136.224,71	123.353,37	115.882,52	114.033,51	98.332,64	102.349,94	90.849,92	78.927,80	73.064,69	71.659,23	58.565,22	56.987,16	53.003,43			
Clasx Pagar	-	-	-	5.007,36	-	-	5.081,17	-	-	5.221,11	-	-	6.804,54			
Fabricación Tarjetas	2.262,02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Prestamo Bancario	119.617,30	110.185,62	100.659,62	91.039,37	81.320,90	71.506,25	61.593,47	51.581,55	41.469,51	31.256,35	20.941,07	10.522,63	-			
Cuentas por pagar Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Comisión Ventas (NO)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Distribuidor de Partes	9.856,21	7.040,15	7.040,15	7.040,15	5.632,12	14.080,30	4.224,09	5.632,12	7.040,15	7.040,15	7.040,15	11.264,24	5.632,12			
Retención en la Fuente 1%	2.103,85	2.904,93	4.122,74	6.050,29	6.644,95	10.191,38	12.541,84	13.467,51	15.471,01	18.220,27	19.925,32	23.604,28	28.133,41			
Iva Cobrado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Iva Retenido	837,34	1.674,67	2.512,01	3.349,34	4.186,68	5.024,01	5.861,35	6.698,68	7.536,02	8.373,35	9.210,69	10.048,02	10.885,36			
Cargas Sociales	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20			
Aportes Patronal 12.15%	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80			
PASIVO LARGO PLAZO	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70			
Prestamo Bancario	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70			
PATRIMONIO	75.198,65	68.867,85	65.539,88	70.524,04	75.132,69	100.777,62	135.516,06	170.433,32	216.201,07	278.077,18	346.269,03	437.677,90	555.599,47			
Capital Suscrito	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71			
Aportaciones Futuras Capitalizaci	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Utilidades o Perdida	(4.086,06)	(10.417,86)	(13.745,83)	(8.761,67)	(4.153,02)	21.491,91	56.230,34	91.147,60	136.915,35	198.791,47	266.983,32	358.392,19	476.313,76			



BALANCE GENERAL PROYECTADO

al final de cada periodo

Mensual, años 1, 2 y 3

	Años		
	1	2	3
ACTIVOS	673.985,60	1.245.096,99	1.648.086,23
ACTIVO CORRIENTE	369.898,70	770.139,44	1.121.510,40
DISPONIBLE	171.521,49	357.167,51	519.839,64
Efectivo	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Bancos	169.521,49	355.167,51	517.839,64
EXIGIBLE	158.412,67	331.893,22	483.905,38
CtasxCobrar - Clientes	158.412,67	331.893,22	483.905,38
REALIZABLE	39.964,53	81.078,72	117.765,38
Inventario Tarjetas 2	-	-	-
Inventario Tarjetas 5	5.400,43	10.716,86	15.277,22
Inventario Tarjetas 10	675,05	1.339,61	1.909,65
Conexión Telefonía por Internet Contratada	24.494,40	50.232,96	72.394,56
Suministros de Oficina	-	-	-
Creditos Tributarios por Ret IVA	9.394,65	18.789,29	28.183,94
ACTIVO NO CORRIENTE	304.086,91	474.957,56	526.575,84
ACTIVO FIJO	304.086,91	474.957,56	526.575,84
Equipos de Kioskos	197.124,20	382.984,16	551.947,76
Depreciacion Acum Eq Kioskos	(33.401,60)	(130.086,33)	(285.908,31)
Software para Kioskos	95.500,00	175.642,86	248.500,00
Amortizacion del Software	(16.231,11)	(61.421,59)	(132.112,06)
Enlace de Internet Acumulado	22.400,00	43.025,00	61.775,00
Amortizacion Enlace Internet	(1.169,58)	(4.440,83)	(9.680,83)
Mueble del Kiosco	42.000,00	77.357,14	109.500,00
Depreciacion del Mueble Kiosk	(2.135,00)	(8.102,86)	(17.445,71)
Equipos de Oficina	-	-	-
Vehiculos	-	-	-
DEPOSITO POR GARANTIA			
Garantia por Arriendo	-	-	-
PASIVO+PATRIMONIO	673.985,60	1.245.096,99	1.648.086,23
PASIVO	118.386,13	72.803,93	96.791,45
PASIVO CORRIENTE	53.003,43	72.803,93	96.791,45
CtasxPagar			
Fabricacion Tarjetas	6.804,54	13.503,24	19.249,30
Prestamo Bancario	-	-	-
Cuentas por pagar Publicidad	-	-	-
Comision Ventas (NO)	-	-	-
Distribuidor de Partes	5.632,12	7.040,15	7.040,15
Retencion en la Fuente 1%	-	-	-
Iva Cobrado	28.133,41	39.827,19	58.068,65
Iva Retenido	-	-	-
Cargas Sociales	10.885,36	10.885,36	10.885,36
Aportes Personal 9.35%	673,20	673,20	673,20
Aportes Patronal 12.15%	874,80	874,80	874,80
PASIVO LARGO PLAZO	65.382,70	-	-
Prestamo Bancario	65.382,70	-	-
PATRIMONIO	555.599,47	1.172.293,06	1.551.294,78
Capital Suscrito	79.285,71	79.285,71	79.285,71
Aportaciones Futuras Capitalizaciones	-	-	-
Utilidades o Perdida	476.313,76	1.093.007,35	1.472.009,07

6.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Las utilidades al final de cada período nos describen valores crecientes los mismos que se acumulan en el período de un año en un monto de 476,313.76. Considerándose que este primer año involucra las dos primeras etapas del ciclo de vida del proyecto, es decir el inicio enmarcado en los seis primeros meses y su estabilización económica entre el sexto y el duodécimo mes.

Para los próximos años de vida del proyecto en la etapa de madurez se tomarán medidas compensatorias y que agreguen valor para permitir obtener mayores utilidades como las planteadas 1'472,009.07 dólares.

Un indicador del funcionamiento financiero de una compañía es calculado como:

$$\text{EBITDA} = \text{Rédito} - \text{Costos}$$

(Excepto impuesto, interés, la depreciación, y la amortización)

Se pueden utilizar para analizar lo beneficios entre las compañías y las industrias, porque elimina los efectos de las decisiones del financiamiento y de la contabilidad. Una idea falsa común es que EBITDA representa ganancias del efectivo. EBITDA es buena métrica para evaluar lo beneficioso del flujo de liquidez, pero no calcula el flujo de efectivo.

El EBITDA por si solo no es un parámetro muy útil, el margen del EBITDA (Ingreso Operativo / EBITDA) nos da una idea más clara de eficiencia operativa que tiene una empresa y nos permite compararnos con otras empresas del mismo sector.

Calculando el margen del EBITDA para el primer año de e@kiosco tenemos un valor de 1.65 lo que significa que los ingresos son 1.65 veces el valor de utilidad operativa calculada por el EBITDA o en su defecto que el EBITDA es 60.6% de los ingresos.

EBITDA se hizo de uso común con compras apalancados en los años 80, donde fue utilizado para indicar la capacidad de una compañía para endeudarse. Años después, llegó a ser popular en las industrias con activos de alto costo que tuvieron que ser devengados sobre períodos del tiempo largos. EBITDA ahora es cotizado comúnmente por muchas



compañías, especialmente en el sector de la tecnología, aunque esto no es una garantía. Por lo tanto, EBITDA se utiliza a menudo como un truco contable para mejorar la imagen de las ganancias mostradas de una compañía. Sin embargo, cómo un empresario sensato puede hablar de beneficios antes de intereses, impuestos, amortización y depreciación cuando estos movimientos son inevitables, no se puede dejar de pagar ni intereses, ni hipoteca, ni impuestos. ¿Puede un empresario olvidarse de amortizar el camión, la equipamiento, el sistema informático? Esto no es posible, por lo tanto el hablar del beneficio antes de los costos obligados no es muy útil. Hoy en día toda institución financiera a más del EBITDA exige el tradicional Balance General para medir el nivel de endeudamiento previo a dar un crédito.

6.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Como análisis se adjunta los índices financieros obtenidos en base a los estados financieros. En el mismo se destacan las razones financieras más utilizadas que permiten evaluar la factibilidad y conveniencia de este proyecto. Revisar cuadro con índices financieros.

6.6 ANALISIS DE ESCENARIOS

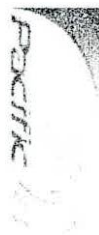
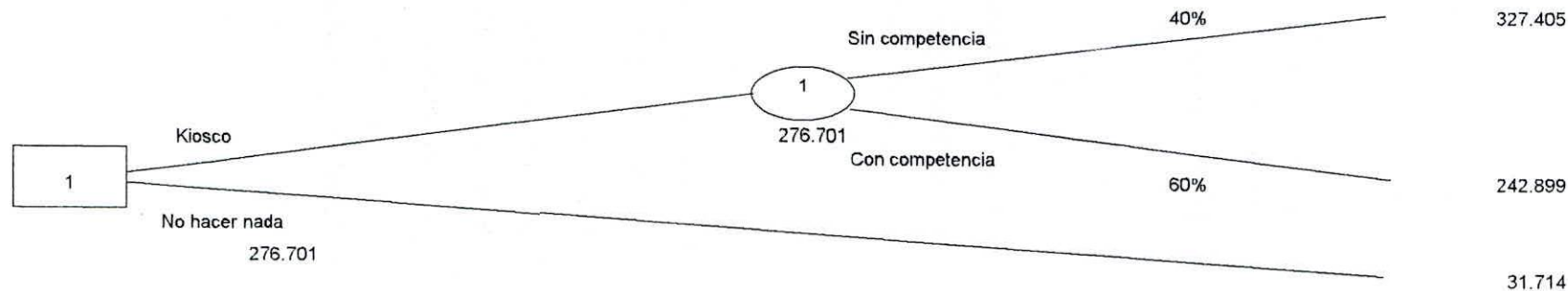
Nuestra sociedad se encuentra inmersa en altas presiones externas como el TLC, ingreso de nuevos entrantes, la presencia agresiva de los actores sustitutos como celulares y competencia desleal de los cibers con la última regulación. Sin embargo, se ha considerado dos escenarios a través de un árbol de decisión, el mismo que recoge el análisis de variables como el VAN y el TIR para los dos primeros años de vida del proyecto que han sido las bases para los análisis planteados. Los niveles de competencia tienen un peso de un 60% y una afectación marcada que se ha compensado con otros ingresos como publicidad apoyada en un plan de medios que se incluyen en este trabajo. Al final se presenta un cuadro con las razones financieras más utilizadas que permiten tener una visión clara del desempeño del negocio.



		Trimestre 1				Trimestre 2		
		Meses						
		0	1	2	3	4	5	6
ESCENARIO SIN COMPETENCIA								
	(264.285,71)	230.590,89	169.650,70	122.221,31	85.335,63	48.840,80	17.427,73	1.794,18
VAN		\$327.404,94	12%					
TIR		58,91%						
		-124%						

							% Ingresos Año1	85%
							% Ingresos Año2	67%
ESCENARIO CON COMPETENCIA							Probabilidad de Ingreso de la competencia	60%
	(264.285,71)	196.002,26	144.203,09	103.888,11	72.535,28	41.514,68	14.813,57	1.525,05
VAN		\$242.898,79	12%					
TIR		45,87%						

ANALISIS CON ARBOL DE DECISIONES



INDICES o RAZONES FINANCIERAS

RAZONES de Liquidez a Corto Plazo

	1	2	3
Razón Circulante=Activo/Pasivo (Corriente)	6,98	10,58	11,59
Razón Rápida=(Efe+CtaCob)/Pasivo Corriente	6,22	9,46	10,37
Periodo Prom Cobro en días=(CtasCob prom)x365/Ventas	20,02	21,11	22,48
Rotac. Inv=CostoVentas/(Inv.prom Costo)	62,25%	83,07%	95,46%
Rotac. Inv=Ventas/(Inv.prom Costo)	8,89	12,98	14,79
Demora en vender el inventario (días)	3,37	2,31	2,03

RAZONES de Solvencia a Largo Plazo

Pasivo Total / Activo Total	17,57%	5,85%	5,87%
Pasivo Total / Capital Contable	21,31%	6,21%	6,24%
Cobertura Intereses = Util.AntImpInt / Intereses	156,35		

RAZONES de Rentabilidad

ROE = UtilNeta / Capital Contable prom	85,73%	71,38%	34,67%
TasaUtilBruta=UtilBruta / Ventas	89,39%	87,09%	85,53%
Rendimiento sobre Ventas=UtilNeta / Ventas	203,17%	158,40%	72,18%
RotaciónActivos = Ventas / ActivoTotProm	0,35	0,41	0,44
RotaciónActivoFijo = Ventas / ActivoFijo	0,77	0,82	1,00
ROA = Ingreso Operativo / Activo TotProm	17,61%	3,35%	0,96%
ROA = UtilidadNeta / Activo TotProm	70,67%	64,27%	31,87%
UtilXAccion = (UtilNeta - DivAccPref) / Acciones Comunes Prom en Circulacion	476,31	616,69	379,00
ROI = UtilidadNeta / Inversion	600,76%	777,81%	478,02%

RAZONES de Precio de mercado y de Dividendos

Precio-Utilidades = PrecioMercadoAccComun / UtilidadXAccion	0,20	0,15	0,25
Rendimiento sobre Dividendos = DivXAccionComun / PrecioMercadoAccionComun			
Pago de Dividendos = DivXAccionComun / UtilidadXAccion	3,33%	2,57%	4,18%

ARPU Kiosco	1.701,12	2.009,20	1.877,56
ARPU Local	6.804,48	8.036,82	7.510,25
ARPU Tarjeta Vendida	1,69	1,28	0,83



6.7 ANALISIS DE OTROS ESCENARIOS

Se elimino la instalación de e@kioscos en locutorios de Pacifictel y se instalaron el 100% en otros establecimientos no relacionados con Pacifictel, donde se asignó el 70% al uso de navegación en Internet y el 30% al uso de Telefonía Ip

RESULTADOS

A Nivel de ventas (Revisar Hoja de Ventas-Presupuesto de Ingresos) las ventas cambiaron de la siguiente manera:

Mes	Antes el cambio	Después del cambio
1	13,067.71	18,232.7
2	22,401.79	31,256.06
3	31,735.87	44,279.42
4	41,069.95	57,302.78
5	48,537.22	67,721.47

Se puede apreciar un incremento promedio de ingresos por ventas en un monto de \$61.979,89 que corresponden a un incremento porcentual de 39,52%.

En el cuadro de pronóstico de uso y ventas (Plan de Producción) se puede analizar los incrementos de las ventas por servicio al eliminar el ingreso por navegación en locutorios quedando de la siguiente manera:

Mes	Locutorio		Otros 50%			
	50%	0%	Navegación 70%		Telefonía 30%	
	Antes	Después	Antes	Después	Antes	Después
1	3,951.4	0.0	2,766.0	5,531.9	6,350.4	12,700.8
2	6,773.3	0.0	4,741.6	9,483.3	10,886.4	21,772.8
3	9,596.2	0.0	6,717.3	13,434.6	15,422.4	30,844.8

Revisando el Flujo de Efectivo vemos que los ingresos de efectivo han variado aumentando de una manera significativa, tal como se ve en el cuadro comparativo, o sea que nuestro manejo de efectivo ha aumentado

Mes	Antes del Cambio	Después del cambio
1	19,635.95	20,637.3
2	14,044.98	14,044.98
3	29,144.82	34,309.81
4	47,135.34	58,206.26
5	52,685.43	65,228.98
6	87,652.28	103,885.11



Si revisamos las utilidades en el estado de resultados veremos que también aumentan en un valor significativo y el negocio comienza a recuperarse un mes antes que en la anterior situación, esto es a partir del segundo mes.

Mes	Antes del Cambio	Después del cambio
0	-4,086.06	-3,192
1	-4,481.8	-1,936.73
2	-1,572.28	1,876.68
3	6,644.58	13,247.02
4	6,172.86	11,977.4
5	27,111.96	33,738.32
6	36,107.33	49,819.46

Algo también importante que analizar es que los ingresos por unidad de kiosco también. Aumentaron, revisando el cuadro comparativo del ARPU del kiosco vemos este cambio.

Año	Antes del Cambio	Después del cambio
1	1,701.12	2,195.19
2	2,009.2	2,538.15
3	1,877.56	2,411.67

Algo extraño es el cambio en el TIR y VAN del proyecto

	Escenario sin competencia		Escenario con competencia	
	Antes	Después	Antes	Después
VAN	327,404.94	368,490.59	242,898.79	277,821.59
TIR	58.91%	58.03%	45.87%	45.5%

A continuación se muestran los estados financieros con los cambios respectivos de acuerdo al escenario planteado anteriormente.

ESTADO RESULTADOS PROYECTADO

valores del mes

Mensual, años 1, 2 y 3

		Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
								Meses					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS													
Ventas	18.426,16	28.819,35	42.261,76	63.597,87	69.868,16	102.056,96	133.628,61	141.592,91	161.300,39	190.039,08	205.115,47	240.371,34	293.038,44
Costos de Ventas	-	4.380,01	7.479,23	10.554,15	13.694,59	16.014,66	25.140,95	26.568,49	28.789,46	31.842,37	34.991,65	38.076,34	48.675,97
Emision de Tarjetas	-	569,77	947,45	1.300,71	1.629,55	1.862,34	2.746,07	2.307,37	2.040,02	1.932,53	2.021,41	1.996,30	2.486,53
Conexion Telefonía por Internet	-	3.810,24	6.531,84	9.253,44	11.975,04	14.152,32	22.394,88	24.261,12	26.749,44	29.859,84	32.970,24	36.090,64	46.189,44
UTILIDAD BRUTA	18.426,16	24.439,35	34.782,47	53.043,72	56.263,57	86.042,30	108.487,66	115.024,43	132.510,93	158.196,71	170.123,82	202.294,40	244.362,47
GASTOS OPERATIVOS													
Sueldo	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Aportes Patronal IESS 12.15%	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80
Cargas Sociales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decimo Cuarto	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34	237,34
Decimo Tercero	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Fondo Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquiler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros de Oficina	465,51	39,41	43,69	39,41	43,69	40,23	44,51	40,23	44,51	40,23	44,51	40,23	40,23
Materiales de limpieza	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60
Servicios Basicos	266,04	1.666,04	1.266,04	1.266,04	1.266,04	1.066,04	2.266,04	866,04	1.066,04	1.266,04	1.266,04	1.266,04	1.866,04
Enlace Internet	4.270,00	7.320,00	10.370,00	13.420,00	15.860,00	21.260,00	23.090,00	25.530,00	28.580,00	31.630,00	34.680,00	39.090,00	41.440,00
Mantenimiento de Kioskos	-	-	-	-	-	-	240,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Materiales de Instalacion de Kioskos	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00
Gastos de comisiones por venta	-	-	3.255,84	5.581,44	7.907,04	10.232,64	12.093,12	19.136,37	20.731,06	22.857,33	25.515,15	29.172,98	30.830,61
Gastos de publicidad	7.434,88	7.293,13	7.293,13	8.193,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13	7.293,13
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de diseño y remodelacion	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS BRUTOS	21.618,16	25.509,31	31.410,43	37.681,75	41.551,63	49.073,77	54.208,53	62.847,50	67.696,48	73.068,46	78.780,57	85.754,12	91.451,95
EBITDA	(3.192,00)	(1.069,97)	3.372,04	15.361,97	14.711,94	36.968,53	54.279,13	52.176,93	64.814,46	85.128,25	91.343,25	116.540,29	152.910,52
Razón del EBITDA	(5,77)	(23,03)	10,31	3,45	3,82	2,33	2,00	2,20	2,84	1,85	1,86	1,74	1,69
Amortizacion del Gasto de Instalacion de Internet	-	20,42	35,00	49,58	64,17	75,83	95,28	104,03	115,69	130,28	144,86	159,44	175,00
Amortizacion Software	-	272,78	461,67	650,56	839,44	990,56	1.368,33	1.481,67	1.632,78	1.821,67	2.010,56	2.199,44	2.501,67
Depreciacion Kiosko	-	547,57	938,69	1.329,81	1.720,93	2.033,82	2.816,06	3.050,73	3.363,63	3.754,75	4.145,87	4.536,99	5.162,78
Depreciacion Mueble Kiosko	-	35,00	60,00	85,00	110,00	130,00	180,00	195,00	215,00	240,00	265,00	290,00	330,00
Total Gastos Operativos	21.618,16	26.376,08	32.905,79	39.796,70	44.286,17	52.303,98	58.668,21	67.678,93	73.023,58	79.015,15	85.346,85	92.929,99	99.621,39
UTILIDAD OPERATIVA	(3.192,00)	(1.936,73)	1.876,68	13.247,02	11.977,40	33.738,32	49.819,46	47.345,50	59.487,36	79.181,56	84.776,97	109.354,41	144.741,08
GASTOS FINANCIEROS													
Gasto de intereses en equipos	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de intereses en préstamos	1	-	1.850,00	1.755,68	1.660,42	1.564,21	1.467,04	1.368,89	1.269,76	1.169,64	1.068,52	966,39	863,24
Total Gastos Financieros	-	1.850,00	1.755,68	1.660,42	1.564,21	1.467,04	1.368,89	1.269,76	1.169,64	1.068,52	966,39	863,24	759,05
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	(3.192,00)	(3.786,73)	121,00	11.586,60	10.413,19	32.271,28	48.450,57	46.075,74	58.317,71	78.113,04	83.810,58	108.491,17	143.982,03
15% Trabajadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	(3.192,00)	(3.786,73)	121,00	11.586,60	10.413,19	32.271,28	48.450,57	46.075,74	58.317,71	78.113,04	83.810,58	108.491,17	143.982,03
25% Ingreso Renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	(3.192,00)	(3.786,73)	121,00	11.586,60	10.413,19	32.271,28	48.450,57	46.075,74	58.317,71	78.113,04	83.810,58	108.491,17	143.982,03
Utilidad anterior	-	(3.192,00)	(6.978,73)	(6.857,73)	4.728,87	15.142,06	47.413,34	95.863,91	141.939,65	200.257,36	278.370,40	362.180,98	470.672,15
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD RETENIDA	(3.192,00)	(6.978,73)	(6.857,73)	4.728,87	15.142,06	47.413,34	95.863,91	141.939,65	200.257,36	278.370,40	362.180,98	470.672,15	614.654,18





ESTADO RESULTADOS PROYECTADO

valores del mes

Mensual, años 1, 2 y 3

	Años		
	1	2	3
INGRESOS			
Ventas	293.038,44	509.153,13	698.523,41
Costos de Ventas	48.675,97	99.409,55	148.691,16
Emission de Tarjetas	2.486,53	2.637,23	7.595,64
Conexión Telefonía por Internet	46.189,44	96.772,32	141.095,52
	-	-	-
UTILIDAD BRUTA	244.362,47	409.743,58	549.832,25
	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS			
Sueldo	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Aportes Patronal IESS 12.15%	874,80	874,80	874,80
Cargas Sociales	-	-	-
Decimo Cuarto	237,34	237,34	237,34
Decimo Tercero	600,00	600,00	600,00
Fondo Reserva	-	-	-
Alquiler	-	-	-
Suministros de Oficina	40,23	40,23	40,23
Materiales de limpieza	14,60	14,60	14,60
Servicios Basicos	1.866,04	1.866,04	1.866,04
Enlace Internet	41.440,00	77.386,43	91.002,50
Mantenimiento de Kioskos	800,00	800,00	800,00
Materiales de Instalacion de Kioskos	255,00	255,00	255,00
Gastos de comisiones por venta	30.830,81	82.691,69	120.565,75
Gastos de publicidad	7.293,13	7.293,13	7.293,13
Gastos de comisiones tarjeta credito	-	-	-
Gastos de diseño y remodelacion	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS BRUTOS	91.451,95	179.259,25	230.749,38
	-	-	-
EBITDA	152.910,52	230.484,32	319.082,87
Razón del EBITDA	1,60	1,78	1,72
	-	-	-
Amortizacion del Gasto de Instalacion de Internet	175,00	3.271,25	5.240,00
Amortizacion Software	2.501,67	45.190,48	70.690,48
Depreciacion Kiosko	5.162,78	96.684,73	155.821,99
Depreciacion Mueble Kiosko	330,00	5.967,86	9.342,86
Total Gastos Operativos	99.621,39	330.373,56	471.844,70
	-	-	-
UTILIDAD OPERATIVA	144.741,08	79.370,01	77.987,55
	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS			
Gasto de intereses en equipos	0	-	-
Gastos de intereses en prestamos	1	759,05	-
Total Gastos Financieros	759,05	-	-
	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-
	-	-	-
UAIT	614.654,18	766.101,02	509.991,53
15% Trabajadores	-	-	-
UAI	614.654,18	766.101,02	509.991,53
25% Impuesto Renta	-	-	-
UTILIDAD NETA	614.654,18	766.101,02	509.991,53
Utilidad anterior	-	614.654,18	1.380.755,20
Dividendos	-	-	-
UTILIDAD RETENIDA	614.654,18	1.380.755,20	1.890.746,73

PRONOSTICO DE USO Y VENTAS

Mensual

C.U.xK

Mensual									Locutorios	Otros								
Horas Laborables				12	Val x H Telf IP		6 dólar		0%	100%								
					Val x H Naveg	1,12 dólar			70%	30%								
Mes	Nro. Kioscos	Mes	Nro. K.	Total acum	%Utilizacion	H. x K. x dia	H. x K. x mes	Horas Total	Ingresos Nav	Ingresos Nav	Ingresos Telfe	%Tarj 2 dol	%Tarj 5 dol	%Tarj 10 dol	No.Tarj2	No. Tarj5	No. Tarj10	
1	28	28	70%	8,4	252	7.056,0	-	-	-	5.531,9	12.700,8	100%	0%	0%	9.116,35	-	-	
2	20	48	70%	8,4	252	12.096,0	-	-	-	9.483,3	21.772,8	95%	5%	0%	14.846,63	312,56	-	
3	20	68	70%	8,4	252	17.136,0	-	-	-	13.434,6	30.844,8	90%	10%	0%	19.925,74	885,59	-	
4	20	88	70%	8,4	252	22.176,0	-	-	-	17.386,0	39.916,8	85%	15%	0%	24.353,68	1.719,08	-	
5	16	104	70%	8,4	252	26.208,0	-	-	-	20.547,1	47.174,4	80%	20%	0%	27.088,59	2.708,86	-	
6	40	144	80%	9,6	288	41.472,0	-	-	-	32.514,0	74.649,6	70%	30%	0%	37.507,28	6.429,82	-	
7	12	156	80%	9,6	288	44.928,0	-	-	-	35.223,6	80.870,4	40%	58%	2%	23.218,79	13.466,90	232,19	
8	16	172	80%	9,6	288	49.536,0	-	-	-	38.836,2	89.164,8	20%	75%	5%	12.800,10	19.200,15	640,01	
9	20	192	80%	9,6	288	55.296,0	-	-	-	43.352,1	99.532,8	10%	82%	8%	7.144,24	23.433,12	1.143,08	
10	20	212	80%	9,6	288	61.056,0	-	-	-	47.867,9	109.900,8	5%	85%	10%	3.944,22	26.820,68	1.577,69	
11	20	232	80%	9,6	288	66.816,0	-	-	-	52.383,7	120.268,8	0%	85%	15%	-	29.350,93	2.589,79	
12	32	264	90%	10,8	324	85.536,0	-	-	-	67.060,2	153.964,8	0%	80%	20%	-	35.364,00	4.420,50	
13	16	280	90%	10,8	324	90.720,0	-	-	-	71.124,5	163.296,0	0%	80%	20%	-	37.507,28	4.688,41	
14	20	300	90%	10,8	324	97.200,0	-	-	-	76.204,8	174.960,0	0%	80%	20%	-	40.186,37	5.023,30	
15	20	320	90%	10,8	324	103.680,0	-	-	-	81.285,1	186.624,0	0%	80%	20%	-	42.865,46	5.358,18	
16	20	340	90%	10,8	324	110.160,0	-	-	-	86.365,4	198.288,0	0%	80%	20%	-	45.544,55	5.693,07	
17	24	364	90%	10,8	324	117.936,0	-	-	-	92.461,8	212.284,8	0%	80%	20%	-	48.759,46	6.094,93	
18	24	388	95%	11,4	342	132.696,0	-	-	-	104.033,7	238.852,8	0%	80%	20%	-	54.861,83	6.857,73	
19	32	420	95%	11,4	342	143.640,0	-	-	-	112.613,8	258.552,0	0%	80%	20%	-	59.386,52	7.423,32	
20	20	440	95%	11,4	342	150.480,0	-	-	-	117.976,3	270.864,0	0%	80%	20%	-	62.214,45	7.776,81	
21	20	460	95%	11,4	342	157.320,0	-	-	-	123.338,9	283.176,0	0%	80%	20%	-	65.042,38	8.130,30	
22	20	480	95%	11,4	342	164.160,0	-	-	-	128.701,4	295.488,0	0%	80%	20%	-	67.870,31	8.483,79	
23	24	504	95%	11,4	342	172.368,0	-	-	-	135.136,5	310.262,4	0%	80%	20%	-	71.263,83	8.907,98	
24	20	524	95%	11,4	342	179.208,0	-	-	-	140.499,1	322.574,4	0%	80%	20%	-	74.091,76	9.261,47	
25	20	544	95%	11,4	342	186.048,0	-	-	-	145.861,6	334.886,4	0%	80%	20%	-	76.919,69	9.614,96	
26	20	564	95%	11,4	342	192.888,0	-	-	-	151.224,2	347.198,4	0%	80%	20%	-	79.747,61	9.968,45	
27	20	584	95%	11,4	342	199.728,0	-	-	-	156.586,8	359.510,4	0%	80%	20%	-	82.575,54	10.321,94	
28	20	604	95%	11,4	342	206.568,0	-	-	-	161.949,3	371.822,4	0%	80%	20%	-	85.403,47	10.675,43	
29	20	624	95%	11,4	342	213.408,0	-	-	-	167.311,9	384.134,4	0%	80%	20%	-	88.231,40	11.028,93	
30	20	644	95%	11,4	342	220.248,0	-	-	-	172.674,4	396.446,4	0%	80%	20%	-	91.059,33	11.382,42	
31	20	664	95%	11,4	342	227.088,0	-	-	-	178.037,0	408.758,4	0%	80%	20%	-	93.887,26	11.735,91	
32	20	684	95%	11,4	342	233.928,0	-	-	-	183.399,6	421.070,4	0%	80%	20%	-	96.715,19	12.089,40	
33	20	704	95%	11,4	342	240.768,0	-	-	-	188.762,1	433.382,4	0%	80%	20%	-	99.543,12	12.442,89	
34	20	724	95%	11,4	342	247.608,0	-	-	-	194.124,7	445.694,4	0%	80%	20%	-	102.371,05	12.796,38	
35	20	744	95%	11,4	342	254.448,0	-	-	-	199.487,2	458.006,4	0%	80%	20%	-	105.198,98	13.149,87	
36	20	764	95%	11,4	342	261.288,0	-	-	-	204.849,8	470.318,4	0%	80%	20%	-	108.026,91	13.503,36	
37	20	784	95%	11,4	342	268.128,0	-	-	-	210.212,4	482.630,4	0%	80%	20%	-	110.854,84	13.856,86	
38	20	804	95%	11,4	342	274.968,0	-	-	-	215.574,9	494.942,4	0%	80%	20%	-	113.682,77	14.210,35	
39	20	824	95%	11,4	342	281.808,0	-	-	-	220.937,5	507.254,4	0%	80%	20%	-	116.510,70	14.563,84	



FLUJO DE EFECTIVO

Meses	Val. U.	Cantidad	0	1	2	3	4
Saldo Inicial			264.285,71	229.687,12	164.588,94	116.773,51	83.390,11
CAPITAL							
Prestamo Bancario			185.000,00				
Aporte de Socios			79.285,71				
INGRESOS			20.637,30	14.044,98	34.309,81	58.206,26	65.228,98
VENTAS							
Ingresos por Ventas			-	-	18.232,70	31.256,06	44.279,42
Kioscos			-	-	18.232,70	31.256,06	44.279,42
Software			-	-	-	-	-
Tarjetas 2 dólares	2	2,00	-	-	9.116	18.232,70	14.847
Tarjetas 5 dólares	5	5,00	-	-	-	313	29.693,26
Tarjetas 8 dólares	8	8,00	-	-	-	1.562,80	886
Tarjetas 10 dólares	10	10,00	-	-	-	-	-
Costos de Ventas			-	-	-	-	-
Emission de Tarjetas	0	45.087	-	-	-	99.807	-
Conexión Telefonía por Internet	0,03		-	-	-	-	-
ALQUILER							
Kioscos			-	-	-	-	-
Software			-	-	-	-	-
PUBLICIDAD			20.637,30	14.044,98	16.077,11	28.960,19	20.949,56
Fisica	3	500	28	20	11.200,00	11.200,00	16
Virtual CPM (Costo por mil)	3	20	63,50	63,50	7.925,30	136,08	181,44
Tarjetas	70	45,09	3.534,81	-	4.877,11	99,81	7.824,89
EGRESOS			55.235,89	79.145,16	82.123,25	91.589,66	100.475,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS			6.824,77	9.940,77	9.492,77	9.492,77	9.492,77
Servicios Basicos			297,97	1.865,97	1.417,97	1.417,97	1.417,97
Teléfono (básico Cat C.)	9,144	1	9,14	1	9,14	1	9,14
Teléfono (min)	0,02	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320	26,40
Agua (m3)	0,8	10	8,00	10	8,00	10	8,00
Luz (Kw)	0,09	250	22,50	250	22,50	250	22,50
Internet (hora)	1	-	-	-	-	-	-
Guardiania	200	1	200,00	1	200,00	1	200,00
Renta	400	-	-	4	1.400,00	3	1.000,00
Alicuotas	45	-	-	-	-	-	-
Sueldos y Salarios			6.526,80	8.074,80	8.074,80	8.074,80	8.074,80
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco	600	1	543,90	1	543,90	1	543,90
Supervisor Comercial Cltas Kiosco	500	1	453,25	1	453,25	1	453,25
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco	800	1	543,90	1	543,90	1	543,90
Supervisor Servicio Tecnico Kiosco	500	1	453,25	1	453,25	1	453,25
Instaladores	400	5	1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00
Asistentes	200	9	1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70
Operadores	400	3	1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80
Adm de Base de Datos y Plataformas	800	-	-	-	-	-	-
Aporte Personal IESS 9.35%		21	-	21	673,20	21	673,20
Aporte Patronal IESS 12.15%		21	-	21	874,80	21	874,80
Decimos			-	-	-	-	-
Gastos de comisiones tarjeta credito			-	-	-	-	-
Impuestos							
Retencion en la Fuente 1%			-	-	-	-	-
Iva Cobrado			-	-	-	-	-
Iva Retenido			-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS			40.084,06	49.754,41	53.180,50	61.638,91	71.532,74
Software			10.998,40	7.616,00	7.616,00	7.616,00	6.092,80
Compra			10.998,40	7.616,00	7.616,00	7.616,00	6.092,80
Administracion Kiosco	300	1	336,00	-	-	-	-
Cliente Kiosco y licencias Windows	340	28	10.662,40	20	7.616,00	20	7.616,00
Desarrollo	300	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	0	1	-	1	-	1	-



FLUJO DE EFECTIVO

Meses	Val. U.	Cantidad	0	1	2	3	4
Saldo Inicial			Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Equipos			264.285,71	229.687,12	164.586,94	116.773,51	83.390,11
Compra	704,02	28	12.221,70	8.729,79	8.729,79	8.729,79	16.997,58
Pago deuda anterior				9.856,21	7.040,15	7.040,15	6.983,83
Fabricacion Kiosco	150	28	4.704,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00	7.040,15
Mantenimiento	20						2.688,00
Material de Instalacion			285,60	285,60	285,60	285,60	285,60
Internet	E.Dedic	E.Local	7.526,40	10.158,40	13.574,40	16.990,40	19.331,20
Banda Ancha (mes)	135	152,5	4.782,40	8.198,40	11.614,40	15.030,40	17.763,20
Instalaciones	58,33333333	87,5	2.744,00	1.960,00	1.960,00	1.960,00	1.568,00
Gastos de Ventas			3.810,24	9.687,92	12.609,28	17.556,48	29.046,87
Costo Emision de Tarjetas	0,07			3.156,08			6.986,51
Conexión Telefonía por Internet	0,03		3.810,24	6.531,84	9.253,44	11.975,04	14.152,32
Gastos de comisiones por venta					3.255,84	5.581,44	7.907,04
Otros			537,72	60,49	65,28	65,28	65,28
Suministros de Oficina			521,37	44,14	48,93	44,14	48,93
Materiales de limpieza			16,35	16,35	16,35	16,35	16,35
Gastos de diseño y remodelacion							
GASTOS PUBLICIDAD			8.327,06	8.168,30	8.168,30	9.176,30	8.168,30
Folleteria			874,88	873,13	873,13	873,13	873,13
Biplicos / Tripticos	0,0525	250	13,13	13,13	13,13	13,13	13,13
Cartas Personalizadas	0,0857	8.333	714,17	714,17	714,17	714,17	714,17
Volantes (Flyers)	0,0175	8.333	145,83	145,83	145,83	145,83	145,83
Pancartas	0	-	-	-	-	-	-
Stickers	0	-	-	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación	0,00175	1.000	1,75	-	-	-	-
Revistas							
Vistazo	0	-	-	-	-	-	-
PCWorld	0	-	-	-	-	-	-
Prensa			900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
El Universo	300	3	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Radio			2.100,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00
Alfa Super Stereo	10,5	200	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00
Frecuencia Mil	10,5	-	-	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00
Radio fuego	0	-	-	600	-	-	-
Television			2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Canal Uno	80	12	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Ecuavisa	100	12	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Internet			500,00	-	-	-	-
Home Page	300	1	300,00	-	-	-	-
Marketing x Email	0,01	20.000	200,00	-	-	-	-
Web CORPECE	0	1	-	-	-	-	-
Web INFORMANTE	0	1	-	-	-	-	-
Web otros	0	1	-	-	-	-	-
Materiales Publicitarios			900,00	-	-	900,00	-
Lápices	0,15	500	75,00	-	-	75,00	-
Plumas	0,2	500	100,00	-	-	100,00	-
Gorras	5	50	250,00	-	-	250,00	-
Camisetas	7	50	350,00	-	-	350,00	-
Llaveros	0,5	250	125,00	-	-	125,00	-
GASTOS FINANCIEROS			-	11.281,68	11.281,68	11.281,68	11.281,68
Gasto de intereses en equipos			-	-	-	-	-
Gastos de intereses en prestamos			-	1.850,00	1.755,68	1.660,42	1.564,21
Cuota Capital Prestamo			-	9.431,68	9.526,00	9.621,26	9.717,47
Otros Gastos							
Saldo Final			229.687,12	164.586,94	116.773,51	83.390,11	48.143,60



FLUJO DE EFECTIVO

	Meses	5	6	7	8	9	10
		Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad
Saldo Inicial		48.143,60		18.867,21		9.110,91	
CAPITAL							
Prestamo Bancario							
Aporte de Socios							
INGRESOS		103.885,11		110.221,87		149.653,76	
VENTAS		57.302,78		67.721,47		107.163,65	
Ingresos por Ventas		57.302,78		67.721,47		107.163,65	
Kioscos		-		-		-	
Software		-		-		-	
Tarjetas 2 dólares		48.707,37	27.089	54.177,18	37.507	75.014,55	23.219
Tarjetas 5 dólares		8.595,42	2.709	13.544,29	6.430	32.149,09	13.467
Tarjetas 8 dólares		-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares		-	-	-	-	-	-
Costos de Ventas		-		-		-	
Emisión de Tarjetas		-	101.279	-	-	-	-
Conexión Telefonía por Internet		-	-	-	-	-	-
ALQUILER		-		-		-	
Kioscos		-		-		-	
Software		-		-		-	
PUBLICIDAD		46.582,32		42.500,39		52.655,41	
Física		22.400,00	12	8.720,00	16	8.960,00	20
Virtual CPM (Costo por mil)		24.182,32	163,30	27.840,15	254,02	33.530,11	353,81
Tarjetas		-	101,28	7.940,24	-	-	-
EGRESOS		133.161,50		119.978,16		143.019,44	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		9.268,77		10.612,77		19.200,83	
Servicios Basicos		1.193,97		2.537,97		969,97	
Teléfono (basico Cat C.)		9,14	1	9,14	1	9,14	1
Teléfono (min)		26,40	1.320	26,40	1.320	26,40	1.320
Agua (m3)		8,00	10	8,00	10	8,00	10
Luz (Kw)		22,50	250	22,50	250	22,50	250
Internet (hora)		-	-	-	-	-	-
Guardiana		200,00	1	200,00	1	200,00	1
Renta		800,00	5	2.000,00	2	600,00	2
Alicuotas		-	-	-	-	-	-
Sueldos y Salarios		8.074,80		8.074,80		8.074,80	
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco		543,90	1	543,90	1	543,90	1
Supervisor Comercial Ctas Kiosco		453,25	1	453,25	1	453,25	1
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco		543,90	1	543,90	1	543,90	1
Supervisor Servicio Tecnico Kiosco		453,25	1	453,25	1	453,25	1
Instaladores		1.813,00	5	1.813,00	5	1.813,00	5
Asistentes		1.631,70	9	1.631,70	9	1.631,70	9
Operadores		1.087,80	3	1.087,80	3	1.087,80	3
Adm de Base de Datos y Plataformas		-	-	-	-	-	-
Aporte Personal IESS 9.35%		673,20	21	673,20	21	673,20	21
Aporte Patronal IESS 12.15%		874,80	21	874,80	21	874,80	21
Decimos		-	-	-	-	-	-
Gastos de comisiones tarjeta credito		-	-	-	-	-	-
Impuestos		-	-	-	-	-	-
Retencion en la Fuente 1%		-	-	-	-	-	-
Iva Cobrado		-	-	-	-	-	-
Iva Retenido		-	-	-	-	-	-
GASTOS OPERATIVOS		104.442,75		89.915,41		104.368,63	
Software		15.232,00		4.569,60		6.092,80	
Compra		15.232,00		4.569,60		6.092,80	
Administracion Kiosco		-	-	-	-	-	-
Cliente Kiosco y licencias Windo		15.232,00	12	4.569,60	16	6.092,80	20
Desarrollo		-	-	-	-	-	-
Mantenimiento		-	1	-	1	-	1

FLUJO DE EFECTIVO

Meses	5	6	7	8	9	10
	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad
Saldo Inicial	48.143,60		18.867,21		15.745,23	
Equipos	30.097,29		21.888,57		18.903,51	
Compra	17.459,57	12	5.237,87	16	8.729,79	20
Pago deuda anterior	5.632,12		14.080,30		5.632,12	
Fabricacion Kiosco	6.720,00	12	2.016,00	16	3.360,00	20
Mantenimiento	-	12	268,80	40	896,00	40
Material de Instalacion	285,60		285,60		285,60	
Internet	26.424,53		27.036,80		33.969,60	
Banda Ancha (mes)	23.811,20	12	25.860,80	16	35.425,60	20
Instalaciones	2.613,33	12	1.176,00	16	1.960,00	20
Gastos de Ventas	32.627,52	-	36.354,24	-	50.590,90	-
Costo Emision de Tarjetas	-		101.278,58		55.827,57	104.067,81
Conexión Telefonía por Internet	22.394,88		24.261,12		29.859,84	
Gastos de comisiones por venta	10.232,64		12.093,12		32.970,24	
Otros	61,41		66,20		20.731,06	
Suministros de Oficina	45,08	-	49,85	-	61,41	-
Materiales de limpieza	16,35	-	16,35	-	45,06	-
Gastos de diseño y remodelacion	-	-	-	-	16,35	-
GASTOS PUBLICIDAD	8.168,30		8.168,30		8.168,30	
Folleteria	873,13		873,13		873,13	
Bípticos / Trípticos	13,13	250	13,13	250	13,13	250
Cartas Personalizadas	714,17	8.333	714,17	8.333	714,17	8.333
Volantes (Flyers)	145,83	8.333	145,83	8.333	145,83	8.333
Pancartas	-	-	-	-	-	-
Stickers	-	-	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación	-	-	-	-	-	-
Revistas	-	-	-	-	-	-
Vistazo	-	-	-	-	-	-
PCWorld	-	-	-	-	-	-
Prensa	900,00		900,00		900,00	
El Universo	900,00	3	900,00	3	900,00	3
Radio	3.360,00		3.360,00		3.360,00	
Alfa Super Stereo	2.100,00	200	2.100,00	200	2.100,00	200
Frecuencia Mil	1.260,00	120	1.260,00	120	1.260,00	120
Radio fuego	-	-	-	-	-	-
Television	2.160,00		2.160,00		2.160,00	
Canal Uno	960,00	12	960,00	12	960,00	12
Ecuavisa	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00	12
Internet	-	-	-	-	-	-
Home Page	-	-	-	-	-	-
Marketing x Email	-	-	-	-	-	-
Web CORPECE	-	-	-	-	-	-
Web INFORMANTE	-	-	-	-	-	-
Web otros	-	-	-	-	-	-
Materiales Publicitarios	-	-	-	-	-	-
Lápices	-	-	-	-	-	-
Plumas	-	-	-	-	-	-
Gorras	-	-	-	-	-	-
Camisetas	-	-	-	-	-	-
Llaveros	-	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	11.281,68		11.281,68		11.281,68	
Gasto de intereses en equipos	-	-	-	-	-	-
Gastos de intereses en prestamos	1.467,04		1.368,89		1.169,76	
Cuota Capital Prestamo	9.814,64		9.912,79		10.112,92	
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-
Saldo Final	18.867,21		9.110,91		15.745,23	



FLUJO DE EFECTIVO

	Meses	11		12	
		Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Saldo Inicial			104.610,12		153.838,09
CAPITAL					
Prestamo Bancario					
Aporte de Socios					
INGRESOS			254.332,06		279.830,57
VENTAS			157.768,70		172.662,54
Ingresos por Ventas			157.768,70		172.662,54
Kioscos			-		-
Software			-		-
Tarjetas 2 dólares	3.944		7.888,44	-	-
Tarjetas 5 dólares	26.821		134.103,40	29.351	146.754,66
Tarjetas 8 dólares	-		-	-	-
Tarjetas 10 dólares	1.578		15.776,87	2.590	25.897,88
Costos de Ventas			-		-
Emisión de Tarjetas			-	135.629	-
Conexión Telefonía por Internet			-		-
ALQUILER			-		-
Kioscos			-		-
Software			-		-
PUBLICIDAD			96.563,35		107.178,03
Física	32		17.920,00	16	8.960,00
Virtual CPM (Costo por mil)	798,34		78.643,35	399,17	87.584,72
Tarjetas	-		-	135,63	10.633,31
EGRESOS			205.104,08		203.882,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS			25.708,60		28.380,03
Servicios Básicos			1.417,97		2.089,97
Teléfono (básico Cat C.)	1		9,14	1	9,14
Teléfono (min)	1.320		26,40	1.320	26,40
Agua (m3)	10		8,00	10	8,00
Luz (Kw)	250		22,50	250	22,50
Internet (hora)	-		-	-	-
Guardiania	1		200,00	1	200,00
Renta	3		1.000,00	4	1.800,00
Alicuotas	-		-	-	-
Sueldos y Salarios			8.074,80		8.074,80
Jefatura de Calidad y Postventa Kiosco	1		543,90	1	543,90
Supervisor Comercial Cltas Kiosco	1		453,25	1	453,25
Jefatura Publicidad y Marketing Kiosco	1		543,90	1	543,90
Supervisor Servicio Técnico Kiosco	1		453,25	1	453,25
Instaladores	5		1.813,00	5	1.813,00
Asistentes	9		1.631,70	9	1.631,70
Operadores	3		1.087,80	3	1.087,80
Adm de Base de Datos y Plataformas	-		-	-	-
Aporte Personal IESS 9.35%	21		673,20	21	673,20
Aporte Patronal IESS 12.15%	21		874,80	21	874,80
Decimos	-		-	-	-
Gastos de comisiones tarjeta credito	-		-	-	-
Impuestos			16.215,83		18.195,26
Retencion en la Fuente 1%	-		-	-	-
Iva Cobrado	-		16.215,83	-	18.195,26
Iva Retenido	-		-	-	-
GASTOS OPERATIVOS			159.945,51		166.072,29
Software			12.185,60		6.092,80
Compra			12.185,60		6.092,80
Administracion Kiosco	-		-	-	-
Cliente Kiosco y licencias Windo	32		12.185,60	16	6.092,80
Desarrollo	-		-	-	-
Mantenimiento	1		-	1	-

E@Kiosco

Pacific

FLUJO DE EFECTIVO

Meses	11		12	
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
Saldo Inicial		104.610,12		153.838,09
Equipos		27.665,41		22.117,87
Compra	32	13.967,86	16	6.983,83
Pago deuda anterior		7.040,15		11.264,24
Fabricación Kiosco	32	5.376,00	16	2.688,00
Mantenimiento	40	896,00	40	896,00
Material de Instalación		285,60		285,60
Internet		45.770,87		47.980,80
Banda Ancha (mes)	32	43.680,00	16	46.412,80
Instalaciones	32	2.090,87	16	1.568,00
Gastos de Ventas	-	74.362,42	-	79.819,81
Costo Emisión de Tarjetas		46.189,44		48.988,80
Conexión Telefonía por Internet		28.172,98		30.830,81
Otros		81,41		81,41
Suministros de Oficina	-	45,06	-	45,06
Materiales de limpieza	-	16,35	-	16,35
Gastos de diseño y remodelación		-		-
GASTOS PUBLICIDAD		8.166,30		8.166,30
Folletería		873,13		873,13
Biplicios / Trípticos	250	13,13	250	13,13
Cartas Personalizadas	8.333	714,17	8.333	714,17
Volantes (Flyers)	8.333	145,83	8.333	145,83
Pancartas	-	-	-	-
Stickers	-	-	-	-
Tarjetas de Presentación	-	-	-	-
Revistas		-		-
Vistazo	-	-	-	-
PCWorld	-	-	-	-
Prensa		900,00		900,00
El Universo	3	900,00	3	900,00
Radio		3.360,00		3.360,00
Alfa Super Stereo	200	2.100,00	200	2.100,00
Frecuencia Mil	120	1.260,00	120	1.260,00
Radio fuego		-		-
Television		2.160,00		2.160,00
Canal Uno	12	960,00	12	960,00
Ecuavisa	12	1.200,00	12	1.200,00
Internet		-		-
Home Page		-		-
Marketing x Email		-		-
Web CORPECE		-		-
Web INFORMANTE		-		-
Web otros		-		-
Materiales Publicitarios		-		-
Lápices		-		-
Plumas		-		-
Gorras		-		-
Camisetas		-		-
Llaveros		-		-
GASTOS FINANCIEROS		11.281,68		11.281,68
Gasto de intereses en equipos		-		-
Gastos de intereses en préstamos		863,24		759,05
Cuota Capital Préstamo		10.418,44		10.522,63
Otros Gastos		-		-
Saldo Final		163.838,09		229.786,37

BALANCE GENERAL PROYECTADO

al final de cada periodo

Mensual, años 1, 2 y 3

	Trimestre 1				Trimestre 2				Trimestre 3				Trimestre 4			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
ACTIVOS	278.702,48	261.596,45	254.641,88	266.991,40	260.882,35	296.487,16	336.884,16	369.059,56	421.875,50	501.346,11	570.203,16	677.568,02	822.046,71			
ACTIVO CORRIENTE	242.520,06	200.659,49	169.569,97	158.404,14	134.525,39	123.266,47	152.744,96	169.247,55	201.760,29	261.547,29	311.240,32	385.815,91	517.959,91			
DISPONIBLE	229.687,12	164.586,94	116.773,51	83.390,11	48.143,60	18.867,21	9.110,91	15.745,23	34.274,87	70.375,92	104.610,12	153.838,09	229.786,37			
Efectivo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00			
Bancos	227.687,12	162.586,94	114.773,51	81.390,11	46.143,60	16.867,21	7.110,91	13.745,23	32.274,87	68.375,92	102.610,12	151.838,09	227.786,37			
EXIGIBLE	-	18.232,70	31.256,06	44.279,42	57.302,78	67.721,47	107.163,65	116.093,95	128.001,02	142.884,86	157.768,70	172.652,54	221.025,02			
ClasCultural - Clientes	-	18.232,70	31.256,06	44.279,42	57.302,78	67.721,47	107.163,65	116.093,95	128.001,02	142.884,86	157.768,70	172.652,54	221.025,02			
REALIZABLE	12.832,93	17.839,84	21.540,40	30.734,61	29.079,00	36.677,79	36.470,40	37.408,37	39.484,40	48.286,50	48.961,50	59.325,27	67.148,42			
Inventario Tarjetas 2	2.743,05	2.173,27	1.245,36	5.559,35	4.037,24	2.344,20	2.097,70	1.246,52	446,52	246,51	-	-	-			
Inventario Tarjetas 5	74,88	74,88	35,35	678,61	571,17	401,86	3.506,26	2.604,58	1.464,57	5.720,98	4.044,68	2.210,25	7.534,94			
Inventario Tarjetas 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Conexión Telefonía por Internet C	3.810,24	6.531,84	9.253,44	11.975,04	14.152,32	22.394,88	24.261,12	26.749,44	29.859,84	32.970,24	36.080,64	46.189,44	48.988,80			
Suministros de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Creditos Tributarios por Ret IVA	6.204,77	9.059,64	10.986,25	12.521,61	10.318,27	11.536,84	5.879,37	6.636,39	7.642,03	8.812,02	8.398,03	10.649,30	9.682,81			
ACTIVO NO CORRIENTE	36.182,42	60.936,96	85.071,91	108.587,26	126.356,96	173.220,69	184.139,20	199.812,01	220.115,21	238.798,82	258.862,84	291.752,11	304.086,91			
ACTIVO FIJO	36.182,42	60.936,96	85.071,91	108.587,26	126.356,96	173.220,69	184.139,20	199.812,01	220.115,21	238.798,82	258.862,84	291.752,11	304.086,91			
Equipos de Kioskos	19.712,42	33.792,72	47.873,02	61.953,32	73.217,56	101.378,16	109.826,34	121.090,58	135.170,68	149.251,18	163.331,48	185.850,96	197.124,20			
Depreciación Acum Eq Kioskos	-	(547,57)	(1.486,25)	(2.816,06)	(4.536,99)	(6.570,81)	(9.386,87)	(12.437,60)	(15.801,23)	(19.555,97)	(23.701,84)	(29.238,92)	(33.401,60)			
Software para Kioskos	9.820,00	16.620,00	23.420,00	30.220,00	35.660,00	49.260,00	53.340,00	58.780,00	65.590,00	72.380,00	79.180,00	90.060,00	95.500,00			
Amortización del Software	-	(272,78)	(734,44)	(1.385,00)	(2.224,44)	(3.215,00)	(4.583,33)	(6.065,00)	(7.697,79)	(9.519,44)	(11.530,00)	(13.729,44)	(16.231,11)			
Enlace de Internet Acumulado	2.450,00	4.200,00	5.950,00	7.700,00	9.100,00	11.433,33	12.483,33	13.893,33	15.633,33	17.383,33	19.133,33	21.000,00	22.400,00			
Amortización Enlace Internet	-	(20,42)	(55,42)	(105,00)	(169,17)	(245,00)	(340,28)	(444,31)	(560,00)	(690,28)	(835,14)	(994,58)	(1.159,58)			
Mueble del Kiosko	4.200,00	7.200,00	10.200,00	13.200,00	15.600,00	21.600,00	23.400,00	25.600,00	28.800,00	31.800,00	34.800,00	39.600,00	42.000,00			
Depreciación del Mueble Kiosk	-	(35,00)	(95,00)	(180,00)	(290,00)	(420,00)	(600,00)	(795,00)	(1.010,00)	(1.250,00)	(1.515,00)	(1.805,00)	(2.135,00)			
Equipos de Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Vehiculos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
DEPOSITO POR GARANTIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Garantía por Arriendo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
PASIVO+PATRIMONIO	278.702,48	261.596,45	254.641,88	266.991,40	260.882,35	296.487,16	336.884,16	369.059,56	421.875,50	501.346,11	570.203,16	677.568,02	822.046,71			
PASIVO	202.608,77	180.289,46	162.213,89	162.976,82	166.454,58	169.788,10	161.734,54	147.834,20	142.332,43	143.690,00	128.736,46	127.610,15	128.106,82			
PASIVO CORRIENTE	137.226,06	123.906,76	116.831,19	117.594,11	101.971,67	104.405,40	96.351,83	82.451,50	76.949,72	78.307,29	63.353,76	62.227,45	62.724,12			
ClasvPagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Fabricación Tarjetas	3.156,08	-	-	6.986,51	-	-	7.089,50	-	-	7.284,75	-	-	9.494,03			
Prestamo Bancario	119.617,30	110.185,62	100.659,62	91.038,37	81.320,90	71.508,25	61.593,47	51.581,55	41.469,51	31.256,35	20.941,07	10.522,63	-			
Cuentas por pagar Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Comisión Ventas (NO)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Distribuidor de Partes	9.850,21	7.040,15	7.040,15	7.040,15	5.632,12	14.080,30	4.224,09	5.632,12	7.040,15	7.040,15	7.040,15	11.264,24	5.632,12			
Retención en la Fuente 1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Iva Cobrado	2.211,14	3.458,32	5.071,41	7.631,74	8.384,18	12.246,84	16.035,43	16.991,15	19.356,05	22.804,69	24.613,86	28.844,56	35.164,61			
Iva Retenido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Cargas Sociales	837,34	1.674,67	2.512,01	3.349,34	4.186,68	5.024,01	5.861,35	6.698,68	7.536,02	8.373,35	9.210,69	10.048,02	10.885,36			
Aportes Personal 9.35%	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20	673,20			
Aportes Patronal 12.15%	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80	874,80			
PASIVO LARGO PLAZO	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70			
Prestamo Bancario	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70	65.382,70			
PATRIMONIO	76.093,71	72.306,98	72.427,88	84.014,59	94.427,78	126.699,06	175.149,62	221.225,36	279.543,07	357.656,11	441.466,69	549.957,87	693.939,89			
Capital Suscrito	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71	79.285,71			
Aportaciones Futuras Capitalizaci	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Utilidades o Perdida	(3.192,00)	(6.978,73)	(6.857,73)	4.728,87	15.142,06	47.413,34	95.863,91	141.939,65	200.257,36	278.370,40	362.180,98	470.672,15	614.654,18			



BALANCE GENERAL PROYECTADO

al final de cada periodo

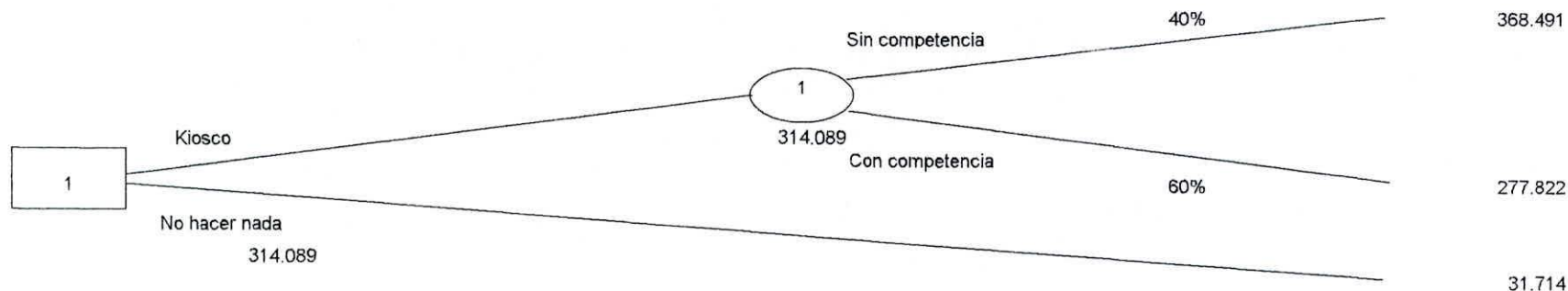
	Años		
	1	2	3
ACTIVOS	822.046,71	1.553.923,61	2.097.383,69
ACTIVO CORRIENTE	517.959,81	1.078.966,05	1.570.807,85
DISPONIBLE	229.786,37	479.239,28	697.822,16
Efectivo	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Bancos	227.786,37	477.239,28	695.822,16
EXIGIBLE	221.025,02	463.073,47	675.168,19
CtasxCobrar - Clientes	221.025,02	463.073,47	675.168,19
REALIZABLE	67.148,42	136.653,29	197.817,50
Inventario Tarjetas 2	-	-	-
Inventario Tarjetas 5	7.534,94	14.952,68	21.315,52
Inventario Tarjetas 10	941,87	1.869,08	2.664,44
Conexión Telefonía por Internet Contratada	48.988,80	100.465,92	144.789,12
Suministros de Oficina	-	-	-
Creditos Tributarios por Ret IVA	9.682,81	19.365,61	29.048,42
ACTIVO NO CORRIENTE	304.086,91	474.957,56	526.575,84
ACTIVO FIJO	304.086,91	474.957,56	526.575,84
Equipos de Kioskos	197.124,20	382.984,16	551.947,76
Depreciacion Acum Eq Kioskos	(33.401,60)	(130.086,33)	(285.908,31)
Software para Kioskos	95.500,00	175.642,86	248.500,00
Amortizacion del Software	(16.231,11)	(61.421,59)	(132.112,06)
Enlace de Internet Acumulado	22.400,00	43.025,00	61.775,00
Amortizacion Enlace Internet	(1.169,58)	(4.440,83)	(9.680,83)
Mueble del Kiosco	42.000,00	77.357,14	109.500,00
Depreciacion del Mueble Kiosk	(2.135,00)	(8.102,86)	(17.445,71)
Equipos de Oficina	-	-	-
Vehiculos	-	-	-
DEPOSITO POR GARANTIA	-	-	-
Garantía por Arriendo	-	-	-
PASIVO+PATRIMONIO	822.046,71	1.553.923,61	2.097.383,69
PASIVO	128.106,82	93.882,70	127.351,24
PASIVO CORRIENTE	62.724,12	93.882,70	127.351,24
CtasxPagar	-	-	-
Fabricacion Tarjetas	9.494,03	18.840,37	26.857,55
Prestamo Bancario	-	-	-
Cuentas por pagar Publicidad	-	-	-
Comision Ventas (NO)	-	-	-
Distribuidor de Partes	5.632,12	7.040,15	7.040,15
Retencion en la Fuente 1%	-	-	-
Iva Cobrado	35.164,61	55.568,82	81.020,18
Iva Retenido	-	-	-
Cargas Sociales	10.885,36	10.885,36	10.885,36
Aportes Personal 9.35%	673,20	673,20	673,20
Aportes Patronal 12.15%	874,80	874,80	874,80
PASIVO LARGO PLAZO	65.382,70	-	-
Prestamo Bancario	65.382,70	-	-
PATRIMONIO	693.939,89	1.460.040,91	1.970.032,44
Capital Suscrito	79.285,71	79.285,71	79.285,71
Aportaciones Futuras Capitalizaciones	-	-	-
Utilidades o Perdida	614.654,18	1.380.755,20	1.890.746,73



		Trimestre 1				Trimestre 2		
		Meses						
		0	1	2	3	4	5	6
ESCENARIO SIN COMPETENCIA								
	(264.285,71)	229.687,12	164.586,94	116.773,51	83.390,11	48.143,60	18.867,21	9.110,91
VAN		\$368.490,59	12%					
TIR		58,03%						
		-139%						

								% Ingresos Año1	85%
								% Ingresos Año2	67%
ESCENARIO CON COMPETENCIA								Probabilidad de Ingreso de la competencia	60%
	(264.285,71)	195.234,05	139.898,90	99.257,48	70.881,59	40.922,06	16.037,13		7.744,27
VAN		\$277.821,59	12%						
TIR		45,50%							

ANALISIS CON ARBOL DE DECISIONES



INDICES o RAZONES FINANCIERAS

RAZONES de Liquidez a Corto Plazo

	1	2	3
Razón Circulante=Activo/Pasivo (Corriente)	8,26	11,49	12,33
Razón Rápida=(Efe+CtaCob)/Pasivo Corriente	7,19	10,04	10,78
Periodo Prom Cobro en días=(CtasCob prom)x365/Ventas	22,47	23,45	24,67
Rotac. Inv=CostoVentas/(Inv.prom Costo)	72,49%	97,56%	111,07%
Rotac. Inv=Ventas/(Inv.prom Costo)	7,42	11,08	12,59
Demora en vender el inventario (días)	4,04	2,71	2,38

RAZONES de Solvencia a Largo Plazo

Pasivo Total / Activo Total	15,58%	6,04%	6,07%
Pasivo Total / Capital Contable	18,46%	6,43%	6,46%
Cobertura Intereses = Util.AntImpInt / Intereses	190,69		

RAZONES de Rentabilidad

ROE = UtilNeta / Capital Contable prom	88,57%	71,13%	37,10%
TasaUtilBruta=UtilBruta / Ventas	83,39%	80,48%	78,71%
Rendimiento sobre Ventas=UtilNeta / Ventas	209,75%	150,47%	73,01%
RotaciónActivos = Ventas / ActivoTotProm	0,36	0,43	0,47
RotaciónActivoFijo = Ventas / ActivoFijo	0,96	1,07	1,33
ROA = Ingreso Operativo / Activo TotProm	17,61%	6,68%	5,23%
ROA = UtilidadNeta / Activo TotProm	74,77%	64,49%	34,20%
UtilXAccion = (UtilNeta - DivAccPref) / Acciones Comunes Prom en Circulacion	614,65	766,10	509,99
ROI = UtilidadNeta / Inversion	775,24%	966,25%	643,23%

RAZONES de Precio de mercado y de Dividendos

Precio-Utilidades = PrecioMercadoAccComun / UtilidadXAccion	0,15	0,12	0,19
Rendimiento sobre Dividendos = DivXAccionComun / PrecioMercadoAccionComun			
Pago de Dividendos = DivXAccionComun / UtilidadXAccion	2,58%	2,07%	3,11%

ARPU Kiosco	2.195,19	2.538,15	2.411,67
ARPU Local	8.780,77	10.152,61	9.646,67
ARPU Tarjeta Vendida	1,57	1,16	0,76



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

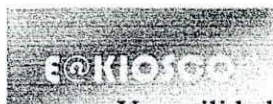
e@kioscos se presenta como un servicio resultante de la alianza estratégica y planes de expansión de las empresas Pacifitel S.A. y Easynet.

Aunque en el mercado global existen infinidad de aplicaciones para los e@kioscos, tales como reducción de costos (como por ejemplo reducción de personal para determinadas labores), proporcionar información específica, generación de ingresos, portales de compra, etc., la opción aquí presentada esta básicamente enfocada en brindar servicios de comunicaciones y siguiendo la idea vendedora “ Ingrese al futuro con e@kiosco su solución en Internet”, este negocio tiene su base en pretender resolver en gran medida la necesidad de la población en la búsqueda de la información a través del Internet, en los diferentes estratos sociales, educativos y culturales, además de permitir a las empresas accionistas el poder redefinir nuevos negocios diferentes al tradicional de telefonía fija, como acceso de Internet, webhosting, publicidad, banda ancha, wireless, etc., que sin duda le permiten ser reconocida como la solución a sus problemas de telecomunicaciones.

Bajo el esquema planteado en el presente documento, se necesita sólo de la adición de departamentos de soporte y supervisión en el área técnica, y de marketing en el área comercial, compartiendo para el resto de operaciones los recursos humanos y material de Pacifitel y Easynet. Sin embargo los cálculos realizados presentan los gastos reales en los que incurre un negocio para su total operación.

Los criterios que priman en la selección e implementación de e@kioscos son:

- Competitividad de precio
- Participación en el mercado
- Velocidad de navegación
- Accesibilidad
- Lealtad del cliente
- Rentabilidad
- Tecnología
- Diversificación de servicios
- Fácil Interacción y manejo



- Versatilidad



Las opciones de implementación en cuanto al hardware, software y medio de acceso dependen básicamente de la localización del e@kiosco y de la utilidad del mismo.

En base a estos criterios, el software escogido presenta ventajas en cuanto a su gestión y administración, sin embargo este no es estrictamente necesario, pues en el mercado se pueden adquirir varios tipos que así mismos pueden ser perfectamente customizables.

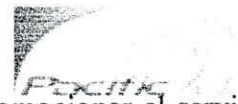
En cuanto a medios de acceso la implementación básica de los equipos será en topología estrella. Las conexiones en la ciudad de Guayaquil serán en su mayoría vía ADSL. Sin embargo en las localidades que se ha considerado la operación, tales como Santa Elena, La Libertad, Salinas y Manta, de acuerdo a los análisis de costos, la implementación será mediante acceso locales dedicados al proveedor de Internet, en este caso Easynet.

Para los casos en que no existiese cobertura del proveedor en la localidad, se considerará la alternativa de un enlace satelital o enlace dedicado de Pacifictel dependiendo de los costos.

El nuevo negocio tendrá su propia fuerza de ventas, tanto para conseguir socios estratégicos para la instalación del e@kiosco como para la venta de las tarjetas prepago. El negocio tiene dos partes: el posicionamiento de los e@kioscos, los cuales se alquilan, y la prestación del servicio de acceso por medio de la venta de tarjetas prepago.

No se piensa en primera instancia en contratar servicios de terceros para la venta y distribución del producto.

El servicio de e@kiosco será ofertado en su etapa inicial en los locutorios de mayor concurrencia en las localidades de Guayaquil, Samborondón, Península y Manta, así como en puntos estratégicos como Aeropuertos, Centros comerciales, Universidades y lugares turísticos.



El enfoque publicitario será masivo, de tal forma que además de promocionar el servicio del e@kiosco en el menor tiempo posible, permita ofrecer servicios a terceros.

Este proyecto se financia en un 30% con capital de accionistas y el 70% con préstamo financiero, por lo que todos los análisis contienen los gastos por conceptos de intereses de dicho préstamo.

La etapa de estabilización del proyecto esta dada en el primer año, siendo los años dos y tres la etapa de madurez.

El cálculo de EBITDA nos permite evaluar el flujo de liquidez y de cierta forma la comparación entre la empresa y su entorno dentro del mismo sector de la industria. Calculando el margen del EBITDA para el primer año de e@kiosco tenemos un valor de 1.65 lo que significa que los ingresos son 1.65 veces el valor de utilidad operativa calculada por el EBITDA o en su defecto que el EBITDA es 60.6% de los ingresos.

Tomando en consideración un escenario real con 60% de competencia, y con el análisis de flujo de efectivo que en definitiva nos permite medir la liquidez y tomar las medidas compensatorias durante el seguimiento y evaluación del negocio, se incluyen desde el inicio del primer año, dos rubros significativos por venta de publicidad, tanto externa (publicidad física en el mueble de e@kiosco y en tarjetas prepago) como publicidad en el software (banners publicitarios). Estos valores han sido considerados dado el auge muy representativo que se ha dado a la publicidad en este tiempo.

Los valores correspondientes a las tarjetas prepago han sido considerados también en función del conocimiento y utilización proyectada de los e@kioscos.

Los valores obtenidos en las razones financieras nos permiten evaluar la factibilidad de implementación de este negocio. Así los valores de TIR y VAN que se muestran a continuación

$VAN = 327,404.94$

$TIR = 58.91 \%$

$ARPU = 1,701.12$ al final del primer año



Nos permiten inferir que los flujos que se generan son capaces de recuperar la inversión inicial de 264,285.71 dólares (185,000.00 dólares producto del préstamo bancario y 79,285.71 dólares del capital de accionistas), además de obtener el 58.91 % de rentabilidad.

Sobre esta misma base y dado que la rentabilidad es superior a la tasa mínima de retorno definida por los socios (12%), se concluye que el proyecto es económicamente factible.

El riesgo de aceptabilidad en el mercado ha sido considerado como superable, esto se refleja en el hecho de basar un escenario con competencia del 40%. Una de las ventajas que sobresalen del negocio será brindar tecnología actualizada a un bajo costo, ya que definitivamente el área de las telecomunicaciones, y en este caso la utilización del Internet para búsqueda de información se vuelve cada vez más dinámica.

e@kioscos tendrá la filosofía de siempre velar por que los servicios que presta se realicen de una manera transparente y honesta, con la mejor calidad de servicio.

La tecnología bien utilizada y empleada bajo premisas éticas y morales, concebida sobre la base de valores, y promoviendo valores, puede ayudar a la humanidad a salir de crisis, ayudar a crecer y desarrollar nuevas tecnologías, nuevas habilidades y destrezas para el crecimiento de un país, de una región.

Uno de los grandes poderes que tiene la tecnología y la informática es el hecho de poder promover o deteriorar en cada uno de nosotros los VALORES HUMANOS, encontrando caminos para la plena realización del individuo como persona y como ser humano.

Por lo tanto este proyecto es la oportunidad de promover de forma eficaz los VALORES HUMANOS.

Es cierto también que el Internet contiene tanta información y tan variada que es casi imposible controlarla y filtrarla de manera eficiente, sin embargo actualmente existen herramientas muy buenas que evitan en un porcentaje muy alto que se filtren contenidos maliciosos, pornográficos o dañinos, con anti-valores hacia los navegantes o ínter nautas.



El buen uso de la tecnología puede promover muchas cosas pero mal empleada también puede distorsionar la mente y la conducta humana. La promoción de la ética es uno de los puntos que se puede aprovechar para mejorar la sociedad ecuatoriana, así como también la responsabilidad social, donde hacemos concientización de los problemas sociales y ambientales dentro de este mundo globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Conceptos de Administración Estratégica, Fred R. David
- Innovación Empresarial, Rodrigo Varela
- Administración, Robbins - Coulter
- Liderazgo centrado en Principios, Stephen R. Covey
- Plantación estratégica, Michael Porter
- El proceso estratégico, Mintzberg – Quinn
- Administración, Stoner, Freeman, Gilbert
- www.inen.gov.ec
- www.inec.gov.ec
- www.bce.fin.ec
- www.alegro.com.ec
- www.bvg.fin.ec
- www.pacifictel.net
- www.supertel.gov.ec
- www.conatel.gov.ec
- www.conam.gov.ec
- www.achiet.net
- www.telefonicadechile.com
- www.telefonica.com.pe
- www.cft.gob.mx
- www.eluniverso.com
- www.vistazo.com
- www.americaeconomia.com
- www.minfinanzas.ec-gov.net
- www.bellsouth.com.ec
- www.porta.net
- www.conam.gov.ec
- www.telenexo.com

ANEXO A

ESTUDIO DE MERCADO

**ENCUESTA, RESULTADOS,
PROYECCION DE VENTAS,
CRONOGRAMA DE TRABAJO**



ANEXO A. - ENCUESTA



Favor responder las siguientes preguntas de acuerdo a las opciones correspondientes, esta encuesta es con fines académicos e investiga el mercado sobre el uso del servicio de Internet a través del uso de e@kiosco en la ciudad de Guayaquil, utilizando una tarjeta de prepago. Agradezco su colaboración

1.- ¿Considera Ud. que el costo de acceso desde el domicilio es más costoso que desde un punto de red público?

- ☐ SI
- ☐ NO

2.- Sus preferencias se basan en:

- ☐ Precio
- ☐ Ubicación
- ☐ Velocidad de acceso
- ☐ Privacidad

3.- ¿En qué lugares considera mas adecuado navegar?

4.- Su principal motivación para navegar en Internet es: (Marcar con un número del 1 al 6 en orden de preferencias)

- ☐ Leer y consultar noticias.
- ☐ Leer e investigar temas de estudio.
- ☐ Entretenimiento: música, cine, chistes, juegos en línea, sexo.
- ☐ Charteear, enviar correos.
- ☐ Compras: artículos, reservaciones de espectáculos, vacaciones.
- ☐ Pagos en línea: transferencias, créditos/debitos, servicios básicos, etc.

5.- ¿Cuáles son los lugares más indicados para acceder a navegar de acuerdo sus facilidades? (Marcar con un número del 1 al 5 en orden de preferencias)

- ☐ Centros de Estudios
- ☐ Centros Comerciales
- ☐ Centros de Atención de Pacifictel
- ☐ Tiendas de Departamentos, gasolineras
- ☐ Ferias, espectáculos, sitios de eventos

6.- ¿Cuántas horas promedio en la semana le dedica a navegar? (una sola respuesta)

- ☐ Menos de una hora
- ☐ Una a dos horas
- ☐ Dos a Cinco horas
- ☐ Cinco a diez horas
- ☐ Mas de diez horas

7.- Con qué frecuencia ingresa al Internet.

- ☐ Una vez al mes.
- ☐ Una vez a la semana.
- ☐ De dos a cuatro veces semana.
- ☐ Todos los días.

8.- ¿Qué disponibilidad en horarios deben tener los usuarios para poder acceder a este servicio?

- ☐ 24 horas al día
- ☐ Horas laborables



Considera Ud. que el costo de acceso desde el domicilio es más costoso que desde un punto de red público?

SI	92%
NO	

Sus preferencias se basan en:

☐ Precio	33%
☐ Ubicación	19%
☐ Ubicación Velocidad de acceso	29%
☐ Privacidad	19%

En qué lugares considera mas adecuado navegar?

Centro de estudio	10%	culquier lugar	30%	domicilio	33%
oficina	20%		centros comerciales		7%

Su principal motivación para navegar en Internet es: (Marcar con un número del 1 al 6 en orden de preferencias)

☐ Leer e investigar temas de estudio.	5
☐ Leer y consultar noticias.	4
☐ Charteear, enviar correos.	3
☐ Compras: artículos, reservaciones de espectáculos, vacaciones.	3
☐ Pagos en línea: transferencias, créditos/debitos, servicios básicos, etc.	2
☐ Entretenimiento: música, cine, chistes, juegos en línea, sexo.	1

¿Cuáles son los lugares más indicados para acceder a navegar de acuerdo sus facilidades?

(Marcar con un número del 1 al 5 en orden de preferencias)

☐ Centros de Estudios	8%
☐ Centros de Atención de Pacifictel	17%
☐ Centros Comerciales	18%
☐ Tiendas de Departamentos, gasolineras	27%
☐ Ferias, espectáculos, sitios de eventos	29%

Cuántas horas promedio en la semana le dedica a navegar? (una sola respuesta)

☐ Menos de una hora	33%
☐ De una hora a dos horas	8%
☐ Dos a Cinco horas	42%
☐ Cinco a diez horas	8%
☐ Mas de diez horas	8%

Con qué frecuencia ingresa al Internet.

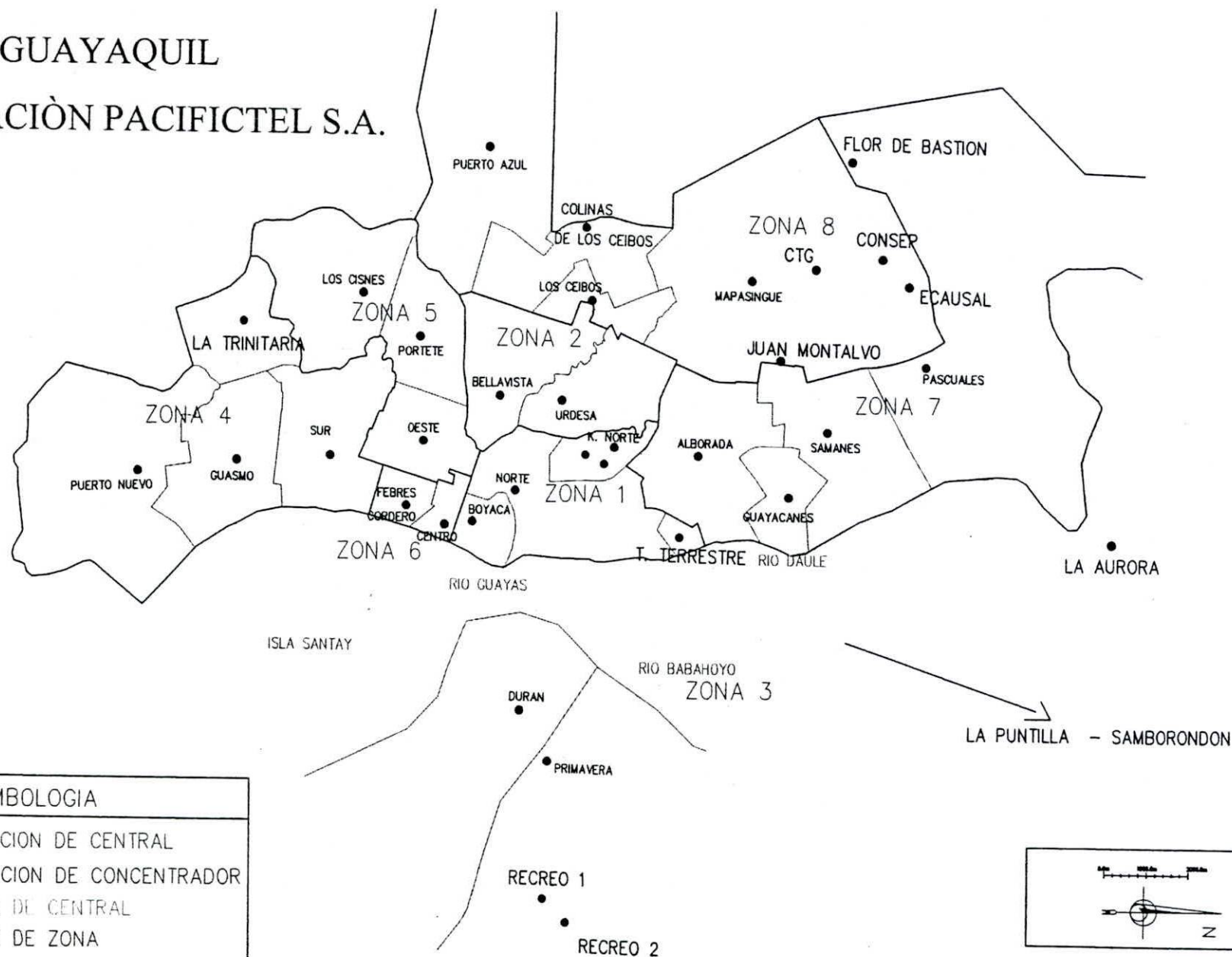
☐ Una vez al mes.	0%
☐ Una vez a la semana.	8%
☐ De dos a cuatro veces semana.	42%
☐ Todos los días	50%

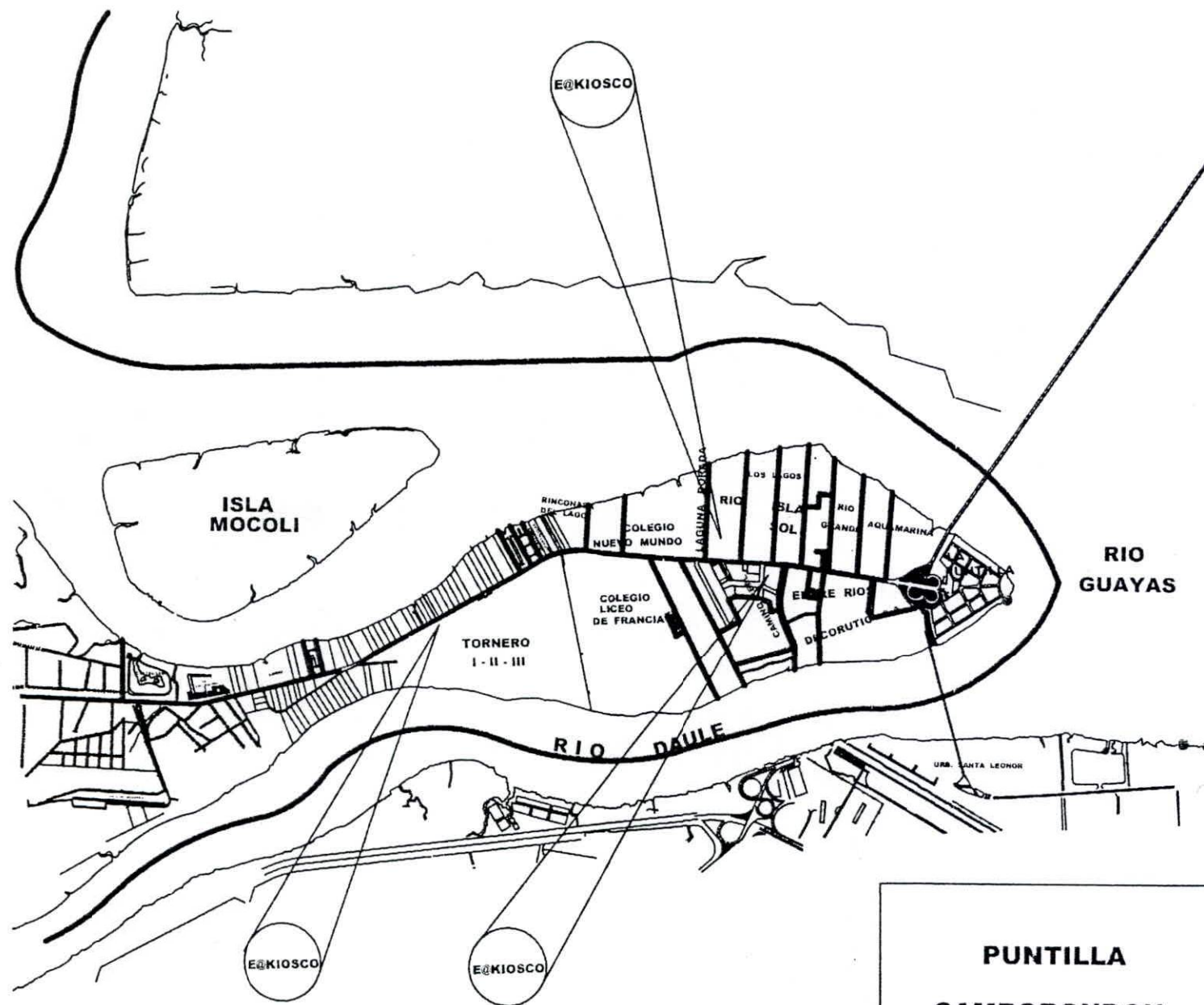
Qué disponibilidad en horarios deben tener los usuarios para poder acceder a este servicio?

☐ 24 horas al día	92%
☐ Horas laborables	8%

GUAYAQUIL

ZONIFICACIÓN PACIFICTEL S.A.





PRESUPUESTO DE INGRESOS

VENTAS Mensual, años 1, 2 y 3

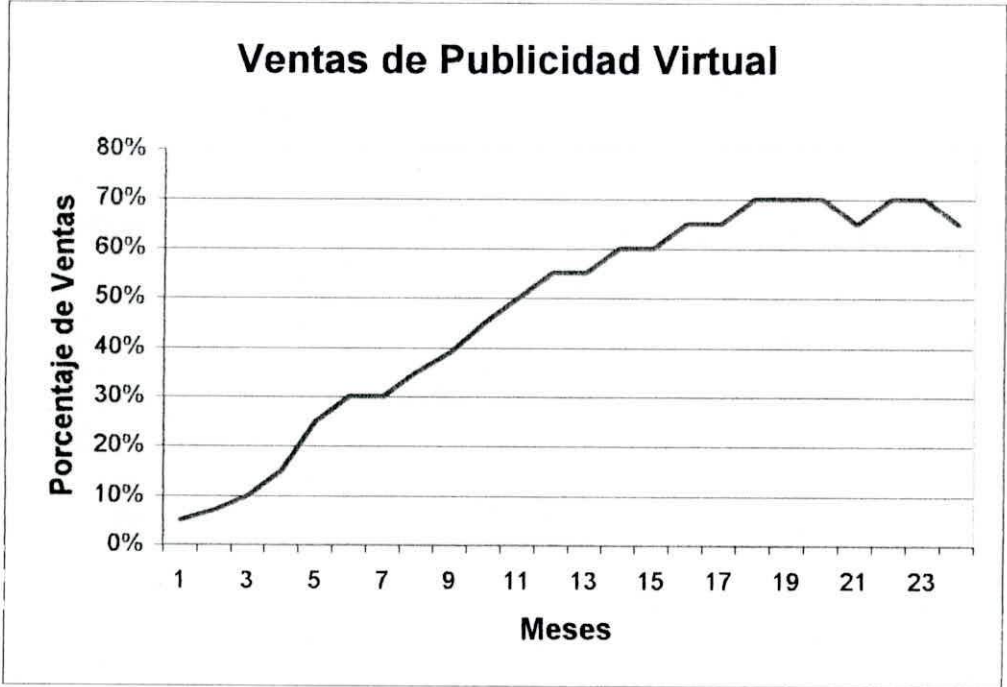
	Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Volumen de Ventas	9.116	15.159	20.811	26.073	29.797	43.937	36.918	32.640	31.720	32.343	31.941	39.785
Tarjetas 2 dólares	9.116	14.847	19.926	24.354	27.089	37.507	23.219	12.800	7.144	3.944	-	-
Tarjetas 5 dólares	-	313	886	1.719	2.709	6.430	13.467	19.200	23.433	26.821	29.351	35.364
Tarjetas 8 dólares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares	-	-	-	-	-	-	232	640	1.143	1.578	2.590	4.421
Precio Unitario												
Tarjetas 2 dólares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Tarjetas 5 dólares	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Tarjetas 8 dólares	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Tarjetas 10 dólares	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Costo de Venta Unitario												
Tarjetas 2 dólares	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Tarjetas 5 dólares	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Tarjetas 8 dólares	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Tarjetas 10 dólares	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Ventas	18.233	31.256	44.279	57.303	67.721	107.164	116.094	128.001	142.885	167.769	172.663	221.025
Tarjetas 2 dólares	18.233	29.693	39.851	48.707	54.177	75.015	46.438	25.600	14.288	7.888	-	-
Tarjetas 5 dólares	-	1.563	4.428	8.595	13.544	32.149	67.334	96.001	117.166	134.103	146.755	176.820
Tarjetas 8 dólares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares	-	-	-	-	-	-	2.322	6.400	11.431	15.777	25.898	44.205
Costo de Ventas	638,14	1.061,14	1.466,79	1.825,09	2.085,82	3.075,60	2.584,25	2.284,82	2.220,43	2.263,98	2.236,85	2.784,92
Tarjetas 2 dólares	638,14	1.039,26	1.394,80	1.704,76	1.896,20	2.625,51	1.625,32	896,01	500,10	276,10	-	-
Tarjetas 5 dólares	-	21,88	61,99	120,34	189,62	450,09	942,68	1.344,01	1.640,32	1.877,45	2.054,57	2.475,48
Tarjetas 8 dólares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares	-	-	-	-	-	-	16,25	44,80	80,02	110,44	181,29	309,44
Margen de Contribución	17.594,56	30.194,92	42.822,63	55.477,69	65.635,65	104.088,06	113.509,70	125.716,21	140.664,43	155.504,72	170.416,69	218.240,11
Tarjetas 2 dólares	17.594,56	28.654,00	38.456,68	47.002,61	52.280,98	72.389,04	44.812,27	24.704,20	13.788,39	7.612,34	-	-
Tarjetas 5 dólares	-	1.540,92	4.365,95	8.475,08	13.354,67	31.699,01	66.391,81	94.656,76	115.525,27	132.225,95	144.700,10	174.344,54
Tarjetas 8 dólares	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarjetas 10 dólares	-	-	-	-	-	-	2.305,63	6.355,25	11.350,77	15.666,43	25.716,60	43.895,67
Costos Fijos	16.758,49	17.682,39	20.736,67	23.782,39	25.876,67	34.073,21	33.467,49	36.243,21	39.647,49	42.693,21	45.747,49	51.673,21
Utilidad	1.836,07	12.512,53	22.085,96	31.695,30	39.758,98	70.014,84	80.052,21	89.473,00	101.016,94	112.811,51	124.669,20	166.566,90



Demanda de Publicidad Virtual

Mes Porcentaje de Ventas

1	5%
2	7%
3	10%
4	15%
5	25%
6	30%
7	30%
8	35%
9	39%
10	45%
11	50%
12	55%
13	55%
14	60%
15	60%
16	65%
17	65%
18	70%
19	70%
20	70%
21	65%
22	70%
23	70%
24	65%



Financiamiento Préstamo

Tabla de Amortización con Valor Constante de Pago

Interés Anual	12%	Total Pagado	203.070,22
Plazo	18 meses	Intereses	18.070,22
Capital Deuda Total	185.000	Costo Capital	9,77%

Cuota	Mes	Capital Deuda	Capital Pagado	Intereses	Valor mensual	Saldo Capital	% Capital Pagado
1	Enero	185.000,00	9.431,68	1.850,00	11.281,68	175.568,32	5,10%
2	Febrero	175.568,32	9.526,00	1.755,68	11.281,68	166.042,33	5,15%
3	Marzo	166.042,33	9.621,26	1.660,42	11.281,68	156.421,07	5,20%
4	Abril	156.421,07	9.717,47	1.564,21	11.281,68	146.703,60	5,25%
5	Mayo	146.703,60	9.814,64	1.467,04	11.281,68	136.888,96	5,31%
6	Junio	136.888,96	9.912,79	1.368,89	11.281,68	126.976,17	5,36%
7	Julio	126.976,17	10.011,92	1.269,76	11.281,68	116.964,25	5,41%
8	Agosto	116.964,25	10.112,04	1.169,64	11.281,68	106.852,22	5,47%
9	Septiembre	106.852,22	10.213,16	1.068,52	11.281,68	96.639,06	5,52%
10	Octubre	96.639,06	10.315,29	966,39	11.281,68	86.323,77	5,58%
11	Noviembre	86.323,77	10.418,44	863,24	11.281,68	75.905,33	5,63%
12	Diciembre	75.905,33	10.522,63	759,05	11.281,68	65.382,70	5,69%
13	Enero	65.382,70	10.627,85	653,83	11.281,68	54.754,85	5,74%
14	Febrero	54.754,85	10.734,13	547,55	11.281,68	44.020,72	5,80%
15	Marzo	44.020,72	10.841,47	440,21	11.281,68	33.179,25	5,86%
16	Abril	33.179,25	10.949,89	331,79	11.281,68	22.229,36	5,92%
17	Mayo	22.229,36	11.059,39	222,29	11.281,68	11.169,98	5,98%
18	Junio	11.169,98	11.169,98	111,70	11.281,68	0,00	6,04%
TOTAL DEUDA		185.000,00		18.070,22	203.070,22		

El Prestamo Bancario se da en funcion del 70 % del valor necesario para la inversion
El 30 % restante es aportes de socios





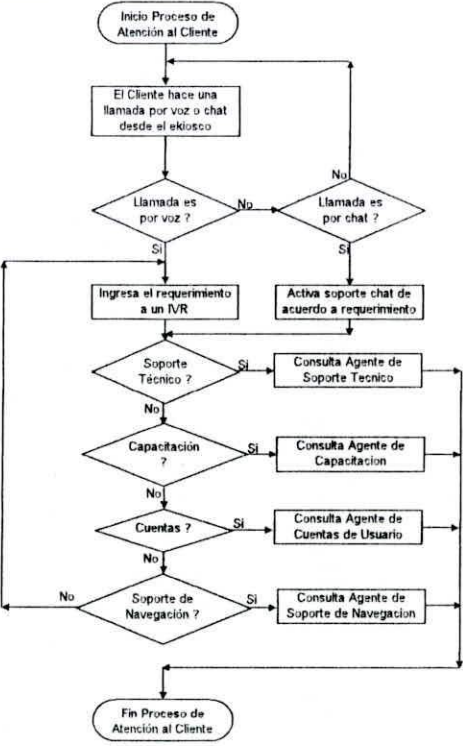
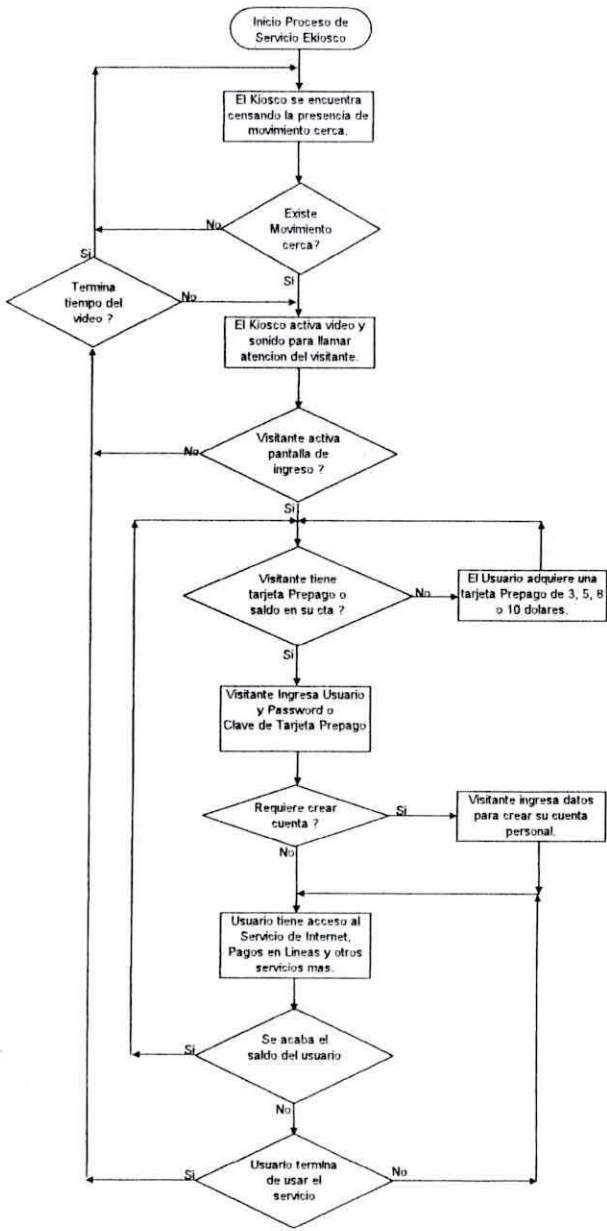
e@Kiosco

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Servicio, elaboración, atención, etc.

El Servicio

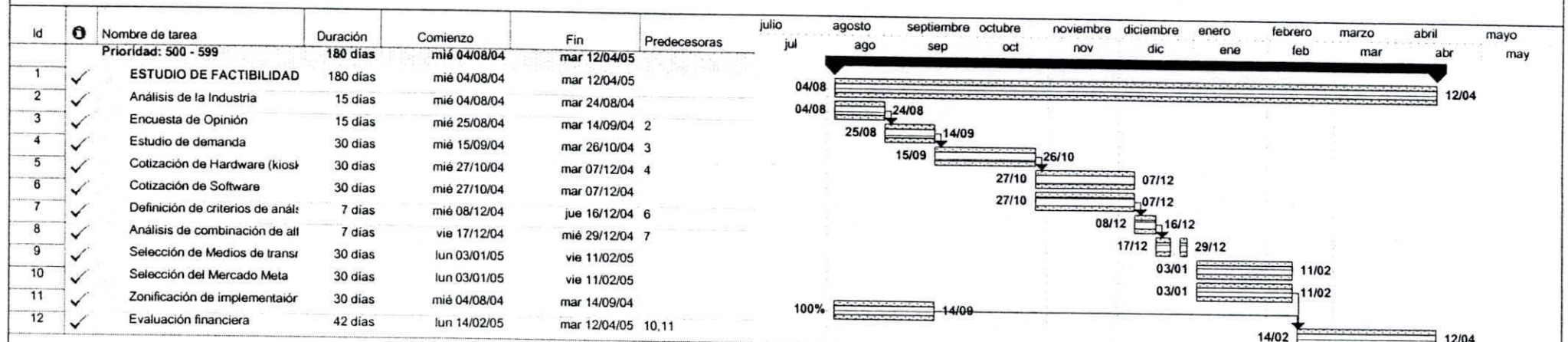
La Atención al Cliente



KIOSKO DE INTERNET

CRONOGRAMA DE TRABAJO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

E@KIOSKO



Tarea crítica

Division

Progreso de tarea

Hito

Hito de linea de base



Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

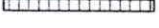


Fecha limite



Resumen

Progreso del resumen



Division prevista



Linea de base



Progreso de tarea



0%



ANEXO B

DESCRIPCION DE HARDWARE Y MEDIOS DE ACCESO DE E@KIOSCO S



ANEXO B.

DESCRIPCIÓN HARDWARE DE E@KIOSCO S

Equipo 1		Equipo 2	
Procesador Intel Pentium 4 de 2.8 Ghz Main board Intel 845 Case Super Power Disco Duro de 80Gb Memoria Ram 512 Mb DDR Tarjeta De Video de 32 Mb. Tarjeta De Sonido Full Duplex 16 Bit Tarjeta de Red 10/100 Fax Modem 56 Kps Cd-Writer 52x32x52 Samsung Floppy De 3 1/2 (1.44 Mb) Monitor 17" Samsung Teclado Multimedia Genius Mouse Optico Genius Parlantes y Micrófono	\$879.0	Procesador AMD Athlon XP 2600 Main board BIOSTAR Case Super Power Disco Duro de 80Gb Memoria Ram 256 Mb DDR Tarjeta De Video de 32 Mb. Tarjeta De Sonido Full Duplex 16 Bit Tarjeta de Red 10/100 Fax Modem 56 Kps Cd-Writer 52x32x52 Samsung Floppy De 3 1/2 (1.44 Mb) Monitor 15" Samsung Teclado Multimedia Genius Mouse Optico Genius Parlantes y Micrófono	\$680
I.V.A.	\$105.5		\$81.6
TOTAL	\$984.5		\$761.6

ALQUILER DEL LOCAL

	PLAN 1	PLAN 2
Mall del Sol		
Contrato por seis meses renovables		
Valor mensual de concesión		
Area 4 m ²	450	600
Derecho de llave el doble del alquiler	900	1200
	1350	1800
Area 6 m ²	600	750
Derecho de llave el doble del alquiler	1200	1500
	1800	2250

ANALISIS DEL MEDIO DE ACCESO

TOPOLOGIA: ESTRELLA

[illegible][illegible]



ANEXO C

SISTEMA DE GESTION Y FACTURACION PARA LOCUTORIOS TELEFONICOS Y CIBERS CAFES

CL10 Millenium



CL10 Millenium es un sistema integral de gestión y facturación con enrutador incorporado para locutorios telefónicos, que permite tener en todo momento un control estricto de las cabinas de Fax y de Internet.

CL10 Millenium Gestión Remota es un software eficiente de gestión remota que ha sido desarrollado para las empresas que prestan el servicio de Internet telefónico a locutorios o gestionan varios locutorios telefónicos remotos.

Cabinas de Voz
Cabinas de Fax
Cabinas de Internet

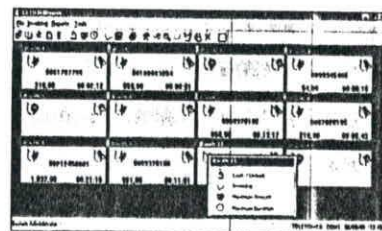
Sistema de gestión, facturación y enrutamiento para locutorios telefónicos

CL10 Millenium

Se compone de un software de aplicación bajo Windows, de una o varias cajas multiplexoras, y de unidades de visualización que se instalan en las cabinas.

El equipo permite:

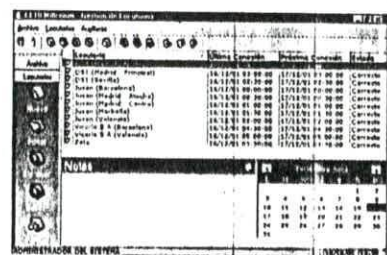
- Monitorizar en tiempo real hasta 20 cabinas de voz y/o fax.
- Configurar cabinas de Internet para contabilizar y facturar la conexión.
- Facturar las llamadas de forma automática o manual.
- Facturar cualquier artículo vendido en el locutorio y gestionar los niveles de stock.
- Enrutar las llamadas a través del operador seleccionado.
- Analizar la actividad del locutorio gracias a una amplia gama de informes.
- Detectar el comienzo de la llamada según diferentes modalidades incluyendo la detección de voz para llamadas IP.



CL10 Millenium Gestión Remota

Permite realizar remotamente las siguientes funciones en cada locutorio:

- Establecer créditos.
- Bloquear el sistema.
- Recibir datos e incidencias (llamadas, desconexión de la línea telefónica de la cabina, reinicio del sistema).
- Actualizar totalmente o parcialmente las tarifas y enrutamientos incluyendo números prohibidos.
- Restringir o suprimir el acceso local a las tarifas.

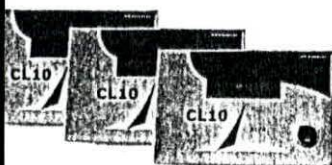


Sistema de Gestión y Facturación para Locutorios Telefónicos y Cibercafés

CL10 Alfa

CL10 Alfa es un sistema integral de gestión y facturación para locutorios telefónicos y cibercafés, que permite mantener un estrecho control sobre las cabinas de Voz, de Fax y de Internet. Se compone de un software de aplicación bajo Windows, una o varias cajas multiplexoras, y unidades de visualización instaladas en las cabinas. El equipo permite:

- Monitorizar en tiempo real hasta **24 cabinas** de voz o fax.
- Facturar las llamadas de forma **automática** o manual.
- Monitorizar en tiempo real hasta **24 puestos de Internet**, y facturar la conexión.
- Crear bonos por tiempo o por importe para sesiones de Internet.
- Establecer un **importe máximo** o una **duración máxima** por llamada, por cliente o por sesión de Internet.
- Facturar cualquier artículo vendido en el locutorio y **gestionar los niveles de stock**.
- Analizar la actividad del locutorio gracias a una amplia **gama de informes**: Usuarios, Cambios de turno, Cierres de caja, Llamadas Anuladas, Producción, Resumen de facturación, Registro de Movimientos, Destinos habituales, Artículos, Periodos de desconexión.
- Detectar el comienzo de la **llamada** mediante 6 modalidades distintas: Inversión de polaridad, Tono DTMF, Tempos, Botón "Push to talk" (opcional), Impulsos 12/16 khz (opcional), Primer impulso (opcional).
- Encriptar la base de datos con el fin de evitar manipulaciones fraudulentas.
- Configurar el **precio al cliente** y el **coste real** para cada llamada, según destino, prefijo, mercado, día de la semana y franja horaria. Las tarifas pueden actualizarse por correo electrónico.



El display permite visualizar el destino, coste y duración de la llamada en tiempo real



- El software opcional **CL10 Gestión Remota**, ha sido diseñado específicamente para empresas que prestan el servicio de tráfico telefónico a locutorios, o que gestionan varios locutorios remotos.
- En cada locutorio, **CL10 Gestión Remota** permite realizar las siguientes operaciones de forma remota:
- Establecer **créditos** y **bloquear** el sistema.
- Recibir **datos e incidencias** (llamadas realizadas, desconexión de la línea telefónica de la cabina, reinicio del sistema).
- Actualizar totalmente o parcialmente las **tarifas**.
- Restringir o suprimir el **acceso local** a las tarifas.

REQUISITOS

Locutorio: Pentium III o superior con Windows 98, 2000 XP y mínimo de 128Mb RAM.
Cibercafé: Pentium III o superior con Windows 2000 o XP. Puestos de Internet con Windows XP.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

- Capacidad: Hasta 24 cabinas de voz o fax y 24 puestos de Internet por locutorio. 8 cabinas por multiplexora.
- Cómputo: Por duración / destino o impulsos (opcional).
- Conexiones: RJ11 (entre cabina y teléfono), RJ45 (entre cabina y multiplexora), RS232 (entre multiplexora y PC).

Locutorio Sevilla

23/06/04 11:47			
Ticket:			231
ARTICULO	PVP	UDS	IMP
Refresco	0,90	2	1,80
Tarj. Prepago	6,00	1	6,00
TOTAL: € 7,80			

Gracias por su visita

C
L
10

A
L
F
A

CONTROL TOTAL

El operador del sistema puede monitorizar en tiempo real el estado de hasta 20 cabinas de voz/fax en una pantalla, así como intervenir sobre el estado de estas cabinas. Por otra parte, con un solo clic puede visualizar el estado de hasta 20 cabinas de Internet.

El cliente sólo puede llamar a los números o destinos configurados en el sistema y un importe máximo o duración máxima pueden ser establecidos por llamada o por cliente.

Cualquier artículo vendido en el locutorio puede ser facturado y su nivel de stock gestionado. La base de datos está encriptada con el fin de evitar manipulaciones fraudulentas.

CLIENTE SATISFECHO

El cliente ve mientras esta hablando el número que ha marcado o el destino, y opcionalmente la duración y coste de la llamada.

Al finalizar sus llamadas, recibe un ticket detallado.

En consecuencia el cliente controla su gasto y se siente bien atendido.

LOCUTORIO LOCAL C/Vivero, 5 - Madrid	
24/04/03 16:35	
Ticket:	18
Nro. Marcado:	005178347789
Destino:	Perú
Duración:	00:11:17
Importe:	4,11
16% IVA Incluido	0,57
TOTAL:	4,11
Cabina:	3
Gracias por su visita	

LOCUTORIO LOCAL C/Vivero, 5 - Madrid			
24/04/03 16:35			
Ticket:			114
ARTÍCULO	PVP	UDS	IMP
Tarjeta Prepago:	12,00	1,00	12,00
TOTAL:			12,00
Gracias por su visita			

ENRUTADOR

El software incorpora un enrutador que permite seleccionar diferentes operadores en función de la cabina, del destino y de la franja horaria. Hasta 100 operadores y sin límite en el número de destinos.

INFORMES

Una amplia gama de informes permite un análisis exhaustivo de la actividad del locutorio.

- Usuarios
- Cambios de turno
- Cierres de caja
- Llamadas anuladas
- Producción
- Resumen de facturación
- Registro de movimientos
- Destinos habituales
- Artículos
- Períodos de desconexión

CONFIGURACIÓN

Tarifas: franjas horarias, precio al cliente, coste real, operadores. Número ilimitado de destinos.

Ticket: personalizable mediante selección de los campos y la cabecera. Disponible en múltiples idiomas.

Display: permite visualizar en tiempo real el destino, coste y duración de la llamada.

Detección del comienzo de la llamada: inversión de polaridad, detección de voz, tono multi-frecuencia, detección de impulsos 12/16 KHz, detección de voz + pulsador, botón "Push to talk", tiempos.

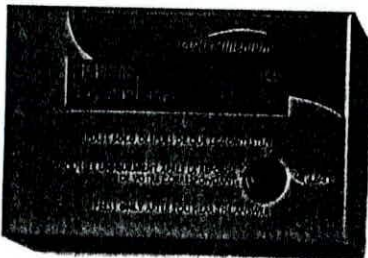
Posibilidad de actualizar tarifas por correo electrónico.

REQUISITOS

PC Pentium III o superior. Mínimo Windows 98 con 128Mb de RAM.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Capacidad	Hasta 20 cabinas de voz/fax y 20 cabinas de Internet por locutorio. 8 cabinas por caja multiplexora.
Dimensiones	158mm x 105mm x 50mm (unidad de cabina). Display iluminado.
Cómputo	Por duración/destino. 7 opciones de inicio de cómputo. Funcionamiento multi-operador con enrutamiento.
Conexiones	RJ-11 entre cada cabina y el teléfono. RJ-45 entre cada cabina y la caja multiplexora. RS-232 entre la caja multiplexora y el PC.





ANEXO D

MARCO REGULATORIO

**REGISTRO OFICIAL 527
VIERNES 18 DE FEBRERO DEL 2005
“SOBRE LA REGULACION DE LOS
CENTROS DE ACCESO A
INTERNET Y CIBERS CAFES”
No. 073-02-CONATEL-2005**



REGISTRO OFICIAL

ORGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR

Administración del Sr. Ing. Lucio E. Gutiérrez Borbúa
Presidente Constitucional de la República

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

Año III -- Quito, Viernes 18 de Febrero del 2005 -- Nº 527

DR. RUBEN DARIO ESPINOZA DIAZ
DIRECTOR

Quito: Avenida 12 de Octubre N 16-114 y Pasaje Nicolás Jiménez
Dirección: Telf. 2901 - 629 -- Oficinas centrales y ventas: Telf. 2234 - 540
Distribución (Almacén): 2430 - 110 -- Mañosca Nº 201 y Av. 10 de Agosto
Sucursal Guayaquil: Calle Chile Nº 303 y Luque -- Telf. 2527 - 107
Suscripción anual: US\$ 250 -- Impreso en Editora Nacional
2.500 ejemplares -- 40 páginas -- Valor US\$ 1.00

SUMARIO:

	Págs.		Págs.
FUNCION LEGISLATIVA		2525	Concédese a la señora Fanny Moncayo Narváez, pensión vitalicia mensual en el equivalente de dos remuneraciones básicas mínimas legales o sectoriales 5
EXTRACTOS:		2526	Declárase en comisión de servicios en el exterior al ingeniero Leonardo Escobar Bravo, Ministro de Agricultura y Ganadería 5
Proyecto de Ley interpretativa de los artículos 10, 66, 103, 108 y 109 de la Ley Régimen Tributario Interno, publicada el Registro Oficial N° 265 de 27 de febrero de 1998	2	2527	Declárase en comisión de servicios en el exterior al ingeniero Leonardo Escobar Bravo, Ministro de Agricultura y Ganadería 6
Proyecto de Ley Reformatoria a la Ley de Tránsito y Transporte Terrestres	3	2528	Autorízase el viaje de la Ministra de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, señora Ivonne Juez de Baki a Cartagena-Colombia 6
Proyecto de Ley Reformatoria al Código Penal	3	2529	Acéptase la renuncia a la ingeniera Joyce Higgins de Ginatta 6
FUNCION EJECUTIVA		2530	Dase de baja de la Fuerza Terrestre, al SUBT. de COM. Angel Polivio Hidalgo Córdova 7
DECRETOS:		ACUERDOS:	
Declárase en comisión de servicios en el exterior a la señora Gladys Eljuri de Alvarez, Ministra de Turismo	4	MINISTERIO DEL AMBIENTE:	
Autorízase el viaje y declárase en comisión de servicios en la ciudad de Panamá, al doctor Carlos Larrea Estrada, Subsecretario General Jurídico de la Presidencia de la República	4	130	Apruébase el Estatuto de la Fundación Provincia Verde "FUNPROVER", domiciliada en la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas 7
Autorízase el viaje y declárase en comisión de servicios en Lima-Perú al doctor Fabián Valdivieso Eguiguren, Ministro del Ambiente y al doctor José Miguel Vásconez Ribadeneira, Coordinador de la Comisión de Negociación de Temas Ambientales	4		

	Págs.
132 Apruébase el Estatuto de la Fundación para la Investigación, Medio Ambiente y Servicio "Nuestro Sol", domiciliada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay	8
138 Derógase el Acuerdo Ministerial N° 047 de 3 de junio del 2004, publicado en el Registro Oficial N° 366 de 29 de junio del mismo año	9
MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS:	
031-2005 Modifícase el Acuerdo Ministerial N° 313 de 22 de diciembre del 2004	9
039-2005 Delégase a la Subsecretaria Administrativa, para que autorice la emisión de especies valoradas	9
040-2005 Autorízase la emisión e impresión de varias especies valoradas	10
042-2005 Autorízase la emisión e impresión de ciento cincuenta mil (150.000) formularios para el otorgamiento de pasaportes	11
MINISTERIO DE GOBIERNO:	
0013 Apruébase el Estatuto Social de la Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de la Provincia de Zamora Chinchipe (ASOJUPARZA)	11
CONSULTAS DE AFORO:	
CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA:	
005 Relativo al producto: DYNAMISAN	12
006 Relativo al producto: VITALUX	13

RESOLUCIONES:

CONSEJO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES - CONATEL:	
073-02-CONATEL-2005 Expídese la regulación de los centros de acceso a internet y cibercafés	15
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS:	
NAC-DGER2005-0039 Dispónese que las sociedades, públicas o privadas, personas naturales obligadas a llevar contabilidad y los empleadores, en su calidad de agentes de retención, deberán presentar en medio magnético la información relativa a las retenciones en la fuente del impuesto a la renta realizadas en el período comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de cada año	18

FUNCION JUDICIAL**CORTE SUPREMA DE JUSTICIA
PRIMERA SALA DE LO
LABORAL Y SOCIAL:**

Recursos de casación en los juicios laborales seguidos por las siguientes personas:

228-2003 Jaime Iván Luzuriaga Arce en contra de la Compañía Industrias Guapán S. A.	19
229-2003 José Leopoldo Gualpa Guamán en contra de la Compañía Industrias Guapán S. A. ...	21
230-2003 Segundo Macario Rosales Calle en contra de la Compañía Industrias Guapán S. A. ...	24
258-2003 Pedro Manuel Carrillo Vélez en contra de la Compañía Industrias Guapán S. A.	26
259-2003 Juan Antonio Buestán Buestán en contra de la Compañía Industrias Guapán S. A. ...	29

ORDENANZAS MUNICIPALES:

002-2005 Cantón Milagro: Que crea a partir del año 2005 la Dirección de Bienestar Social, Educación, Salud, Cultura y Deportes	32
003-2005 Cantón Milagro: Sustitutiva que reglamenta el pago de dietas a concejales principales	33
- Gobierno Municipal de Quijos: Que regula el funcionamiento de los sitios destinados a mercado, la ocupación de puestos en ferias, comercialización de productos, ventas ambulatorias y regularización de las ferias en las parroquias	34
- Gobierno Municipal de Quijos: Que expide el Reglamento para el manejo del fondo de caja chica	38

CONGRESO NACIONAL**EXTRACTO DEL PROYECTO DE LEY
ART. 150 DE LA CONSTITUCION POLITICA**

NOMBRE:	"INTERPRETATIVA DE LOS ARTICULOS 10, 66, 103, 108 Y 109 DE LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. PUBLICADA EN EL REGISTRO OFICIAL N° 265 DE 27 DE FEBRERO DE 1998".
CODIGO:	26-567.
AUSPICIO:	H. JOSE LUIS COLUMBO.
COMISION:	DE LO CIVIL Y PENAL.
FECHA DE INGRESO:	26-01-2005.
FECHA DE ENVIO A COMISION:	01-02-2005.

N° 073-02-CONATEL-2005

**CONSEJO NACIONAL DE
TELECOMUNICACIONES
CONATEL****Considerando:**

Que el avance tecnológico ha impulsado el crecimiento de nuevas tecnologías sobre diferentes servicios y aplicaciones de telecomunicaciones como la internet, cuya utilización debe masificarse, debido a la gran variedad de aplicaciones;

Que la Resolución 399-18-CONATEL-2002, publicada en el Registro Oficial 643 de 19 de agosto del 2002, contiene las normas que regulan de manera adecuada la prestación de servicios que ofrecen los ciber cafés o centros de información y acceso a la red internet, sin embargo es necesario incorporar aspectos relacionados con el uso de voz sobre Internet;

Que el plan de conectividad y las políticas de masificación de Internet establecidas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones requieren la participación de diferentes estamentos de la sociedad, así como marcos regulatorios flexibles que permitan el acceso de la gran mayoría de la población a la red de Internet;

Que en comisión conformada por delegados de los miembros del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, se analizaron los mecanismos adecuados para el funcionamiento y operación de los centros de información y acceso a la red de internet o "Ciber Cafés";

Que la regulación debe basarse en criterios objetivos, no discriminatorios, proporcionales y transparentes; y,

En ejercicio de sus facultades legales,

Resuelve:**EXPEDIR LA REGULACION DE LOS CENTROS DE
ACCESO A INTERNET Y CIBER CAFES.**

ARTICULO 1.- Definir como "Ciber Cafés" a los "Centros de información y acceso a la red de Internet", que permiten a sus usuarios acceder a dicha red mediante terminales de usuario final, en un punto, local o ubicación determinados, abiertos al público o a un grupo definido de personas, mediante el uso de equipos de computación y demás terminales relacionados.

ARTICULO 2.- Se prohíbe expresamente la prestación de servicios de telecomunicaciones finales o portadores sin contar con el título habilitante correspondiente y solo se los podrá prestar mediante convenios de reventa, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente.

ARTICULO 3.- La voz sobre internet podrá ser ofrecida por los centros de información y acceso a la red de internet o "Ciber Cafés" de acuerdo a las siguientes condiciones:

a) La voz sobre internet podrá ofrecerse exclusivamente para tráfico internacional saliente, prohibiéndose su utilización para la realización de llamadas locales,

regionales, llamadas de larga distancia nacional, llamadas a servicios celulares o llamadas a servicio móvil avanzado;

b) El número de equipos terminales asignados para uso de voz sobre internet, en ningún caso podrá exceder del 25% (veinticinco por ciento) de la capacidad total de terminales instalados para atención al público en los "Centros de información y acceso a la red Internet" o "Ciber Cafés";

c) Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" que cuenten con dos (2) o tres (3) terminales totales, podrán asignar solo uno para uso de voz sobre internet;

d) Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" que ofrezcan voz sobre Internet, de conformidad con lo señalado en los literales a) y b) del presente artículo requerirán únicamente de un certificado de registro, de conformidad con el artículo 7 de la presente resolución;

e) Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" deberán presentar semestralmente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones reportes relacionados con las aplicaciones prestadas por los ciber cafés en los formatos a publicarse en la página web del CONATEL; y,

f) Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" deberán presentar semestralmente a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones y a la Superintendencia de Telecomunicaciones, reportes relativos al tráfico de voz que cursan por internet en los formatos a publicarse en la página web del CONATEL.

ARTICULO 4.- Se prohíbe a los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" el uso de dispositivos de conmutación, tales como Gateways o similares que permitan conectar las llamadas sobre internet a la red telefónica pública conmutada, a las redes de telefonía móvil celular o del servicio móvil avanzado y de esta manera permitan la terminación de llamadas en dichas redes.

ARTICULO 5.- Quedan excluidos de la presente regulación los establecimientos que deseen ofrecer voz sobre internet y que no cumplan con las condiciones establecidas en los artículos 3 y 4 de la presente resolución, independientemente de la facilidad tecnológica que utilicen; dichos establecimientos deberán sujetarse a lo que se establece en el "Reglamento del servicio de telefonía pública".

ARTICULO 6.- Quedan excluidos de la presente regulación los locutorios, cabinas y otros establecimientos que ofrezcan el servicio de transmisión de voz, ya sea por medio de conmutación de paquetes o utilizando conmutación de circuitos. Estos establecimientos deberán sujetarse a lo que se establece en el "Reglamento del servicio de telefonía pública, o a la reventa de servicios".

ARTICULO 7.- Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés", previo a su operación, tienen que obtener un registro en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, para lo cual deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Para personas naturales:

• Solicitud dirigida al señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones.

• Copia del RUC.

• Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del peticionario (para solicitantes ecuatorianos), o copia del pasaporte debidamente visado (para solicitantes extranjeros).

• Copia del contrato firmado con el respectivo proveedor del servicio de internet autorizado (ISP).

• Copia del contrato firmado con la empresa de servicios portadores o de servicios finales que provea el enlace hacia el ISP.

Formulario de registro a publicarse en la página web del CONATEL, el cual deberá contener como información mínima:

- i. Tipo de red utilizada: cableada o inalámbrica.
- ii. Detalle del número total de terminales.
- iii. Detalle del número de terminales destinados para navegación.
- iv. Detalle del número de terminales destinados para voz sobre internet.
- v. Diagrama esquemático de la red a implementarse en el establecimiento.

Para personas jurídicas:

• Solicitud dirigida al señor Secretario Nacional de Telecomunicaciones.

• Copia de la escritura de constitución de la compañía o en caso de sociedades extranjeras, de la que contenga su domiciliación en el Ecuador.

• Copia del nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil. Las sociedades extranjeras presentarán, por su lado, copia del respectivo poder, asimismo inscrito en el Registro Mercantil.

• Copia del RUC.

• Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal de la compañía.

• Copia del contrato firmado con el respectivo proveedor de internet autorizado (ISP).

• Copia del contrato firmado con la empresa de servicios portadores o de servicios finales que provea el enlace hacia el ISP.

• Formulario de registro a publicarse en la página web del CONATEL, el cual deberá contener como información mínima:

- i. Tipo de red utilizada: cableada o inalámbrica.
- ii. Detalle del número total de terminales.
- iii. Detalle del número de terminales destinados para navegación.
- iv. Detalle del número de terminales destinados para voz sobre internet.
- v. Diagrama esquemático de la red a implementarse en el establecimiento.

ARTICULO 8.- Los ciber cafés que utilicen redes de área local inalámbricas, a fin de obtener el certificado de registro correspondiente, deberán cumplir con lo establecido en el Art. 23 del Reglamento de Radiocomunicaciones (Resolución 556-21-CONATEL-2000, publicado en el Registro Oficial 215 del 30 de noviembre del 2000).

ARTICULO 9.- Una vez presentada la documentación completa para el registro de "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" y luego del análisis favorable correspondiente, la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, procederá a entregar el certificado de registro, previo el pago de los derechos correspondientes.

ARTICULO 10.- Por derechos de registro, los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés", cancelarán a la Secretaría el valor de trescientos dólares (300), por una sola vez.

Adicionalmente, por concepto de costos administrativos de la emisión del certificado de registro, los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés", cancelarán a la Secretaría el valor de cien (100) dólares.

Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés", cancelarán a la Secretaría el valor único de cien (100) dólares, en los siguientes casos:

- Cuando dispongan de sólo dos (2) terminales totales.
- Cuando operen en zonas rurales y urbano marginales determinadas por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.

Los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" que ofrezcan servicio sin costo directo o indirecto al usuario, estarán exentos del pago de cualquier rubro por registro o emisión del certificado. Para el efecto, deberán probar documentadamente su condición de proveedores de servicios gratuitos.

ARTICULO 11.- El certificado de registro, tendrá vigencia por un año y deberá ser renovado en el transcurso de los sesenta (60) días previos a su terminación, para lo cual deberá remitirse el formulario de registro con la información actualizada allí requerida y, posteriormente, realizar el pago de los derechos correspondientes por concepto de costos administrativos de la emisión del certificado de registro. De no solicitarse la renovación dentro del plazo establecido, el certificado de registro caducará sin necesidad de notificación alguna.

ARTICULO 12.- De registrarse cambios en la operación de los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés", ya sea en el tipo de red, número de terminales o proveedores de los servicios portadores y/o finales, así como del ISP, estos cambios deberán ser registrados en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, máximo 30 días luego de ser realizados.

ARTICULO 13.- Dentro del "Plan de difusión y masificación del uso de Internet" y de las políticas del Consejo Nacional de Telecomunicaciones para la conectividad en el Ecuador se crea el "Plan Internet para todos", bajo los siguientes principios de operación:

1. El objetivo del "Plan Internet para todos" es promocionar, facilitar y permitir el acceso de los sectores más vulnerables de la sociedad, que por su condición económica, social, cultural, étnica o localización geográfica tienen escasa posibilidad de acceder a la red de internet.
2. Los "Centros de información y acceso a la red Internet" o "Ciber cafés" que deseen formar parte del "Plan Internet para Todos" podrán manifestar su voluntad expresa de hacerlo al momento de registrarse en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones o en cualquier momento posterior, una vez obtenido el correspondiente registro.
3. Como prestación social al ser parte del plan deberá permitir el uso del 40% del total de los terminales para navegación gratuita y correo electrónico a los miembros de gremios, asociaciones, fundaciones o instituciones que sean designadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones como beneficiarios del plan.
4. La aplicación de este plan para la navegación gratuita y correo electrónico se realizará por 4 horas diarias, de conformidad con el horario establecido en el registro, el cual deberá ser debidamente difundido.
5. En casos especiales la Secretaría podrá autorizar a los "Centros de información y acceso a la red Internet" a conectarse a los proveedores del servicio de internet mediante enlaces propios, siempre y cuando se verifique la imposibilidad de medios de acceso de empresas debidamente autorizadas o que la calidad de los servicios finales o portadores en dicha localidad no garantiza la calidad del servicio.
6. Aquellos "Centros de información y acceso a la red internet" que participen del "Plan Internet para todos" se encuentran exentos del pago de derechos establecidos en el artículo diez de la presente resolución.
7. Sin perjuicio de que en el futuro el Consejo Nacional de Telecomunicaciones incluya otros gremios, asociaciones, fundaciones o instituciones, se consideran beneficiarios del "Plan Internet para todos" a:
 - a) Alumnos de instituciones de educación primaria, secundaria y superior;
 - b) Docentes de instituciones educativas;

c) Médicos colegiados; y,

d) Personal de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional.

ARTICULO 14.- Salvo el caso expresado en el artículo trece, numeral 5, la red de acceso entre los "Centros de información y acceso a la red de Internet" o "Ciber Cafés" y los proveedores de servicios de valor agregado, puede presentarse bajo las siguientes modalidades:

- a) Mediante un contrato de servicios portadores, con una empresa debidamente autorizada; o,
- b) Utilizando servicios finales, con una empresa debidamente autorizada

ARTICULO 15.- Las actividades de los establecimientos regulados por el presente instrumento, serán supervisadas y controladas por la Superintendencia de Telecomunicaciones de acuerdo con la ley.

ARTICULO 16.- Los establecimientos regulados por el presente instrumento tienen la obligación de prestar, en todo momento, las facilidades del caso a la Superintendencia de Telecomunicaciones para la inspección de las instalaciones y para que se realicen las pruebas necesarias que permitan determinar si el funcionamiento del establecimiento está conforme con el registro correspondiente. No será necesaria notificación escrita previa para la inspección.

ARTICULO 17.- Los actuales titulares de registros vigentes emitidos por la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, deberán adecuar su funcionamiento y operación a las disposiciones que constan en esta resolución y en un plazo no mayor a sesenta días (60) contados desde su publicación en el Registro Oficial. Sin perjuicio de lo anterior, se aclara que tales titulares podrán seguir realizando sus actividades al amparo de los registros concedidos.

ARTICULO 18.- Las infracciones serán aquellas establecidas en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. Esta resolución deroga la 399-18-CONATEL-2002.

SEGUNDA. La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, 25 de enero del 2005.

f.) Ing. Freddy Rodríguez Flores, Presidente del CONATEL.

f.) Dr. Julio Martínez-Acosta, Secretario del CONATEL.

Certifico es fiel copia del original.

f.) Secretario CONATEL.



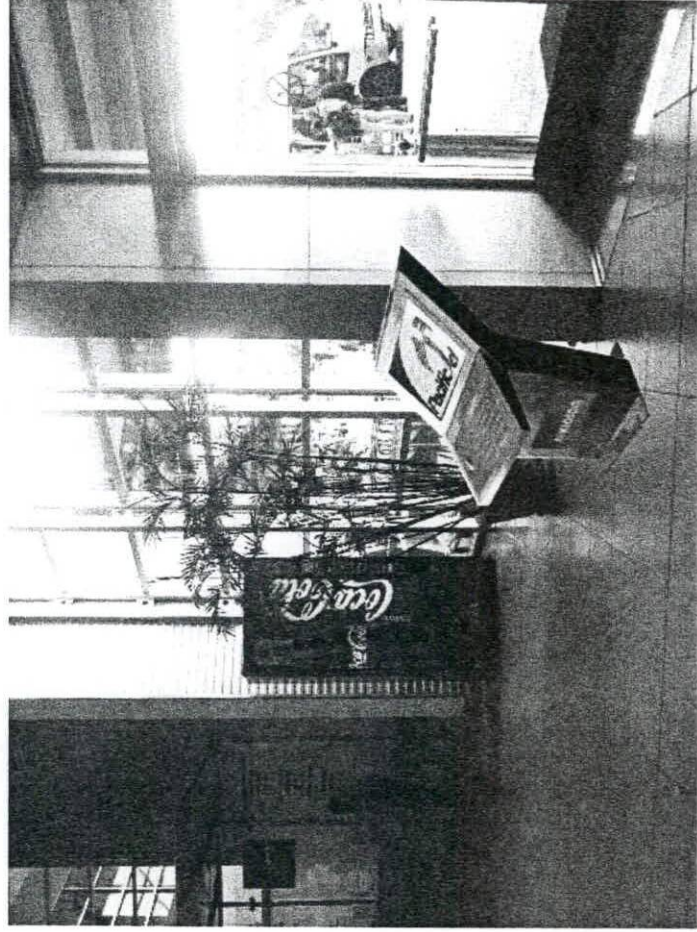
ANEXO E

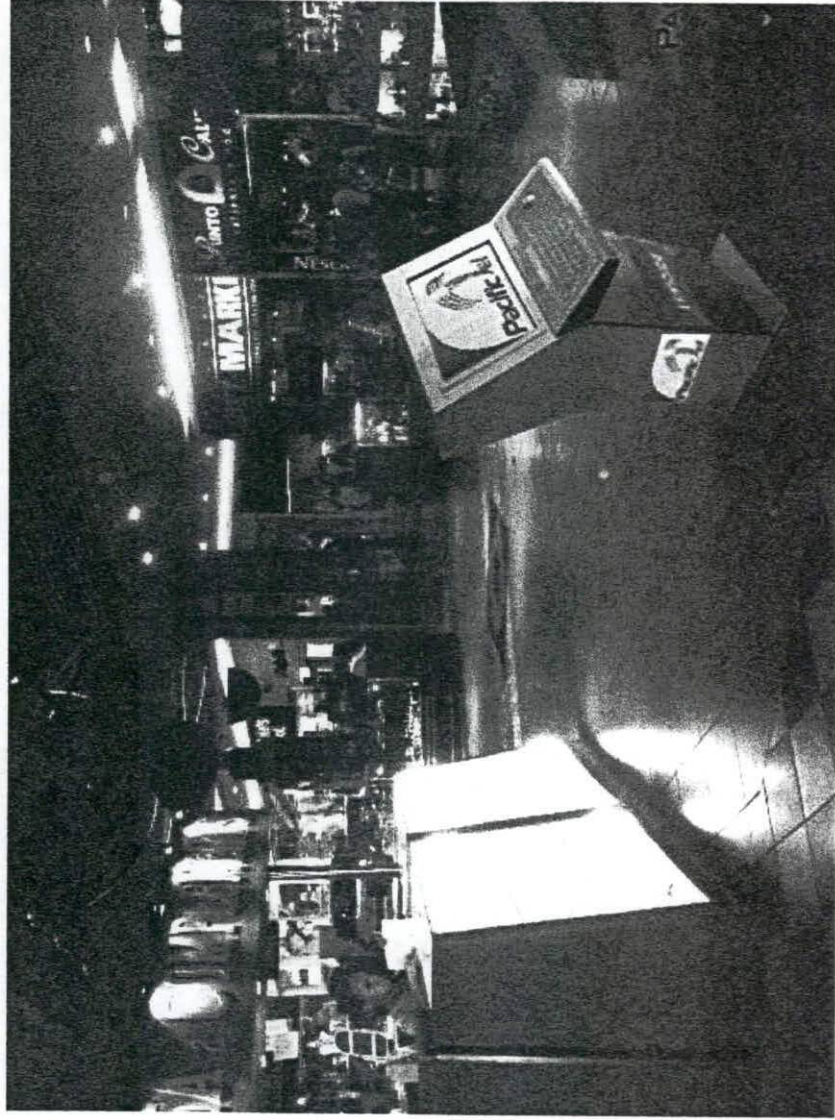
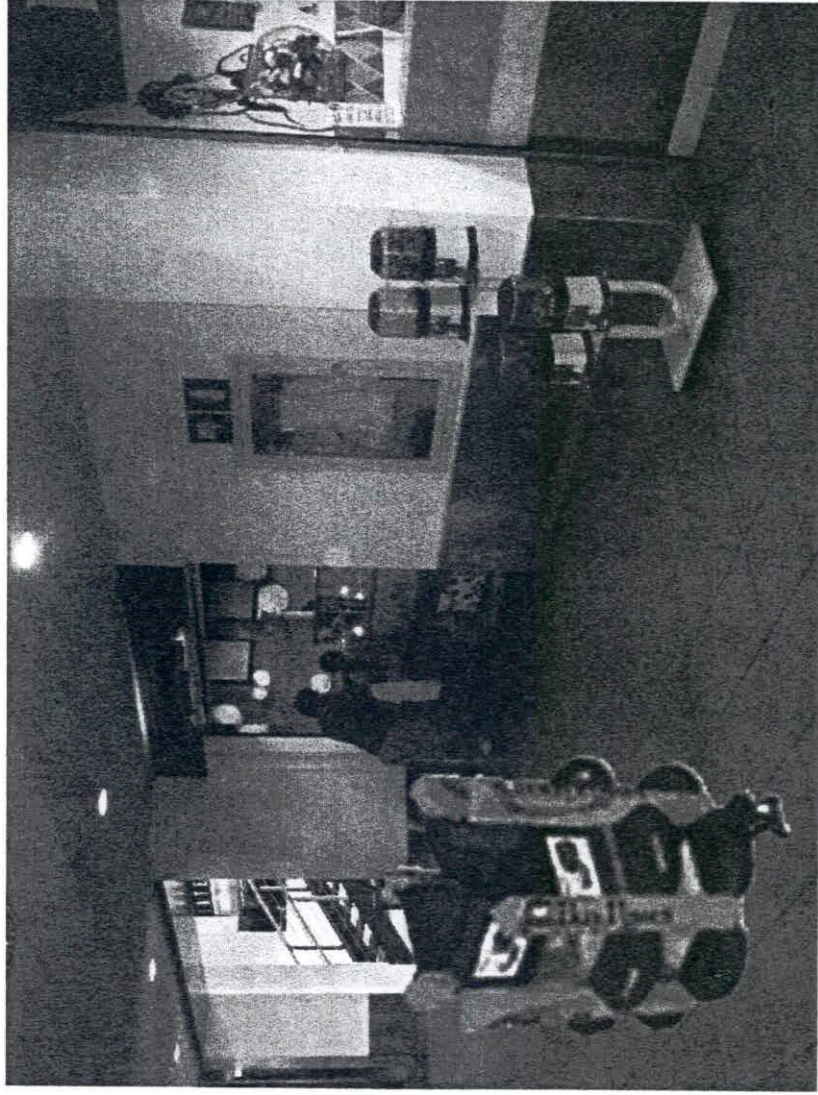
PUBLICIDAD Y MERCADEO



PRESUPUESTO DE GASTOS EN PUBLICIDAD Anual

TIPO DE PUBLICIDAD		Valor Unit.	Cantidad	Total
Folleteria				
Bipticos / Tripticos	?	0,0525	3.000	157,50
Cartas Personalizadas		0,086	100.000	8.570,00
Volantes (Flyers)		0,0175	100.000	1.750,00
Pancartas				-
Stickers				-
Tarjetas de Presentación	?	0,00175	1.000	1,75
				-
Publicaciones				
REVISTAS				
Vistazo				-
PCWorld				-
				-
PRENSA				
El Universo		300	36	10.800,00
				-
RADIO				
Alfa Super Stereo		10,50	2.400	25.200,00
Frecuencia Mil		10,50		-
Radio fuego				-
				-
TELEVISION				
Canal Uno	20seg	80	144	11.520,00
Ecuavisa	20seg	100	144	14.400,00
				-
INTERNET				
Home Page		300	1	300,00
Marketing x Email	?	0,01	20.000	200,00
Web CORPECE		0	1	-
Web INFORMANTE		0	1	-
Web otros		0	1	-
				-
Materiales Publicitarios				
Lápices	?	0,15	1.000	150,00
Plumas	?	0,2	1.000	200,00
Gorras	?	5	100	500,00
Camisetas	?	7	100	700,00
Llaveros	?	0,5	500	250,00
				-
TOTAL PUBLICIDAD				74.699,25





\$1 LA HORA

Ekiosco

**Accesibilidad,
disponibilidad y
velocidad al mejor
precio**

GRATIS

HASTA 30 MINUTOS
POR TARJETA PREPAGO
DE \$5 EN ADELANTE



- Para mantenerse comunicado
- Consultar información
- Entretenimiento, juegos, chat
- Realizar transacciones de pago de servicios básicos
- Acceso al usuario con prepago
- Navegación en forma anónima o si prefiere crear su cuenta
- Puede hacer uso de su crédito en una o varias sesiones hasta agotarlo

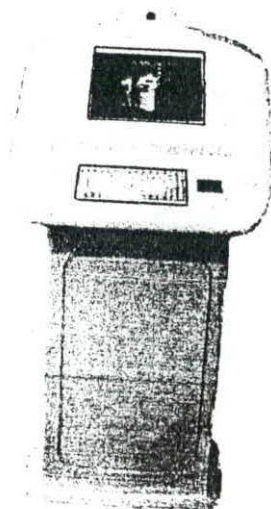
**Acción Válida en todos
establecimientos de
servicios autorizados a
partir de Octubre/05**

**Pre pago desde \$2, \$5 y
Disponibles en todos los
Puntos Integrados de Atención al
Cliente (CIAC)**

**¡ABRA HOY SU
CUENTA Y COMPRUEBE
LA VELOCIDAD DEL
SERVICIO!**

CIAC GARZOTA
CIAC 25 DE JULIO
CIAC CISNE
CIAC PUNTILLA
CIAC DURAN
El valor incluye impuestos

Phone: 1-800-354672
Fax: 1-800-354672
Email: ekiosco@pacifictel.net.ec



Tarjetas prepago desde \$2, \$5 y \$10. Disponibles en todos los Centros Integrados de Atención al Cliente

- Para mantenerse comunicado
- Consultar información
- Entretenimiento, juegos, chat
- Realizar transacciones de pago de servicios básicos
- Acceso al usuario con prepago
- Navegación en forma anónima o si prefiere crear su cuenta
- Puede hacer uso de su crédito en una o varias sesiones hasta agotarlo.
- Puede recargar su cuenta y usarlo desde cualquier e@kiosko más cercano.



\$1 LA HORA+IVA

En Centros Comerciales, malls, aeropuerto, todos los locutorios autorizados y en los Centros de Atención
CIAC GARZOTA
CIAC 25 DE JULIO

Phone: 1-800-354672
Fax: 1-800-354672
Email: ekiosko@pacifictel.net.ec

SI LA HORA+IVA

**Accesibilidad,
disponibilidad y
velocidad al
mejor precio**

**Ingresa al futuro
con e@kiosko su
solución en
internet**



**disponibilidad y
velocidad al mejor
precio**

Con tecnología ADSL , capacidad de banda ancha y velocidad superior a los 128kbps Ud podrá contar con las siguientes Facilidades:

- Pago en línea de los servicios básicos por transferencia bancaria y/o con pago por medio de tarjeta de crédito.
- Consultas al directorio telefónico a nivel regional.
- Activación de servicios adicionales de su línea fija de Pacifictel.
- Creación de una cuenta personalizada con identificación de acceso.
- Cuenta de Correo
- Personalización para recargar su cuenta en base a identificación de usuario
- Ingreso a Club de compras y promociones.

Tutoría y Asesoría personalizada



La navegación se la hace mediante una aplicación diseñada para el efecto, la cual facilitaría las acciones de navegación, control y acceso al servicio, además le permite presentar diferentes opciones para que pueda visitar empresas o comprar productos que se promocionan y publicitan en línea.

- Inducción en el uso de los navegadores.

Soporte y Servicio al Cliente

- Eficiencia en la recuperación del servicio
- Seguridad en las transacciones
- Privacidad en la carga y envío de su información
- Control de cuenta personalizada

1-800-ekioscos



Accesibilidad

- Privacidad cerca de su hogar.
- Comodidad al hacer transacciones.
- Disponibilidad de tarjetas prepago en todos los Centros de Atención. Y cadenas de distribución
- Precios módicos



A un paso de Ud

En Centros Comerciales, malls, aeropuerto, todos los locutorios autorizados y en los Centros de Atención
CIAC GARZOTA
CIAC 25 DE JULIO
CIAC CISNE

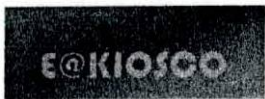
Phone: 1-800-354672
Fax: 1-800-354672
Email: ekiosco@pacifictel.net.ec

Servicio al Cliente 1-800-ekiosco

ANEXO F

PLAN DE CUENTAS

CONTABLES



E@KIOSCO
AL DIA Jul - 15/2005

PAG. 1

CODIGO DE CTA	NOMBRE DE CUENTA	CLAVE	TIPO	CLASE
1	ACTIVO	1	C	D
1.01	ACTIVO CORRIENTE	2	C	D
1.01.01	DISPONIBLE	3	C	D
1.01.01.01	CAJA	4	C	D
1.01.01.01.00001	CAJA GENERAL	5	M	D
1.01.01.01.00002	CAJA CHICA	6	M	D
1.01.01.02	BANCOS	7	C	D
1.01.01.02.00001	BCO BOLIVARIANO CTA#1234567890	8	M	D
1.01.02	EXIGIBLE	9	C	D
1.01.02.01	CTAS.POR COBRAR	10	C	D
1.01.02.01.00001	CLIENTES - TARJETAS	11	M	D
1.01.02.01.00002	PUBLICIDAD	12	M	D
1.01.02.01.00003	DOCUMENTOS POR COBRAR	13	M	D
1.01.03	OTRAS CUENTAS POR COBRAR	14	C	D
1.01.03.02	PRESTAMOS A ACCIONISTAS	15	C	D
1.01.03.02.00001	XXXX	16	M	D
1.01.04	REALIZABLE	17	C	D
1.01.04.01	INVENTARIOS	18	C	D
1.01.04.01.00001	TARJETAS 2	19	M	D
1.01.04.01.00002	TARJETAS 5	20	M	D
1.01.04.01.00003	TARJETAS 8	21	M	D
1.01.04.01.00004	TARJETAS 10	22	M	D
1.01.04.01.00005	CONEXION TELEFONIA POR INTERNET	23	M	D
1.01.05	PAGOS ANTICIPADOS	24	C	D
1.01.05.01	GTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	25	C	D
1.01.05.01.00001	SEGUROS	26	M	D
1.01.05.01.00002	ARRENDAMIENTOS	27	M	D
1.01.05.01.00003	VACACIONES	28	M	D
1.01.05.01.00004	REPAR.Y MANTEN.EQ.DE OFICINA	29	M	D
1.01.05.02	IMPUESTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	30	C	D
1.01.05.02.00001	IMP.RENTA	31	M	D
1.01.05.02.00002	IMP.RENTA -RETEN.EN LA FUENTE	32	M	D
1.01.05.02.00003	CRED.TRIBUT.POR RETENC. I.V.A	33	M	D
1.02	ACTIVO FIJO	34	C	D
1.02.01	MUEBLES EQUIPOS Y SOFTWARE	35	C	D
1.02.01.01	EQUIPOS DE KIOSKOS	36	C	D
1.02.01.01.00001	COSTOS DE ADQUISICION	37	M	D
1.02.01.01.00002	DEPRECIACION ACUMULADA	38	M	A
1.02.01.02	SOFTWARE PARA KIOSKOS	39	C	D
1.02.01.02.00001	COSTOS DE ADQUISICION	40	M	D
1.02.01.02.00002	AMORTIZACION ACUMULADA	41	M	A
1.02.01.03	ENLACE DE INTERNET	42	C	D
1.02.01.03.00001	COSTOS DE ADQUISICION	43	M	D
1.02.01.03.00002	AMORTIZACION ACUMULADA	44	M	A
1.02.01.04	VEHICULOS	45	C	D
1.02.01.04.00001	COSTOS DE ADQUISICION	46	M	D
1.02.01.04.00002	DEPRECIACION ACUMULADA	47	M	A
1.02.01.05	MUEBLES Y ENSERES	48	C	D
1.02.01.05.00001	COSTOS DE ADQUISICION	49	M	D



E@KIOSCO
AL DIA Jul - 15/2005

PAG. 2

CODIGO DE CTA	NOMBRE DE CUENTA	CLAVE	TIPO	CLASE
1.02.01.05.00002	DEPRECIACION ACUMULADA	50	M	A
1.02.01.06	EQUIPOS DE OFICINA	51	C	D
1.02.01.06.00001	COSTOS DE ADQUISICION	52	M	D
1.02.01.06.00002	DEPRECIACION ACUMULADA	53	M	A
1.02.01.07	MUEBLES DE KIOSKOS	221	C	D
1.02.01.07.00001	COSTOS DE ADQUISICION	222	M	D
1.02.01.07.00002	DEPRECIACION ACUMULADA	223	M	A
1.03	OTROS ACTIVOS	54	C	D
1.03.01	ACTIVOS EN GARANTIAS	55	C	D
1.03.01.01	DEPOSITOS EN GARANTIA	56	C	D
1.03.01.01.00001	GARANTIA POR ARRIENDO	57	M	D
2	PASIVO	58	C	A
2.01	PASIVO CORRIENTE	59	C	A
2.01.01	CTAS. POR PAGAR PROVEEDORES	60	C	A
2.01.01.01	CTAS.P'PAGAR/PROVEED	61	C	A
2.01.01.01.00001	FABRICACION DE TARJETAS	62	M	A
2.01.01.01.00002	DISTRIBUIDOR DE PARTES DE COMPUTADORAS	63	M	A
2.01.01.01.00003		64	M	A
2.01.02	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	65	C	A
2.01.02.01	RET. A TRABAJ. POR PAGAR	66	C	A
2.01.02.01.00001	APORTES INDIVIDUALES AL IESS	67	M	A
2.01.02.01.00002	PRESTAMOS QUIROGRAFARIOS	68	M	A
2.01.02.01.00003	PRESTAMOS HIPOTECARIOS	69	M	A
2.01.02.01.00004	IMPUESTO A LA RTA.EMPLEADOS	70	M	A
2.01.02.01.00005	TRIBUNAL DE MENORES	71	M	A
2.01.02.02	LEYES SOCIALES POR PAGAR	72	C	A
2.01.02.02.00001	DECIMO TERCER SUELDO	73	M	A
2.01.02.02.00002	DECIMO CUARTO SUELDO	74	M	A
2.01.02.02.00003	APORTES PATRONALES	75	M	A
2.01.02.02.00004	FONDO DE RESERVA	76	M	A
2.01.02.02.00005	VACACIONES	77	M	A
2.01.02.02.00006	PARTICIPACION UTILIDADES	78	M	A
2.01.03	DOCUMENTOS POR PAGAR	79	C	A
2.01.03.01	XXX	80	C	A
2.01.03.01.00001	XXXXX	81	M	A
2.01.04	OBLIGACIONES BANCARIAS	82	C	A
2.01.04.01	PRESTAMOS BANCARIOS LOCALES	83	C	A
2.01.04.01.00001	BANCO PACIFICO	84	M	A
2.01.04.01.00002	BANCO GUAYAQUIL	85	M	A
2.01.05	OTROS IMP.RETEN.POR PAGAR	86	C	A
2.01.05.01	IMPUESTO VALOR AGREGADO	87	C	A
2.01.05.01.00001	IMPUESTO VALOR AGREGADO	88	M	A
2.01.05.02	RETENCION EN LA FUENTE	89	C	A
2.01.05.02.00001	1%	90	M	A
2.01.05.02.00002	5%	91	M	A
2.01.05.02.00003	8%	92	M	A
2.01.05.03	RETENCIONES DEL IVA	93	C	A
2.01.05.03.00001	30%	94	M	A
2.01.05.03.00002	70%	95	M	A
2.01.05.03.00003	100%	96	M	A
2.01.06	OTRAS CTAS. POR PAGAR	97	C	A
2.01.06.01	PRESTAMOS DE TERCEROS	98	C	A



E@KIOSCO
AL DIA Jul - 15/2005

PAG. 3

CODIGO DE CTA	NOMBRE DE CUENTA	CLAVE	TIPO	CLASE
2.01.06.01.00001	ACCIONISTA 1	99	M	A
2.01.06.01.00002	ACCIONISTA 2	100	M	A
2.02	PASIVO LARGO PLAZO	101	C	A
2.02.01	CUENTAS POR PAGAR LARGO PLAZO	102	C	A
2.02.01.01	PARTE CTE.DEUD.LARGO PLAZO	103	C	A
2.02.01.01.00001	BANCO DEL PACIFICO	104	M	A
2.02.01.01.00002	BANCO GUAYAQUIL	105	M	A
2.02.02	APORTE DE ACCIO. A CAPIT. FUTU	106	C	A
2.02.02.01	APORTE DE ACCIONISTAS	107	C	A
2.02.02.01.00001	ACCIONISTA 1	108	M	A
2.02.02.01.00002	ACCIONISTA 2	109	M	A
3	PATRIMONIO NETO	110	C	A
3.01	CAPITAL SOCIAL	111	C	A
3.01.01	ACCIONES	112	C	A
3.01.01.01	CAPITAL SOCIAL EN ACCIONES	113	C	A
3.01.01.01.00001	CAPITAL SUSCRITO PAGADO	114	M	A
3.01.01.01.00002	CAPITAL SUSCRITO NO PAGADO	115	M	A
3.01.01.01.00003	AUMENTO DE CAPITAL EN TRAMITE	116	M	A
3.02	RESERVAS	117	C	A
3.02.01	RESERVAS	118	C	A
3.02.01.01	RESERVAS	119	C	A
3.02.01.01.00001	RESERVA LEGAL	120	M	A
3.02.01.01.00002	RESERVAS FACULTATIVAS	121	M	A
3.03	SUPERAVIT	122	C	A
3.03.01	SUPERAVIT	123	C	A
3.03.01.01	REVALORIZ. DE ACTIVO FIJO	124	C	A
3.03.01.01.00001	TERRENOS	125	M	A
3.03.01.01.00002	OTROS ACTIVOS FIJOS	126	M	A
3.04	UTILIDAD O PERDIDA	127	C	A
3.04.01	RESULTADOS	128	C	A
3.04.01.01	RESULTADOS AÑOS ANTERIORES	129	C	A
3.04.01.01.00001	UTILID. O PERD. EJERC.ANTERIOR	130	M	A
4	RESULTADOS	131	C	A
4.01	VENTAS NETAS	132	C	A
4.01.01	VENTAS TOTALES	133	C	A
4.01.01.01	VENTAS TOTALES GUAYAQUIL	134	C	A
4.01.01.01.00001	TARJETA 2	135	M	A
4.01.01.01.00002	TARJETA 5	136	M	A
4.01.01.01.00003	TARJETA 8	137	M	A
4.01.01.01.00004	TARJETA 10	138	M	A
4.01.01.01.00005		139	M	A
4.01.01.01.00006	PUBLICIDAD	140	M	A
4.02	COSTOS NETOS	141	C	D
4.02.01	COSTOS DE VENTAS	142	C	D
4.02.01.01	COSTOS DE VENTAS GUAYAQUIL	143	C	D
4.02.01.01.00001	TARJETA 2	144	M	D
4.02.01.01.00002	TARJETA 5	145	M	D
4.02.01.01.00003	TARJETA 8	146	M	D
4.02.01.01.00004	TARJETA 10	147	M	D
4.02.01.01.00005	CONEXION TELEFONIA POR INTERNET	148	M	D
4.02.01.01.00006	PUBLICIDAD	149	M	D
4.03	GASTOS EN GENERAL	150	C	D



E@KIOSCO
AL DIA Jul - 15/2005

PAG. 4

CODIGO DE CTA	NOMBRE DE CUENTA	CLAVE	TIPO	CLASE
4.03.01	GASTOS DE PERSONAL	151	C	D
4.03.01.01	SUELDOS EN GENERAL	152	C	D
4.03.01.01.00001	SUELDOS	153	M	D
4.03.01.01.00002	HORAS EXTRAS	154	M	D
4.03.01.01.00003	COMISIONES EN VENTAS	155	M	D
4.03.01.02	LEYES SOCIALES	156	C	D
4.03.01.02.00001	DECIMO TERCER SUELDO	157	M	D
4.03.01.02.00002	DECIMO CUARTO SUELDO	158	M	D
4.03.01.02.00003	VACACIONES	159	M	D
4.03.01.02.00004	APORTES PATRONALES	160	M	D
4.03.01.02.00005	FONDO DE RESERVA	161	M	D
4.03.02	GASTOS DE OPERACION	162	C	D
4.03.02.01	GASTOS VARIOS	163	C	D
4.03.02.01.00001	SERVICIOS DE GUARDIANIA	164	M	D
4.03.02.01.00002	TRABAJOS EVENTUALES	165	M	D
4.03.02.01.00003	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	166	M	D
4.03.02.01.00004	REPARC.Y MANT. DE VEHICULOS	167	M	D
4.03.02.01.00005	REPAR/MANT/EFIC.EQUIP/MUEBLES	168	M	D
4.03.02.01.00007	ALQUILER	169	M	D
4.03.02.01.00008	SEGUROS GENERALES	170	M	D
4.03.02.01.00009	OTROS IMPUESTOS	171	M	D
4.03.02.01.00010	SUMINISTROS Y MAT. DE TALLER	172	M	D
4.03.02.01.00011	REPUESTOS Y ACCES.DE INSTALACION	173	M	D
4.03.02.01.00012	ELECTRICIDAD/GYE	174	M	D
4.03.02.01.00013	AGUA	175	M	D
4.03.02.01.00014	SISTEMA DE ALARMA	176	M	D
4.03.02.01.00015	INTERNET	224	M	D
4.03.02.01.00099	VARIOS	177	M	D
4.03.03	GASTOS ADMINISTRATIVOS	178	C	D
4.03.03.01	GASTOS GENERALES	179	C	D
4.03.03.01.00001	SUMINISTROS Y MAT. DE OFIC.	180	M	D
4.03.03.01.00002	FRANQUEO/PORTE Y COMUNICACION	181	M	D
4.03.03.01.00003	SUMINISTROS DE LIMPIEZA/ASEO	182	M	D
4.03.03.01.00004	FORMULARIOS Y TIMBRES FISCALES	183	M	D
4.03.03.01.00005	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA/GYE.	184	M	D
4.03.03.01.00006		185	M	D
4.03.03.01.00007	GASTOS DE VIAJE NACIONALES	186	M	D
4.03.03.01.00008	GASTOS DE VIAJE INTERNACIONAL	187	M	D
4.03.03.01.00009	TAXI-BUSETA-MOVILIZACION	188	M	D
4.03.03.01.00010	SERVICIOS BASICOS	225	M	D
4.03.03.01.00099	VARIOS	189	M	D
4.03.03.02	DEPRECIACIONES	190	C	D
4.03.03.02.00001	DEPREC. EQUIPOS DE KIOSKOS	191	M	D
4.03.03.02.00002	AMORTIZ. SOFTWARE PARA KIOSKOS	192	M	D
4.03.03.02.00003	AMORTIZ. ENLACE DE INTERNET	193	M	D
4.03.03.02.00004	DEPREC. VEHICULOS	194	M	D
4.03.03.02.00005	DEPREC. MUEBLES Y ENSERES	195	M	D
4.03.03.02.00006	DEPREC. EQUIPOS DE OFICINA	196	M	D
4.03.03.02.00007	MUEBLES DE KIOSKOS	226	M	D
4.04	GASTOS FINANCIEROS	197	C	D
4.04.01	GASTOS FINAN. GUAYAQUIL	198	C	D
4.04.01.01	INTERESES BANCARIOS	199	C	D



E@KIOSCO
AL DIA Jul - 15/2005

PAG. 5

CODIGO DE CTA	NOMBRE DE CUENTA	CLAVE	TIPO	CLASE
4.04.01.01.00001	BANCO PACIFICO	200	M	D
4.04.01.01.00002	BANCO GUAYAQUIL	201	M	D
4.04.01.02	OTROS INTERESES	202	C	D
4.04.01.02.00001	INTERESES ACCIONISTAS	203	M	D
4.04.01.02.00002	INTERESES A PARTICULARES	204	M	D
4.04.01.02.00003	INTERESES A PROVEEDORES	205	M	D
4.04.01.03	COMISIONES BANCARIAS	206	C	D
4.04.01.03.00001	BANCO PACIFICO	207	M	D
4.04.01.03.00002	BANCO GUAYAQUIL	208	M	D
4.04.01.04	GASTOS BANCARIOS	209	C	D
4.04.01.04.00001	BANCO PACIFICO	210	M	D
4.04.01.04.00002	BANCO GUAYAQUIL	211	M	D
4.05	INGRESOS NO OPERACIONALES	212	C	A
4.05.01	INGRESOS NO OPER. GUAYAQUIL	213	C	A
4.05.01.01	INTERESES GANADOS	214	C	A
4.05.01.01.00001	CLIENTES	215	M	A
4.05.01.01.00002	OTROS	216	M	A
4.06	EGRESOS NO OPERACIONALES	217	C	D
4.06.01	EGRESOS NO OPER. GUAYAQUIL	218	C	D
4.06.01.01	EGRESOS VARIOS	219	C	D
4.06.01.01.00001	PERDIDAS EN VTAS. DE ACTIVOS	220	M	D



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL