



**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO  
ESCUELA DE NEGOCIOS**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION Y DISTRIBUCION  
DE MAGIC JACK POR LA EMPRESA IDECO**

**AUTOR**

**Bruno Colle Ortega.**

**Cuenca-Ecuador**

**ENERO-2010**

**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO**

**ESCUELA DE NEGOCIOS**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION Y DISTRIBUCION  
DE MAGIC JACK POR LA EMPRESA IDECO**

**AUTOR**

**Bruno Colle Ortega.**

**DIRECTOR**

**Eco. Esteban López Sacoto**

**Cuenca-Ecuador**

**ENERO- 2010**

## **DECLARACION.**

Yo, Bruno Colle de nacionalidad ecuatoriana, declaro libre y voluntariamente que el proyecto de grado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAGIC JACK POR LA EMPRESA IDECO” es resultado de investigación personal.

.....

Bruno Colle Ortega.

## **CERTIFICACION.**

Se certifica que la tesis de grado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION Y DISTRIBUCION DE MAGIC JACK POR LA EMPRESA IDECO”, ha sido elaborada por Bruno Colle Ortega, como autor exclusivo de la mencionada investigación.

.....  
Ing. Esteban López Sacoto  
Director

## **AGRADECIMIENTO**

El recorrer educativo de un individuo es un proceso amplio de su significado, involucrando de esta manera a diferentes figuras dentro del mismo.

Con esto quiero ofrecer un amplio agradecimiento a todas las personas que formaron parte de esta cadena educativa y quienes han sido participes de este éxito.

Un agradecimiento sincero a Dios por habernos dado la oportunidad de hacerlo; a mis padres, mis hermanas; en especial agradecer a todos mis tutores, quienes me guiaron en el transcurso de mis estudios universitarios.

Deseo también participar de mi gratitud a mis compañeros y amigos, quienes corroboraron con esta noble causa.

Bruno.

## **DEDICATORIA**

Son muchas las personas involucradas en la formación de un profesional, son varias las horas dedicadas al arte, las ciencias, y son múltiples noches las necesarias para poder hacer la diferencia entre lo cotidiano y lo profesional.

Personas que desde un comienzo mismo fueron participes de este logro, impulsándome día a día a conquistar lo inalcanzable, volando sobre terreno desconocido, soñando con el día que pareciere no llegar. Al fin del día, todos esos factores de importancia máxima se juntaron, las horas de desvelo por la responsabilidad pendiente, dieron sus frutos, frutos reflejados en la redacción de esta tesis.

Es un placer para mí, autor de esta tesis, dedicar la misma a las personas ajenas al ámbito universitario, pero que sin su apoyo y sacrificios nada de esto, fuera una realidad el día de hoy.

Dedico este triunfo a Dios, quien con su guía, me dio la oportunidad de tomar decisiones acertadas. Dedico este tesis también, al esfuerzo de mis padres, que desde el primer día aportaron en mi formación, y no hay sentir mas grato que compartir esta gloria con ellos.

No puedo dejar de lado la voluntad de mis maestros, que con mucha o poca paciencia supieron transmitir sus conocimientos e involucrarnos como gente de bien al competitivo mundo de los negocios.

Además, dedico esta tesis, a un grupo humano incomparable que surco junto a mi las felicidades e sinsabores de una carrera universitaria, sabiendo ser apoyo en momentos de necesidad, sabiendo ser compañeros, sabiendo ser amigos.

Bruno.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

IDECO, empresa dedicada a la importación, distribución, y comercialización de artículos de audio y video para automotores, desde el mes febrero del año 2005, identificando la necesidad insatisfecha en el mercado y convirtiéndole en una realidad en la empresa IDECO.

El mercado de las comunicaciones es infinito, abarcando los diferentes reinos de la naturaleza, por esta razón las diferentes compañías que se dedican a dar soluciones en comunicación a los consumidores, están siempre en la búsqueda de alternativas más eficientes y económicas para solventar esta necesidad mundial.

Actualmente existen empresas muy grandes en el país, que solventan esta tan llamada necesidad. Pero al mismo tiempo cada una ofrece diferentes servicios, productos, costos.

Magic Jack es una nueva opción al momento de comunicarse con familiares o amigos residentes en el extranjero. Este dispositivo reduce significativamente los costos de llamadas internacionales usando los recursos con los que cuentan todas las casas de los clientes potenciales de Magic Jack.

Nuestra competencia utiliza los métodos de telefonía común, sea ésta telefonía convencional o celular, la misma que por cuestiones tecnológicas son costosas, por esta razón el consumidor debe limitarse en el tiempo aire.

Podríamos tomar como competencia también a todos los paquetes de software que dan el servicio de conferencias de computador a computador, tomado en cuenta como sistema de comunicación.

El producto Magic Jack como tal, tendrá un precio de introducción de \$100 dólares americanos, dato obtenido en la información recopilada en el estudio de mercado,

dándonos a conocer que el 60% de los encuestados, están dispuestos a pagar entre \$ 100 a \$120 dólares por el producto.

El presupuesto de gastos operativos contempla los rubros que la compañía IDECO deberá cubrir para poder comercializar Magic Jack. Los rubros están calculados con un incremento proporcional igual a la inflación anual.

El presupuesto de ventas proyectado al 2012 nos da un resultado alentador al final del periodo, registrando un ingreso por ventas de: \$144.857,00 dólares americanos, incluyendo factores de incremento como: modificación de sueldos, inflación e incremento en el volumen de ventas, todo calculado sobre la base del estudio de mercado.

El Balance General de IDECO está ajustado y proyectado sobre la base de esta nueva actividad, dado que la compañía dejó de funcionar durante los años 2006, 2007,2008. Este balance está proyectado sobre la base de los cálculos y resultado obtenidos del estudio de mercado. Los valores están avalizados por las encuestas y estudios realizados en el medio.

La estructura del negocio está pensada para ser trabajada con capital propio en su totalidad, hasta las fechas proyectadas, o sea 2012. No se descarta un posible financiamiento para compra de activos a cierre de ese ciclo.

El estado de resultados está proyectado a cuatro años tomando en cuenta únicamente la nueva línea de productos Magic Jack. La proyección se realizó sobre la base de los datos estadísticos e históricos de la compañía.

Después de haber realizado todos los cálculos y proyecciones pertinentes, basados en el estudio de mercado, obtenemos un VAN de \$29.704,00 y un TIR de 49,08 % lo que nos confirma que el proyecto Magic Jack es totalmente viable dentro del mercado local.

**PALABRAS CLAVES:**

IDECO, TECNOLOGIA DE COMUNICACIÓN, MAGIC JACK, SERVICIO, ATENCION AL CLIENTE, INTERNET, ASPECTO HEMOCIONAL, NECESIDAD DE EMPRENDIMIENTO, ESTRATEGIA, PLANIFICACION.

## **Executive Summary**

This is a company that sole purpose is the import, distribution and retail sale of different types of items. We have been working since February of 2005. It has identified a great business opportunity by finding an unsatisfied national market of such items.

The business opportunity of the communications industry is infinite. Noting that it started with the existence of living beings. Is a basic need that has no end. That is why so many different companies dedicate themselves solely to give communication solutions to the customer. Always looking to find new alternatives for people to communicate in a cheap and efficient manner and cover the need of the world market.

There are many large companies in the country that take care of this need. But they offer different services, products and costs from one another.

Our competitors use the usual methods telephone companies. Those being landline or cellular. These services are expensive because of the technological infrastructure needed to operate them. For this reason the consumer can't use too much of the service.

Our other competitors are soft wares that provide the service of Phone/Video conferencing. This being another communication system.

The Magic Jack as is will have an introductory price of US\$100.00. This data was calculated from the information gathered in a market research. This showing that 60% of the market research data shows the customer is willing to pay from US\$100.00 to US\$120.00 for this product.

This budget contemplates the different expenses the IDECO Company will have to do to be able to work. These expenses were calculated with a proportional increase equal to the annual inflation.

This information will be projected until the year 2012 according to different parameters for the analysis. One of the features of the analysis of the different scenarios we can encounter along the way while minimizing errors.

IDECO's balance sheet is adjusted and projected considering this new business activity. This considering that the company ceased to function during 2006, 2007 and 2008. This balance was calculated with a current market research. These amounts are proved by market polls and studies.

The business structure for this business was thought for it to be completely self financed until the projected dates, meaning 2012. The possibility for external financing is not discarded for new imports or closing larger deals.

The income statement is projected in a four year basis only considering the new product (Magic Jack). The Projection was done uniquely using statistical and historic data from the company. This chart shows a normal scenario that we have committed to achieve.

The cash flow comes from data gathered from the market research, and expected sales that show on the P&G. After completing all the calculations and projections. All bases on the market research. We come to a VNR of US\$29.704.00 and a IRR of 49.08% that confirms that the Magic Jack Project is completely viable for our local market.

Key words.

IDECO, COMUNICACION TECNOLOGY, MAGIC JACK, COSTUMER SERVICE, ,  
INTERNET, HEMOTIONAL ASPECT, NECESSITY ENTREPRENEURSHIP,  
STRATEGY, PLANIFICACION.

# INDICE DE CONTENIDOS

|   |     |
|---|-----|
| RESUMEN EJECUTIVO.....                                  | VII |
| INTRODUCCION .....                                      | 1   |
| <b>Objetivo de la tesis.</b> .....                      | 2   |
| CAPITULO I: ANALISIS DEL MERCADO .....                  | 3   |
| 1.1. ANALISIS DE LA OFERTA .....                        | 4   |
| 1.1.1. PRINCIPALES COMPETIDORES.....                    | 5   |
| 1.1.1.1. COMPETIDORES DE PROGRAMAS SIMILARES .....      | 5   |
| 1.1.2. COMPETIDORES EN TELEFONIA.....                   | 6   |
| 1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA .....                       | 10  |
| 1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....              | 11  |
| 1.3.1. Definición del problema. ....                    | 11  |
| 1.3.2. Definición del plan de investigación.....        | 11  |
| 1.3.3. Definición del Plan de Muestreo.....             | 12  |
| 1.3.4. Mercado potencial y segmento de mercado.....     | 13  |
| 1.3.5. Recolección de Datos.....                        | 14  |
| 1.3.6. Análisis de Datos .....                          | 14  |
| 1.3.6.0. Conocimiento del Servicio.....                 | 14  |
| 1.3.6.1. Conocimiento del Producto: Magic Jack .....    | 15  |
| 1.3.6.2. Principales proveedores de servicios: .....    | 15  |
| 1.3.6.4. Utilización y Capacidad de la Banda Ancha..... | 17  |
| 1.4. Principales Destinos de llamadas.....              | 19  |
| 1.4.1. Percepción del Cliente .....                     | 21  |
| 1.4.2. Costos del Servicio .....                        | 21  |
| 1.4.3. COMPLEMENTACION DE SERVICIOS .....               | 22  |
| 1.5. ESTRATEGIAS DE MERCADO .....                       | 24  |
| 1.5.1. Estrategia del Producto .....                    | 24  |
| 1.5.1.0. DESCRIPCIÓN .....                              | 24  |
| 1.5.1.1. ¿PORQUE ES ÚNICO?.....                         | 24  |
| 1.5.1.2. INSTALACIÓN.....                               | 25  |

|   |    |
|---|----|
| 1.5.1.3. CARACTERÍSTICAS Y USO .....                          | 26 |
| 1.5.1.4. BAJO COSTO Y A CUALQUIER TELÉFONO .....              | 27 |
| 1.5.2.    ESTRATEGIA DEL PRECIO.....                          | 29 |
| 1.5.3.    ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCION.....             | 31 |
| 1.5.4.    ESTRATEGIA DE PROMOCION. ....                       | 32 |
| 1.5.4.0. Demostración del producto. ....                      | 32 |
| 1.5.4.1. Publicidad. ....                                     | 33 |
| CAPITULO II: ANALISIS DE LA EMPRESA.....                      | 34 |
| 2.1. HISTORIA.....  | 34 |
| 2.2. MISION .....   | 34 |
| 2.3. VISION .....   | 35 |
| 2.4. OBJETIVOS .....  | 35 |
| 2.4.1. RENTABILIDAD.....                                      | 35 |
| 2.4.2.    MERCADO.....  | 35 |
| 2.4.3.    CALIDAD.....  | 36 |
| 2.5. ANALISIS FODA .....                                      | 36 |
| 2.5.1. Fortalezas .....                                       | 36 |
| 2.5.2 Oportunidades .....                                     | 36 |
| 2.5.3 Debilidades .....                                       | 37 |
| 2.5.4. Amenazas.....  | 37 |
| 2.6.    ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ....                       | 37 |
| 2.6.1. ESPECIFICACIÓN DE CARGOS.....                          | 37 |
| 2.6.1.0. La Administración .....                              | 37 |
| 2.6.1.1. La Secretaria .....                                  | 38 |
| 2.6.1.2. Los Vendedores .....                                 | 38 |
| 2.6.1.3. El Bodeguero .....                                   | 38 |
| 2.6.2. SALARIOS .....   | 39 |
| Los salarios están distribuidos de la siguiente manera: ..... | 39 |
| 1.6.3 ORGANIGRAMA .....                                       | 40 |
| CAPITULO III: ANALISIS FINANCIERO .....                       | 41 |
| 3.1. PRESUPUESTOS.....  | 41 |

|   |    |
|---|----|
| 3.1.1. Presupuesto de gastos administrativos..... | 41 |
| 3.1.2. Presupuesto de Gastos Operativos .....     | 42 |
| 3.1.3. Presupuesto de Ventas .....                | 42 |
| 3.2. ESTADOS FINANCIEROS .....                    | 43 |
| 3.2.1. BALANCE GENERAL .....                      | 43 |
| 3.2.2. ESTADO DE RESULTADOS .....                 | 46 |
| 3.2.3. Flujo de caja proyectado .....             | 47 |
| CAPITULO IV: CONCLUSIÓN.....                      | 48 |
| BIBLIOGRAFIA .....                                | 51 |
| ANEXOS .....                                      | 53 |

## **INTRODUCCION**

La comunicación es una herramienta básica dentro de la interacción de los seres humanos desde la aparición de hombre como tal en la tierra. Desde un principio los esfuerzos enfocados en mejorar los canales de comunicación siempre fueron tarea primordial para el hombre. Hoy en día la realidad es diferente a la vivida, en épocas antiguas, incluso no muy lejanas. El invento del teléfono, a finales del siglo XIX por Alexander Graham Bell, abrió una nueva perspectiva al mundo de las comunicaciones.

Desde esta fecha se han realizado grandes adelantos tecnológicos, especialmente en la rama de las comunicaciones, dando así diversas alternativas a los consumidores para expresar sus sentimientos, pensamientos, necesidades, etc. Gracias a toda esta gama de ofertas tecnológicas para el desarrollo de las relaciones tanto personales como laborales, IDECO compañía dedicada al servicio de la comunidad ofrece una solución novedosa en cuanto a comunicaciones se refiere, dando una nueva alternativa al mercado nacional.

Este nuevo producto revolucionará el concepto de comunicación puesto que funciona bajo un esquema diferente a lo conocido, y genera un costo muy atractivo para el usuario. El mercado hoy en día demanda nuevas alternativas, y opciones a las ya existentes, con cambios drásticos tanto en lo que a costo, mantención, y facilidad de manejo se refiere.

Este producto dará una solución muy eficaz en tema de comunicación a los usuarios que necesiten comunicarse con el extranjero. Tomando en cuenta el crecimiento geométrico que ha experimentado este campo, IDECO presenta un producto que facilitará el contacto de todas estas personas con su propia gente en cualquier parte donde estos se encuentren.

**Objetivo de la tesis.**

Demostrar la factibilidad de la comercialización del Magic Jack y la sustentabilidad de la línea de productos de Magic Jack.

Esta tesis nos indica la oportunidad que el mercado ofrece para la introducción de un producto líder en comunicaciones telefónicas internacionales de bajo costo. Gracias a la tecnología que este producto utiliza, permite que las personas logren concretar llamadas internacionales, con costo cero en algunas ocasiones, y costos no mayores de 5 centavos en la mayoría de los países de destino.

Es un aporte que la compañía IDECO desea compartir con nuestros compatriotas la reducción de costos por concepto de comunicación.

## **CAPITULO I:**

### **ANALISIS DEL MERCADO**

El mercado de la comunicación se basa en la necesidad de los seres humanos para transmitir sus pensamientos, emociones, teorías, etc. Dada las características del producto, nuestra meta de mercado serán todos los facilitadores de llamadas al exterior, como cabinas telefónicas, café Internet, de igual manera, no podemos descuidar la cadena de distribución.

Para el funcionamiento de Magic Jack, el usuario debe tener un computador e Internet de banda ancha, por lo cual nos enfocaremos en grupos de almacenes que distribuyan equipos de computación o relacionados con el tema. Vale recalcar que la intención de IDECO con este nuevo proyecto es abastecer a los distribuidores mayoristas, para que ellos de igual manera puedan ofrecer este producto a almacenes de menor envergadura.

Magic Jack es un dispositivo especialmente diseñado para realizar llamadas internacionales a un costo inferior de cualquier operadora, es un producto de fácil uso que no necesita más que un teléfono e Internet banda ancha. Es por ello que el enfoque de nuestro objetivo de mercado para el proyecto, lo conformarían inicialmente los cibercafés y locales de cabinas telefónicas.

En la ciudad de Cuenca existen más de 120 locutorios o cabinas telefónicas y cerca de 50 Cibercafés registrados en la Superintendencia de telecomunicaciones y en la Cámara de Comercio de la ciudad, que prestan servicios de llamadas internacionales o Internet.

(Ver Anexo 1).

Este tipo de negocios ha tenido un acelerado crecimiento en nuestra ciudad, como resultado de la fuerte emigración de cuencanos al exterior, especialmente a Estados Unidos y España. Podemos sumar a esto la creciente globalización que ha llevado a una mayor comunicación de personas a nivel mundial para realizar negocios y amistades; es por ello que el uso constante del teléfono como medio de comunicación ha provocado el crecimiento del negocio de locutorios o cibercafés que brindan servicios de comunicación a cualquier parte del mundo a un costo inferior de una operadora nacional o internacional ya sea en telefonía fija o móvil.

La comercialización de Magic Jack correspondería a ofrecer un producto, a un precio de mercado, que brinde una reducción de costos para estas empresas, pero sin descuidar la calidad de la llamada, que es importante para los usuarios.

### **1.1. ANALISIS DE LA OFERTA**

El mercado de las comunicaciones es infinito, dado que nació con la presencia de seres vivientes en el mundo, por esta razón las diferentes compañías que se dedican a dar soluciones en comunicación a los consumidores, están siempre en la búsqueda de alternativas más eficientes y económicas para solventar esta necesidad mundial.

Actualmente existen empresas muy grandes en el país, que solventan ésta tan llamada necesidad. Pero al mismo tiempo, cada una ofrece servicios, productos, costos, diferentes. Gran parte de los productos que éstas compañías ofrecen, están fuera del alcance del bolsillo de los consumidores, limitando esa necesidad de comunicarse con sus seres queridos, que habitan en lugares ajenos al ámbito nacional, por esta razón Magic Jack brinda una solución radical al problema de los presupuestos.

Existen diversos programas y mecanismos de llamadas internacionales. Skype por ejemplo es uno de los programas más descargados en Internet, que permite por medio del computador, realizar llamadas a cualquier parte del mundo, necesitándose instalar: un software especial para correr este programa, un computador de alto rendimiento, una conexión de Internet de banda ancha. Las llamadas son gratuitas únicamente si se llama a otro ordenador, y las llamadas a un teléfono fijo o móvil tienen un costo adicional.

Además que para la realización de llamadas es necesario incorporar micrófono y parlantes, que muchas veces suponen gastos adicionales y más costosos que un teléfono normal. A esto hay que añadir, que al usar este servicio en cibercafés, pierde uno la privacidad de hablar con las personas por lo que los locutorios son la forma más solicitada para realizar comunicaciones orales.

Hay que tomar en cuenta que ésta es la misma tecnología que hoy en día usan las compañías telefónicas, las mismas que cobraban valores elevados y sobre todo si la llamada es al exterior, lo que significa que la calidad y funciones de los servicios que presenta el Magic Jack es comparable con lo que ofrece cualquier empresa de comunicaciones, a menor precio.

## **PRINCIPALES COMPETIDORES**

### **1.1.1.1. COMPETIDORES DE PROGRAMAS SIMILARES**

Nuestra competencia utiliza los métodos de telefonía común, sea ésta telefonía convencional o celular, la misma que por cuestiones de infraestructura son costosas, por esta razón el consumidor debe limitarse en el tiempo aire.

Podríamos tomar como competencia también a todos los paquetes de software que dan el servicio de conferencias de computador a computador, como por ejemplo los nombrados en los siguientes logotipos:

Detalle en logotipos 1, 2,3.

Logotipo 1: Skype



Fuente: [www.skype.com](http://www.skype.com)

Logotipo #2



Fuente: [www.gizmo5.com](http://www.gizmo5.com)

Logotipo #3



**Microsoft®**

Fuente: [www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)

Nuestra competencia utiliza métodos de vanguardia, dando mucha importancia a la presencia del computador como tal en el canal de uso. De ésta se ofertan programas de computador que permiten la comunicación y visualización, por medio de un ordenador. Este punto es muy importante, al momento de la oferta al consumidor, puesto que son herramientas que obligan al consumidor a permanecer frente a su ordenador.

Las técnicas de comunicación de hoy en día, dan muchas alternativas al consumidor. Para ponerse en contacto con otras personas, nuestra competencia ofrece métodos económicos, para solventar este problema, pero no ha podido ofertar aún una solución total al mismo, especialmente relacionado a los costos generados por el uso del teléfono.

#### **1.1.1.2 COMPETIDORES EN TELEFONIA**

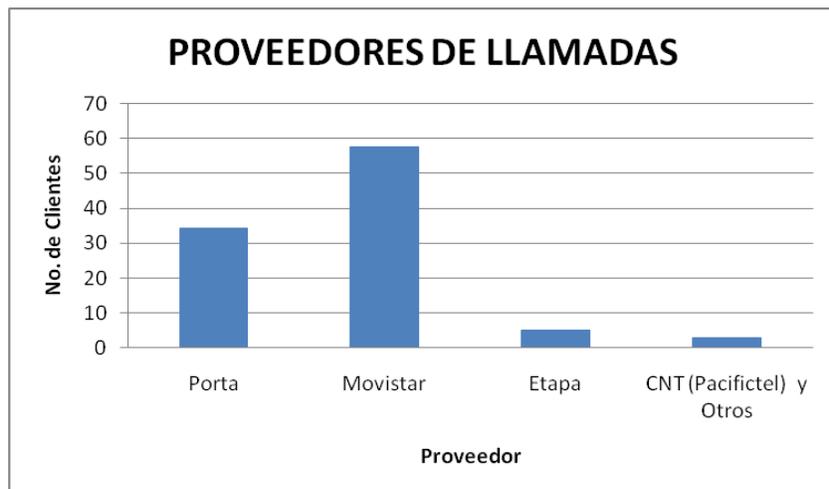
Nuestros principales competidores que proveen los servicios de llamadas internacionales corresponden a las siguientes operadoras:

- ETAPA
- Movistar
- Consejo Nacional de Telecomunicaciones. ( antiguo Pacifictel)

- Porta

El gráfico No.1 indica los proveedores de llamadas internacionales para los locutorios de la ciudad, donde se puede anotar que Movistar es el principal proveedor, con una participación de mercado del 57,60%, en segundo lugar la telefónica Porta que tiene un 34,40%; como tercer competidor se encuentra Etapa que cuenta con cerca del 5% y por último Pacifictel (hoy llamado Consejo Nacional de Telecomunicaciones) y otros proveedores que corresponden a un 3% del mercado.

GRAFICO 1: PROVEEDORES DEL SERVICIO.



Fuente: Superintendencia Comunicaciones

Elaboración: Autor

Los proveedores de telefonía utilizan en el caso de ETAPA y Pacifictel líneas telefónicas para brindar el servicio de llamadas a larga distancia, Movistar y Porta brindan el servicio a través de bases celulares para ofertar el servicio. Los costos de estos servicios son variables En la tabla 1 consta la comparación de 3 proveedores de servicios a 6 destinos diferentes que son: Estados Unidos, España, Colombia, Canadá, Italia y Perú.

**TABLA. 1: COSTOS DE PROVEEDORES**

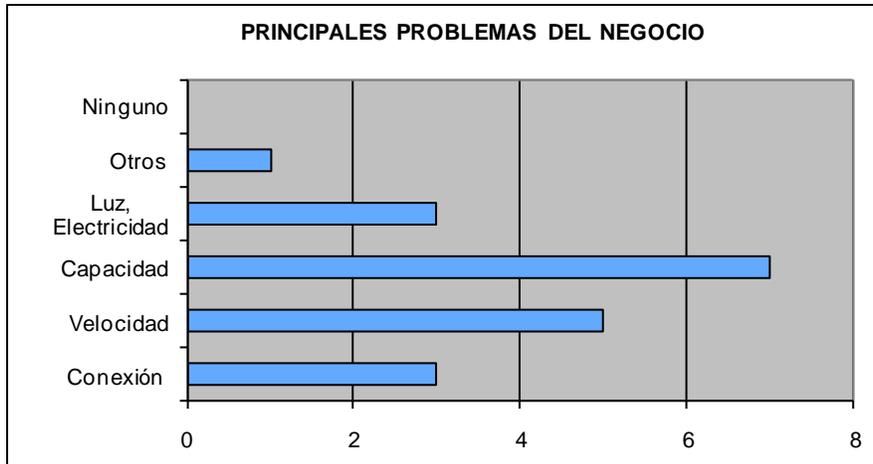
|                            | MOVISTAR | PORTA | ETAPA | MAGIC JACK                                 |
|----------------------------|----------|-------|-------|--|
| USA                        | 0,09     | 0,09  | 0,12  | 0  |
| ESPANA                     | 0,12     | 0,12  | 0,18  | 0,02                                       |
| ITALIA                     | 0,12     | 0,12  | 0,18  | 0,02                                       |
| PERU                       | 0,19     | 0,19  | 0,17  | 0,04                                       |
| COLOMBIA                   | 0,08     | 0,08  | 0,17  | 0,05                                       |
| CANADA                     | 0,10     | 0,10  | 0,29  | 0  |
| *PRECIO LLAMADA<br>POR MIN |          |       |       | Valores centavos<br>de dólar<br>americano. |

Fuente: Estudio de mercado

Realizado por IDECO.

Entre las debilidades de los servicios de la competencia, el principal lo constituye la capacidad y velocidad del proveedor de servicios. Muchos locutorios tienen problemas de congestión por las caídas de redes del proveedor. Otro problema constituye la capacidad del servicio que se transforma en llamadas cortadas, falta de claridad del sonido, recepción lenta del audio, altibajos de tensión en la energía, daños en equipos de computación, entre otros; que son factores externos que afectan al funcionamiento de este tipo de negocios. El gráfico No. 2 indica los principales problemas y su grado de importancia para el comercializador locutor.

Grafico 2: PROBLEMAS DEL NEGOCIO

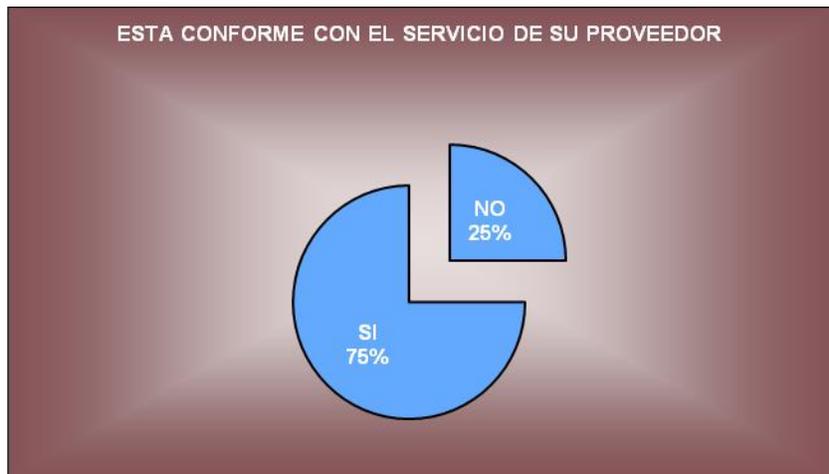


**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

Es importante establecer la aceptación del servicio, según los propietarios de los locutorios encuestados, los mismos que se encuentran en un 75% conforme con el servicio que le brinda su proveedor de llamadas. El gráfico No. 3 indica estos resultados.

**Grafico 3: CONFORMIDAD CON EL PROVEEDOR**



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

## 1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

A medida que las ciudades crecen y el índice migratorio es mayor la nueva oferta tecnológica substituye los usos y costumbre convencionales obligando a los nuevos usuarios a requerir de esta oferta. Esta implicación es un factor muy importante al momento de analizar una necesidad básica que se encuentra insatisfecha, la necesidad de comunicarnos. Hoy en día existen varios métodos de comunicación que las personas pueden utilizar para expresar sus necesidades, pero lamentablemente estos métodos son muy costosos y no al alcance de todos. Es aquí donde el trabajo de nuestro producto comienza a operar.

El mercado de la comunicación es un mercado muy amplio, por este motivo nosotros nos vamos a enfocar al nicho de mercado que constituye la comunicación verbal cotidiana, donde nuestro producto va a ser de total importancia con un alto índice de demanda.

Cuenca al igual que otras ciudades del Ecuador cuenta con muchos matices en el nivel de vida de sus ciudadanos, con cerca de 400.000 habitantes, el 25% de la población tiene una línea telefónica fija de su propiedad, existen más de 1.000 líneas para servicios de comunicaciones y teléfonos públicos en la ciudad, información hasta diciembre del 2007 proporcionada por la Superintendencia de telecomunicaciones.

La Tabla No 2 detalla esta información.

Tabla 2: LINEAS DE TELEFONIA FIJA INTATALADA EN ECUADOR

| LINEAS DE TELEFONIA FIJA INSTALADAS EN EL ECUADOR<br>(Diciembre 2007) |                    |                    |          |                    |         |                     |
|---|--------------------|--------------------|----------|--------------------|---------|---------------------|
| PROVINCIA   | OPERADORA          | Lineas principales |          |                    |         | TOTAL POR PROVINCIA |
|   |                    | Abonados           | Servicio | Teléfonos Públicos | Total   |                     |
| AZUAY   | PACIFICTEL S.A.(1) | 17.711             | 99       | 0                  | 17.810  | 124.987             |
|   | ETAPA S.A.(2)      | 105.807            | 560      | 554                | 106.921 |                     |
|   | ETAPATELECOM       | 252                | 0        | 4                  | 256     |                     |

Fuente: Superintendencia de telecomunicaciones

Elaboración: Superintendencia de telecomunicaciones

Dentro del mercado de servicios de comunicación se encuentran los locutorios y cibercafés que han tenido un amplio crecimiento en la ciudad como consecuencia de la migración. El mercado de los locutorios comprende el servicio de llamadas convencionales, celulares e internacionales. Algunos locutorios funcionan además como tiendas de abasto, bazar o papelerías para poder registrar mayores ingresos que les permitan subsistir en un mercado que cuenta con gran número de competidores.

Para los cibercafés y los locutorios, nuestro producto complementaria el servicio que ofertan al hacer uso de la infraestructura en función: el Internet, impresiones de trabajos, usos de equipos de computación, que constituyen la principal característica del negocio.

Además debemos anotar la gran multiplicidad y frecuencia de las ofertas de rebajas que proporcionan las diferentes comercializadoras, pero aun siguen siendo altos los costos por éste concepto.

### **1.3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

Para aseverar la factibilidad del proyecto IDECO con su nueva línea de productos para comunicación internacional a bajo costo, la metodología que se utilizo en el análisis de mercado se basó en un conjunto de encuestas realizadas a consumidores y proveedores de este producto a nivel local.

#### **Definición del problema.**

El objetivo de esta investigación es determinar la factibilidad de introducir un nuevo producto que simplifique la comunicación internacional a bajo costo, Magic Jack.

#### **Definición del plan de investigación.**

Para realizar el plan de investigación se ha reunido fuentes de información primaria y secundaria. Se obtuvo información sobre, 30 Café nets, 127 cabinas telefónicas, y 16 personas particulares que usan diferentes servicios de llamadas al exterior.

Se obtuvo información de propietarios de locutorios, cibercafés, con lo que se pudo establecer las principales debilidades de los negocios y los costos que pagan ellos por el servicio

contratado. Además se obtuvo información de las siguientes empresas e instituciones de la actividad de telecomunicaciones que permitieron conocer la base de datos de clientes, propietarios de locutorios y cybercafés, las operadoras con que trabajan, precio de mercado, del costo de llamadas tanto en telefonía fija y móvil entre otros datos, que se encuentran detallados en el presente estudio de mercado.

- Informes Estadísticos Superintendencia de Telecomunicaciones.
- Base de datos e información de costos y precios Movistar
- Base de datos e información de costos y precios Porta
- Base de datos e información de costos y precios ETAPA y ETAPA Telecom.
- Base de datos de comercios de locutorios y cybercafés registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Cuenca.

Otra fuente de información la constituyeron las encuestas realizadas en:

- Locutorios de la ciudad de Cuenca
- Cybercafés de la ciudad de Cuenca

### Definición del Plan de Muestreo

**TABLA. 3 ESTIMACION DE LA MUESTRA.**

| FORMULA DE ESTIMACION DE LA MUESTRA (IDEAL) |             |                         |                     |                          |                            |              |
|---|-------------|-------------------------|---------------------|--------------------------|----------------------------|--------------|
|   | Muestra (n) | Error de estimación (e) | Nivel confianza (o) | Probabilidad a favor (p) | Probabilidad en contra (q) | Universo (N) |
| Total                                       | 119         | 5,00%                   | 1,960               | 50%                      | 50%                        | 173          |
|   |             |                         | 95%                 |                          |                            |              |

**Elaboración: IDECO**

**Método de muestreo:** Probabilística

**Técnica de entrevista:** Personal

**Ámbito:** Cantón Cuenca

Las variables utilizadas para segmentar el mercado fueron:

- Variables demográficas
- Edad de 18 a 70 años
- Sexo: masculino y femenino
- Religión: indiferente
- Raza: indiferente
- Educación: indiferente
- Ingresos: mayores a \$150
- Variables Psicográficas
- Actividad: propietario de café nets, Cabinas telefónicas, y publico en general.

### **Mercado potencial y segmento de mercado.**

El mercado potencial al que IDECO enfoca, es a la población que tengan familiares y amigos en el extranjero, y necesiten de este servicio. Para el caso específico del Austro este monto bordea el 40% de la población austral.

El segmento de mercado específico que a IDECO le interesa, son todas las personas que se dediquen a la venta y alquiler de servicios de llamadas al extranjero, sin importar el destino de la llamada. Por las características que este tipo de negocio demanda a sus colaboradores, nos genera el perfil perfecto para tomarlos como consumidores potenciales de nuestro producto, Magic Jack.

El estudio de mercado se enfocó en dos tipos de negocios que son los que brindan el servicio de llamadas internacionales: 48 cybercafés registrados en la Cámara de Comercio de Cuenca y 125 locutorios registrados en la superintendencia de telecomunicaciones.

## Recolección de Datos

Se realizaron ciento diez y nueve encuestas dentro del Cantón Cuenca a propietarios de locutorios y cybercafés.

## Análisis de Datos

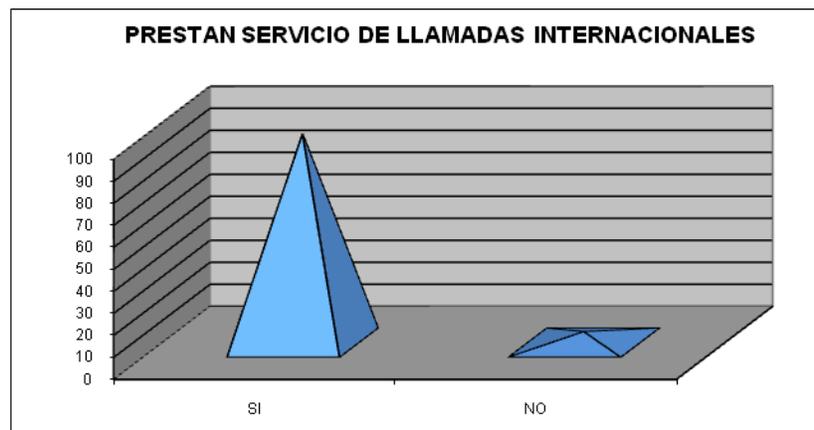
Se realizaron las encuestas, la tabulación de datos, el análisis y la interpretación de los resultados. Los resultados y las conclusiones de la investigación realizada se detallan a continuación:

### 1.3.6.0. Conocimiento del Servicio

El primer aspecto que tenemos que identificar, es de nuestro mercado objetivo, y ¿qué porcentaje está brindando el servicio de llamadas internacionales? Para el negocio de los locutorios el 100% trabajan con el servicio de llamadas internacionales, pero en los cybercafés no siempre cuentan con el servicio de llamadas sino únicamente de Internet.

Es por ello que después de realizar la encuesta nos encontramos que un 5% no brinda el servicio de llamadas internacionales El gráfico No. 4 muestra los resultados.

Grafico 4. SERVICIO DE LLAMADAS INTERNACIONALES



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

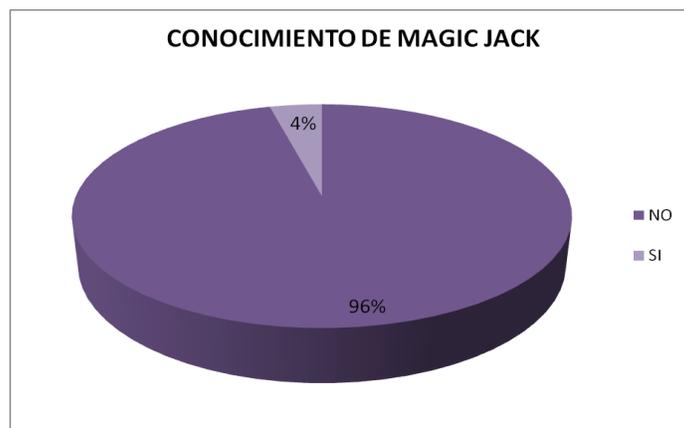
**Elaboración:** IDECO.

### 1.3.6.1. Conocimiento del Producto: Magic Jack

El dispositivo Magic Jack se encuentra en el mercado de Estados Unidos desde el año 2007 y en el Ecuador y la ciudad de Cuenca es reciente, ya que no existe publicidad alguna y la información adquirida es a través de usuarios y medios internacionales, sin embargo al realizar la encuesta a los propietarios de los locales, ninguno conocía con certeza el dispositivo, solamente dos personas relacionaron el producto con programas similares.

El gráfico 5 indica los resultados de esta consulta.

**GRAFICO 5: CONOCIMIENTO DE MAGIC JACK**



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

### 1.3.6.2. Principales proveedores de servicios:

Como se anotó anteriormente, existen diversas formas para acceder al servicio de llamadas internacionales. Creemos importante anotar los principales proveedores de servicios, tanto para locutorios como para cybercafés, los mismos que diferenciaremos por llamadas y por internet. El gráfico No. 6 indica los principales canales que utilizan los propietarios para realizar las llamadas.

### GRAFICO 6 :PROVEEDOR DE LLAMADAS INTERNACIONALES



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO -

**Elaboración:** IDECO.

El gráfico 1 y tabla 1 indica los principales proveedores: en llamadas, Movistar tiene el mayor porcentaje del mercado, con más del 57,6% de participación, seguido de Porta con cerca del 34,40% y ETAPA con un 5%. Como dato importante anotaremos que para los propietarios de los locutorios la marca es de mayor preferencia que el costo.

En cuanto a proveedores de internet que es el único sistema que ocupan los cybercafés, el principal es ETAPA con un 50% del mercado, seguido de Satnet con un 31% y Punto net con un 19%. Cabe anotar que los precios del servicio son los que determinan la demanda del mismo.

Detalle gráfico # 7

### GRAFICO 7: PROVEEDORES BANDA ANCHA

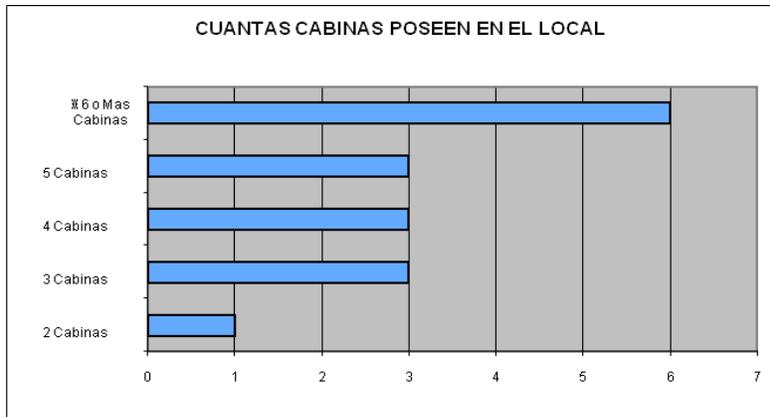


**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

Para dinamizar la comercialización de Magic Jack fue necesario investigar el número de cabinas con que cuentan los locutorios determinando que el 35% de los investigados cuentan con 6 o más cabinas a disposición de clientes. Esto nos da una pauta del número de Magic Jack que se pueden comercializar por local. Ver gráfico No. 8.

**Gráfico 8: CABINAS PROMEDIO POR LOCAL**



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

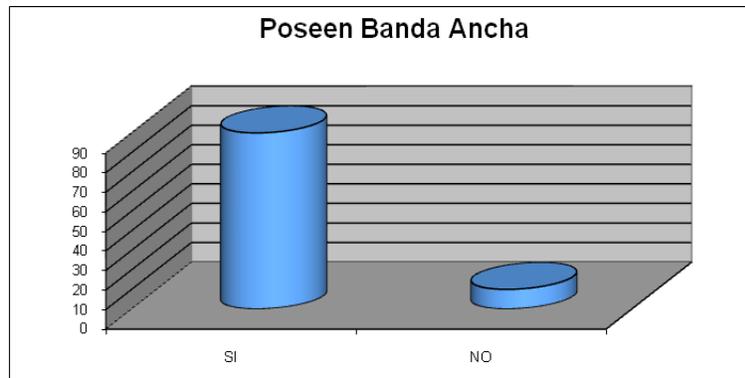
**Elaboración:** IDECO.

#### 1.3.6.4. Utilización y Capacidad de la Banda Ancha.

Como se ha mencionado, Magic Jack, funciona únicamente con un computador, un teléfono e Internet de Banda Ancha. Es importante establecer en nuestro mercado objetivo, qué porcentaje

de propietarios cuentan con el servicio de Banda Ancha y la capacidad de la misma, con ello podemos darnos cuenta de los posibles clientes finales, que no necesitarán hacer adecuaciones, para poder empezar a trabajar con el producto. Detalle en gráfico No. 9.

### GRAFICO 9: ENCUESTADOS QUE POSEEN BANDA ANCHA



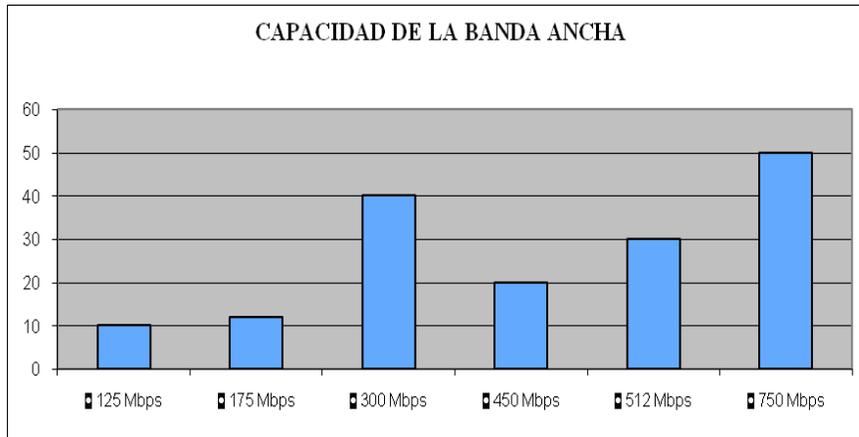
**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

El gráfico número 9 indica que el 90% de los encuestados contratan servicio de banda Ancha para su local.

El gráfico 10 indica la capacidad de la Banda Ancha de los encuestados que contratan el servicio, donde se puede anotar que la capacidad de 750 Mbps es la más contratada debido a que permite una mayor velocidad de servicio.

## GRAFICO 10: CAPACIDAD BANDA ANCHA



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

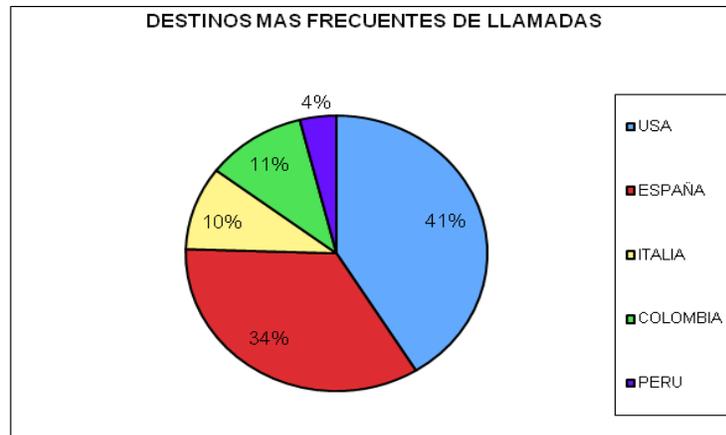
**Elaboración:** IDECO.

### 1.4. Principales Destinos de llamadas.

Al ser Magic Jack un dispositivo que permite realizar llamadas gratuitas únicamente a Estados Unidos y Canadá, tenemos que establecer la frecuencia del uso para poder calcular la rentabilidad del producto.

Como principales destinos de las llamadas están, Estados Unidos con el 41%, España 34%, Colombia 11% e Italia 10%. El gráfico 11 presenta un resultado según información proporcionada por los encuestados sobre la base del historial de llamadas realizadas del año 2008.

Grafico 11: DESTINOS MAS FRECUENTES

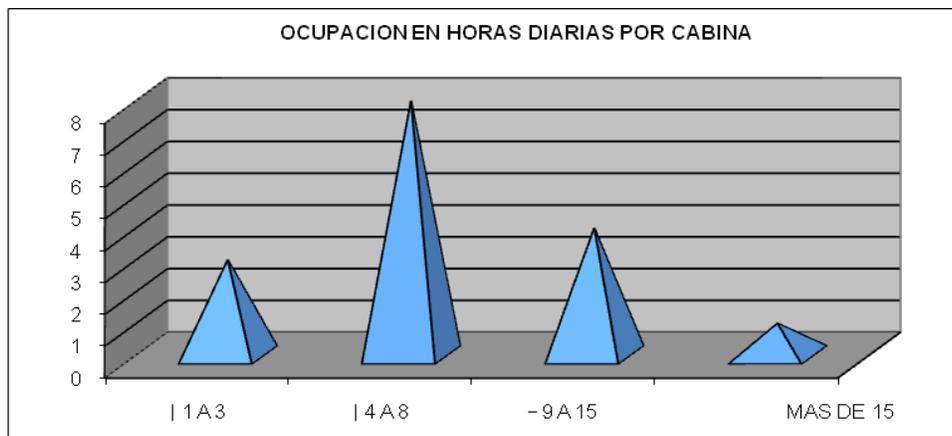


**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboradoci3n:** IDECO.

El tiempo total de utilizaci3n del servicio de llamadas es de 4 a 8 horas diarias, de 9 a 15 horas corresponde a fines de semana, y m1s de 15 horas en 3pocas festivas como: navidad, d1a de la Madre, Padre, San Valent1n entre otras, donde se registra un mayor n1mero de clientes y duraci3n de la llamada. Detalle en gr1fico No. 12.

**Gr1fico 12: OCUPACION EN HORAS POR CABINA**



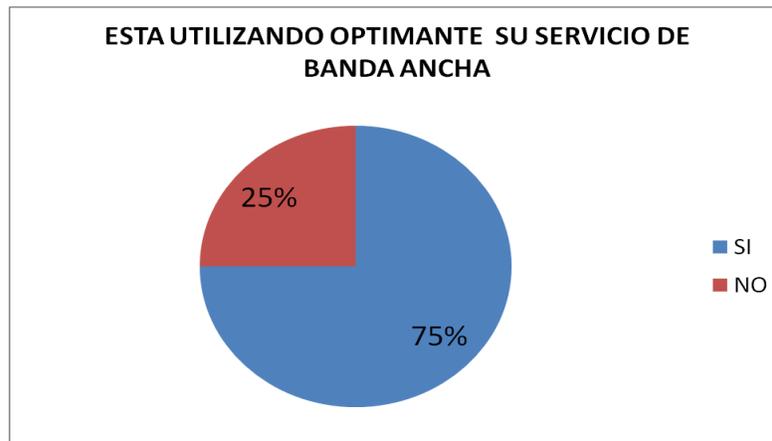
**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboradoci3n:** IDECO.

## Percepción del Cliente

Es importante conocer las inquietudes y percepciones del cliente sobre el servicio que contratan, como primer punto anotaremos la percepción del cliente que le da a la utilización del servicio de Banda Ancha, donde el 75% piensan que están utilizando óptimamente, y el 25% piensan que pueden dar mayor uso al servicio por medio del incremento de equipos. Detalle grafico No.13

Grafico 13: USO DE CAPACIDAD DE BANDA ANCHA



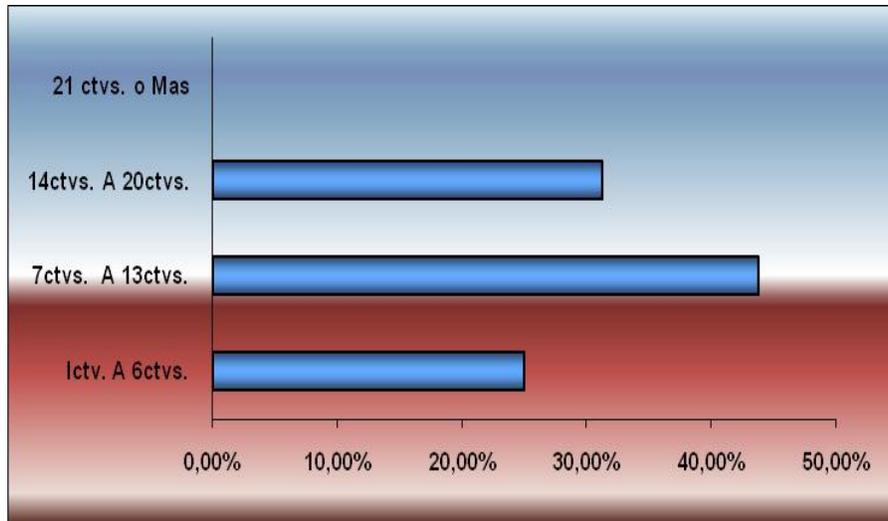
**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

## Costos del Servicio

Los costos del servicio están establecidos por minuto de llamada. Existen fracciones del minuto, que son consideradas, según el porcentaje del minuto usado, o sea, siempre se moverá al inmediato superior, si es que éste supera el 50%. El gráfico número 14 establece el costo por minuto que cobran las operadoras en promedio. Por lo general este costo corresponde a los países que se destinan la mayor parte de las llamadas, los mismos que se anotaron anteriormente. El mayor costo de llamadas está entre 7 a 13 centavos por minuto, y de 14 a 20 centavos por minuto para destinos no tan comunes. Ver gráfico No. 14.

Grafico 14: COSTO DEL SERVICIO



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

## COMPLEMENTACION DE SERVICIOS

Magic Jack correspondería a un complemento del servicio que actualmente contratan los cybercafés y locutorios, con el objetivo de reducir sus costos operacionales, por eso vimos importante establecer, la disponibilidad, de hacerlo mediante un costo adicional, que correspondería al dispositivo. Este sistema no usa interconexión telefónica dentro del perímetro nacional ecuatoriano, por esta razón el rubro nombrado, no se carga al costo de minuto, que el cliente debe asumir por llamadas a países diferentes a Estados Unidos o Canadá. El gráfico No. 15 indica el porcentaje de clientes que estarían dispuestos a implementar este sistema, para reducir los costos, ya que el 94% están dispuestos a implementar el sistema.

Grafico 15: DISPONIBILIDAD DEL ENCUESTADO



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboradoción:** IDECO.

Después de establecer la aceptación de los clientes, a la complementación del servicio, era necesario conocer su percepción sobre el costo del equipo, por lo que se estableció el valor del producto y se consultó al mercado, si estaban de acuerdo con el precio del mismo, obteniendo resultados muy positivos: un 87% estaban de acuerdo con el precio, según las ventajas que se especificaron del producto y un 13% estaban en desacuerdo. Detalle gráfico No.16.

Gráfico 16: DISPONIBILIDAD AL PAGO POR COSTO DE SISTEMA



**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboradoción:** IDECO.

Habiendo terminado un muy minucioso estudio de mercado, analizando cifras, variables y constantes, hemos obtenido los resultados esperados. El producto Magic Jack se presentó como

una oportunidad de mayor ingreso, para los clientes que lo adquieran, dado que la inversión que realizaran generaría ingresos, al momento mismo que el cliente lo comience a usar, sea tanto personal, como comercial.

Magic Jack está considerado por los encuestados como un producto muy novedoso y de muy fácil uso. Generó simpatía entre las personas que ayudaron a la conclusión de este estudio, y los resultados del mismo, simplemente apuntan al éxito del proyecto. Magic Jack es una oportunidad de negocio, para quien lo comercialice y una opción de ahorro para los particulares que lo usen. El estudio de mercado da luz verde a la continuación de este proyecto.

## **1.5. ESTRATEGIAS DE MERCADO**

Hemos establecido las siguientes estrategias de mercado, para llegar de manera eficiente a nuestros clientes:

### **Estrategia del Producto**

La estrategia del producto consiste en informar sobre las especificaciones técnicas de Magic Jack, adjuntando un cuadro comparativo de precios donde se establece la reducción de costos.

#### **1.5.1.0. DESCRIPCIÓN**

El Magic Jack es un pequeño dispositivo (su tamaño: 6,4cm x 3,8cm) que trabaja como un USB que es conectado a un ordenador, con un costo no mayor a \$19,99 dólares americanos por año, para llamadas ilimitadas a Estados Unidos y Canadá. Las llamadas fuera de estas regiones reciben un ligero recargo adicional.

#### **1.5.1.1. ¿PORQUE ES ÚNICO?**

El MagicJack phone es único porque usa una línea de teléfono normal conectada a un dongle (dispositivos que utilicen puerto USB). Esto quiere decir que cualquier aparato convencional de teléfono puede ser conectado a este dispositivo y usado para llamadas VoIP (llamadas a través de Internet). Esto significa que las personas sin conocimiento técnico pueden usar este dispositivo

sin ninguna dificultad. En caso de los propietarios de negocios Magic Jack ofrece un canal adicional para su oferta de servicios al extranjero sin costo adicional al invertido en la compra del dispositivo. Magic Jack puede ser llevado desde el hogar al trabajo o a donde sea que deba ir el consumidor.

¿Por qué Magic Jack es diferente a Skype? Primero, Skype es el #1 en servicio VoIP para llamadas por internet, pero el gran asunto es que Skype usa un “nombre” o dirección de email como un número de teléfono. Esto significa que Skype no trabaja con un teléfono estándar. MagicJack lo hace. Adicional el software MagicJack establece un número de teléfono por el cual cualquiera puede usarlo para llamar o recibir llamadas.

#### **1.5.1.2. INSTALACIÓN**

Sobre la conexión, Magic Jack será auto detectado por la computadora huésped, iniciándose el reconocimiento del software automáticamente. La instalación es fácil. Se provee alguna información básica como código de área, localización y dirección de correo electrónico, para la instalación completa. En el caso de que se cancelare la línea de teléfono convencional y se usare solamente el Magic Jack, éste podrá ser detectado el 911 para una emergencia. Esta información será usada por agencias de emergencia como bomberos, policía y paramédicos para que sepan donde uno se encuentra localizado. Este servicio se da únicamente en Estados Unidos y Canadá. Aquí está la apariencia del software:

IMAGEN 1. SOFTWARE MAGIC JACK.



Fuente: [www.magicjack.com](http://www.magicjack.com)

### 1.5.1.3. CARACTERÍSTICAS Y USO

En el lado izquierdo del dispositivo podemos apreciar publicidad de paquetes de servicios adicionales que Magic Jack ofrece en temporadas festivas y especiales. En el centro se encuentra el cuadro de dialogo, donde se especifica el número que se marca y el teclado numérico, se puede también ver las opciones, herramientas y recursos que ofrece el dispositivo.

Del lado derecho encontramos:

- Menú - Cambia a micrófonos headset, descarga plug in de Outlook, y otras opciones de configuración.
- Contactos - Esta es la lista de contactos para una rápida referencia.
- Llamada - Esto provee un historial de llamadas. Usando esta característica le permite rápidamente y fácilmente reconectar las llamadas anteriores.
- Redial - redial
- Vmail - Esto permite tener su propio buzón de voz. Para poner voz de mensajes en el Magic Jack se debe entrar a su sitio ([www.magicjack.com](http://www.magicjack.com)) y seleccionar las opciones del

usuario. También es interesante el hecho que Magic Jack envía un email con un archivo .WAV en el correo.

- 411 - Es un enlace a Free411.com.
- Google - Un enlace a la web de búsqueda de Google.
- Dirección 911 - Esta función omite su entrada original en Magic Jack, pero también da la ventaja de agregar la dirección múltiple en caso de que se utilice esto en el trabajo o en el hogar.

Magic Jack genera un costo anual de \$ 19,99 dólares americanos por el uso del servicio. Además los fabricantes de este servicio ofrecen diferentes paquetes promocionales, en las diferentes fechas del año. Información disponible en: [my.magicjack.com](http://my.magicjack.com).

#### **1.5.1.4. BAJO COSTO Y A CUALQUIER TELÉFONO**

Una de las formas para reducir grandemente el costo de comunicación es mediante un producto relativamente nuevo llamado "Magic Jack". ¿Su gran atractivo? Poder tener un número de teléfono con código de área local en más de 40 estados de Estados Unidos que permita realizar y recibir llamadas ilimitadas a cualquier número de teléfono en Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico por un costo anual de \$19,99 dólares americanos.

Por ejemplo: uno vive en Los Ángeles, California y el teléfono es del código de área 310, al adquirir Magic Jack se puede solicitar que el nuevo número de teléfono sea en ese mismo código de área. O por el contrario, con Magic Jack se puede obtener un número con el código de área 305 de Miami, *Florida* aunque físicamente uno se encuentra en Los Ángeles.

Para que esto se realice, se necesita tener una computadora, una conexión de alta velocidad a la internet, un aparato telefónico convencional a un costo de \$ 100,00 dólares americanos. "Magic Jack" es un dispositivo electrónico, que ofrece dos conectores bastante conocidos: por un lado está un conector telefónico similar al que se encuentra en la pared de la casa, donde se suele conectar el teléfono convencional y por el otro lado, uno que permite que éste pueda conectarse a una computadora por medio de un puerto USB.

Es importante recalcar que el estudio de mercado, dio como resultado que este 87% del total de encuestados están de acuerdo, con aceptar un costo de \$120,00 dólares americanos por unidad. Dadas estas circunstancias, y como precio promocional, IDECO ha resuelto lanzar este producto novedoso, a un precio de introducción de \$ 100,00 incluyendo este costo un año de servicio, o sea los \$19,99 dólares americanos.

Establecida la conexión con la computadora, en la pantalla de ésta, aparecerá un programa que le permitirá que, usando Magic Jack, se pueda hacer y recibir llamadas al número de teléfono que se escogió. Sólo se conecta el aparato telefónico convencional que ya se tiene y listo. Durante un año, se podrá hacer y recibir todas las llamadas que desee. Luego del primer año, se puede obtener otro año más de servicio por \$19,99 dólares americanos. La compañía también ofrece tarifas para llamadas internacionales fuera del área de cobertura anteriormente mencionada.

"Magic Jack" no solamente ofrece el acto de "telefonar", también incluye sin costo adicional, acceso al servicio de asistencia de directorio 411, servicio de "call waiting" o llamada en espera, el famoso "voicemail" o correo de voz, y hasta identificador de llamadas, conocido como "caller ID". "Magic Jack" ofrece muchas otras ventajas que son dignas de un artículo por separado. Más información sobre "Magic Jack" puede ser obtenida en el sitio de internet de la empresa (en inglés), [MagicJack.com](http://MagicJack.com).

## IMAGEN 2. APARIENCIA DE HARDWARE



Fuente: [www.magicjack.com](http://www.magicjack.com)

El método de abastecimiento usado es muy simple y básico: al momento de que el fabricante recibe una orden de pedido de IDECO, por una cierta cantidad de unidades de Magic Jack, el fabricante procede a realizar el embalaje y el despacho de dicha mercadería. Muchas opciones de transporte existen en el mercado, Magic Jack trabaja con UPS (United Postal Service) preferentemente, quien es un courier que se encarga de todo el proceso de traslado y nacionalización de la mercadería.

En aproximadamente 10 días después de realizado el pedido de la mercadería y pagado los costos de traslado y seguros, las unidades de Magic Jack se pondrán a disposición del mercado local.

### **ESTRATEGIA DEL PRECIO.**

Los precios que este producto ofrece al consumidor final son muy atractivos, y mucho más bajos que la competencia en general. Por estas circunstancias, el precio de lanzamiento del producto estará de acorde a los competidores en el mercado. La diferencia radica en los costos que Magic Jack genera por su consumo, son inigualables para la competencia, bajo los parámetros y facilidades de uso que ofrece el producto.

Los costos en llamadas internacionales por minuto aire, los detallaremos en la Tabla No. 4, especificado por país. Adicional a éste es necesaria la compra del artefacto que hace posible acceder a estas tarifas y llamadas sin costo alguno a Estados Unidos y Canadá. Este es el producto que se introducirá con un precio acorde a los productos competidores a sabiendas que nuestro producto ofrece mayores facilidades, tanto en comodidad de uso, y costos.

El producto Magic Jack como tal, tendrá un precio de introducción de \$100 dólares americanos, este dato lo calculamos de la recopilación de información que arrojó el estudio de mercado, dándonos a conocer que el 60% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$100 a \$120 dólares americanos, por el producto.

#### **Tabla según competidores directos.**

Tabla 4: COMPETIDORES DIRECTOS

| <b>COMPETIDOR</b> | <b>PLAN DE LLAMADAS</b>                                     |
|-------------------|---|
| SKYPE             | \$2,95 US - \$5,95 MEXICO - \$9,95 a month ( todo el mundo) |
| GIZMO 5           | \$0,30(cell)/\$0.17/minuto ECUADOR A EEUU                   |
| TALKSTER          | GRATIS CON NUMERO PROPIO DE TALKSTER                        |
| JAXTR             | \$0,19(cell)/\$0,12/minuto                                  |
| LOCAL PHONE       | \$0,20(cell)/\$0,12/minuto                                  |
| VYKE              | \$0,02 minuto   |

Tabla 5: MODOS DE PRESTACION DE SERVICIO DE COMPETENCIA

| <b>COMPETIDOR</b> | <b>OBJETIVO</b>   |
|-------------------|---|
| SKYPE             | Llamadas a cualquier plan es mediante la computadora            |
| GIZMO 5           | Llamadas a cualquier plan es mediante la computadora            |
| TALKSTER          | Por teléfono o computadora                                      |
| JAXTR             | Uso por computadora luego por móvil                             |
| LOCAL PHONE       |   |
| VYKE              | Llamadas a cualquier plan es mediante la computadora o Teléfono |

Tabla 6: INFORMACION COMPETIDORES

| <b>COMPETIDOR</b> | <b>WEB</b>  |
|-------------------|---|
| SKYPE             | <a href="http://skype.com">http://skype.com</a>   |
| GIZMO 5           | <a href="http://gizmo5.com/pc/network/callout-rates/">http://gizmo5.com/pc/network/callout-rates/</a> |
| TALKSTER          | <a href="http://talkster.com">http://talkster.com</a>   |
| JAXTR             | <a href="http://jaxtr.com">http://jaxtr.com</a>   |
| LOCAL PHONE       |   |
| VYKE              | <a href="http://vyke.com">http://vyke.com</a>   |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

## **ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCION.**

La estrategia que se implementará para la venta de este producto, será por medio de puntos de distribución. Se buscará distribuidores en las diferentes regiones y ciudades del país, para de esta manera crear una cadena de distribución, con el objetivo de abarcar la mayor parte del mercado posible, y mantener un stock mínimo permanente. Esta estructura está calculada para el abaratamiento de costos, en el proceso de distribución y despacho de mercaderías.

IDECO es una empresa emprendedora, que se encuentra en una etapa de expansión. Dadas estas circunstancias, los funcionarios que posee al momento, se encargarán de montar todo el esquema de funcionamiento y distribución, apoyados en los puntos de distribución, que se designen a lo largo del territorio nacional.

Al momento IDECO consta de una oficina, desde la cual se organizará todo el trabajo logístico, para la importación y distribución de los artículos Magic Jack.

Dado el tamaño de la mercadería, no se necesitan grandes bodegas, tampoco transporte propio, para la distribución de los mismos. Al ser artículos electrónicos de fácil expendio, la rotación de inventario, nos exigirá orden en los procesos, y no demandará mucho espacio para los despachos de la mercadería.

Nuestra red de distribuidores será una herramienta clave para el funcionamiento de esta estructura, puesto que a más de ser representantes de nuestra marca, serán ramas de la red logística para el manejo físico y comercial del producto.

La mecánica a seguir será la siguiente: tomando en cuenta las necesidades de cada región, los distribuidores de cada área, se encargaran de identificar el número de artículos, que el mercado demande, para así formar un requerimiento global, y proceder a la importación, tomando en cuenta todos los factores de riesgo, tanto físico como financiero, y además manteniendo un inventario mínimo para trabajar de acuerdo al concepto japonés de “Just on time.”

La red de distribuidores será abastecida, utilizando medios de transporte de carga terrestre privados, como cooperativas de transporte de carga y en casos específicos, se usarán vías aéreas para el despacho de los artículos, según el destino y la urgencia del caso. El distribuidor deberá tener conocimiento total sobre el manejo y funcionamiento del producto, para estar en condiciones de solventar todo tipo de duda e inconveniente, al momento de usar nuestro producto.

## **ESTRATEGIA DE PROMOCION.**

Sabiendo que Magic Jack es un producto totalmente nuevo en el mercado y desconocido, usaremos diferentes medios publicitarios, y canales de información, para llegar a nuestros consumidores, y al mismo tiempo apoyar a nuestros distribuidores en su arte de vender.

### **1.5.4.0. Demostración del producto.**

Con el objetivo de dar a conocer todos los beneficios, que este producto ofrece al público, se realizarán demostraciones a nuestros posibles distribuidores, para de esta manera establecer puntos de distribución a nivel nacional. Es de nuestro interés completo, que nuestros distribuidores conozcan el producto en su totalidad, y estén en la capacidad de transmitir este paquete de soluciones que ofrece este producto a sus clientes y subdistribuidores si es que el caso aplica.

### 1.5.4.1. Publicidad.

La compañía que se dedica a fabricación de este producto, ha dado mucha importancia a este rubro, por tal razón, utiliza diversos medios de comunicación, para promocionar el mismo, con el fin de facilitar la distribución a nivel mundial.

IDECO al ser distribuidor del producto, goza de ciertas ventajas en el campo publicitario. Este producto se ofertará mediante vía escrita, en periódicos e Internet, como con pancartas y hojas volantes, que serán distribuidas entre los diferentes puntos de venta del producto.

De igual manera se usarán medios auditivos, como radio difusores, que lleguen a lugares más remotos, como pueblos y caseríos, que en el caso sierra, son un mercado muy importante para este tipo de producto. Anunciaremos el producto en revistas relacionadas con temas electrónicos, y en medios que publiciten el tema.

Como información básica hoy en día nos podemos referir a la pagina principal, [www.magicjack.com](http://www.magicjack.com)

Imagen 3: Presentación de producto



Fuente. [www.magicjack.com](http://www.magicjack.com)

## **CAPITULO II:**

### **ANALISIS DE LA EMPRESA**

#### **2.1. HISTORIA**

IDECO, empresa dedicada a la importación, distribución, y comercialización de artículos varios, desde febrero del 2005, ha identificado una gran oportunidad de negocio, basada en una necesidad insatisfecha, existente en el mercado nacional. La empresa nace de la oportunidad de negocio, presentada a los fundadores de la compañía, por parte de la fábrica Blackmore Electronics a finales del año 2004. En el Ecuador, se realizó todos los análisis pertinentes, para llegar a la toma de la decisión, que sería trascendental para el surgimiento de la empresa.

El contrato con la fábrica, domiciliada en California se dió a comienzos del mes de enero del 2005. La primera importación de mercadería se llevo a cabo en el mes de febrero del 2005, fecha desde la cual, contaremos el tiempo de vida de la compañía. Ante la negociación realizada y gracias a los resultados de los estudios hechos, llegamos a la conclusión de: para poder aprovechar al máximo los beneficios que esta alianza presentaba, era necesario que IDECO, no se dirigiera al consumidor final como tal, sino a los almacenes que se encuentren dentro de este giro de negocio.

Como lo mencione anteriormente IDECO es una realidad hoy en día, y la oficina atiende a sus clientes, en un horario de 9h00 hasta las 19h00 horas y está localizada en la General Torres 10-21. Después de la buena experiencia que tuvimos en la compañía Blackmore Electronics, IDECO da un gran paso en la expansión de productos y servicios ofrecidos al mercado ecuatoriano, con la presentación de su nuevo producto: Magic Jack.

#### **2.2. MISION**

“Satisfacer las necesidades tecnológicas del mercado con productos de muy alta calidad, en miras siempre al aporte para el desarrollo sostenible del Ecuador.”

### **2.3. VISION**

"Nuestra visión está marcada, con el objetivo de ser un referente nacional, en los próximos 5 años: en importación, distribución y comercialización de artículos electrónicos, ofreciendo productos innovadores que faciliten a la sociedad, tecnologías predominantes en el mercado mundial"

### **2.4. OBJETIVOS**

#### **2.4.1. RENTABILIDAD**

- Incrementar los índices de rentabilidad, explotando el nicho de mercado existente y marcando el precio de comercialización del mercado.
- Hacer uso de la capacidad de negociación que tenemos, por ser distribuidores para territorio ecuatoriano.

#### **2.4.2. MERCADO**

- Llegar a manejar una cadena de distribución a las 24 provincias del país, en un periodo de 4 años.
- Llegar a distribuir más de dos marcas de líneas de audio, video y telefonía internacional en el Ecuador.
- Ser referente nacional, de bajo costo en lo referente a audio y video de automotores y en comunicación internacional.

### **2.4.3. CALIDAD**

- Satisfacer las necesidades del mercado, ofertando servicios y productos de última tecnología.
- Estándares de calidad y garantía en todos los productos y servicios.
- Constante innovación tecnológica, mejora de técnicas de servicio tanto en pre como pos venta.
- Implementar sistema de control de calidad, tanto a nuestros vendedores como a los distribuidores asociados.

### **2.5. ANALISIS FODA**

A continuación desarrollaremos un análisis FODA de la compañía IDECO.

#### **2.5.1. Fortalezas**

- Contamos con la distribución general para el Ecuador.
- Ofrecemos dos líneas de productos: una enfocada al audio y video para automotores y la línea de comunicación Magic Jack.
- Contamos con un stock completo de artículos complementarios a las dos líneas.
- Ofertamos en talleres asociados, la instalación de los equipos, en el caso de que se requiera.
- Brindamos un servicio eficiente en la distribución al menudeo de los equipos.
- Ofrecemos 3 años de garantía en todos nuestros productos.

#### **2.5.2 Oportunidades**

- Tenemos agentes vendedores que recorren y visitan a los clientes a sus lugares de trabajo.
- Es un negocio que puede ser controlado desde cualquier parte del país.
- Podemos participar en cualquier contienda de Tuning o evento comercial relacionado a la comunicación.
- Nuestra capacidad de mercado puede originar cualquier demostración o exposición en pequeña o grande escala.

- 

### **2.5.3 Debilidades**

- Escasa presencia en el mercado actual.
- Todavía no se ha dado la publicidad necesaria.
- No contamos con bodegas propias.
- No contamos con oficinas propias.
- Dependemos de la futura aceptación de nuestros productos en el mercado.
- Dependemos de un solo proveedor extranjero de Magic Jack (fabricante).

### **2.5.4. Amenazas.**

- Existe riesgo de deterioro del producto, en el transporte marítimo.
- Al ser productos de mercadeo inmediato, son susceptibles a pérdidas por robo.
- Estamos sujetos al transporte terrestre provincial, que todavía no ofrece un servicio óptimo, dificultando la recepción de la mercadería dentro de los tiempos estimados.

## **2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.**

IDECO, está estructurado en un sistema jerárquico.

### **2.6.1. ESPECIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES DE MANDOS JERARQUICOS.**

#### **2.6.1.0. La Administración**

El administrador general del departamento, se encarga básicamente de:

- El contacto comercial con la fábrica productora de toda la línea de Blackmore Electronics, y Magic Jack para que de esta manera, los productos que esta fábrica distribuye lleguen al consumidor ecuatoriano.
- Se encarga de la verificación del proceso de desaduanización.
- Tiene la responsabilidad de presentar informes de cada uno de los pasos que la importación y distribución requieran.

- También se tiene la responsabilidad financiera del departamento, puesto que el administrador tiene toda la facultad para el uso y manejo financiero de la empresa.

#### **2.6.1.1. La Secretaria**

Se encarga de:

- Atención al cliente dentro de la oficina.
- Relación comercial con las empresas transportistas, las mismas que pueden ser terrestres o aéreas.
- Manejo operativo de la oficina.
- Coordina la recepción y revisión de los informes de ventas, de acuerdo a los cronogramas establecidos.

#### **2.6.1.2. Los Vendedores**

Los vendedores recorriendo sus rutas de visitas a los diferentes almacenes, recolectan pedidos de los mismos; posteriormente estos vendedores hacen llegar los pedidos a bodega, para que la entrega de la mercadería se procese dos días después, de la recepción de los pedidos solicitados por los clientes.

La estructura operativa de la empresa exige que los vendedores y el administrador se reúnan, de manera obligatoria, mensualmente, para afinar detalles pendientes en el proceso de comercialización.

#### **2.6.1.3. El Bodeguero**

Es el responsable:

- Recepción e ingreso de mercadería a la bodega.
- Ejecución y cuadro de los inventarios semanales.
- Previo al ingreso, se categorizará la mercadería en ítems: defectuosos o incompletos, para el reclamo respectivo.
- Organizar el despacho de la mercadería solicitada por los clientes, a las diferentes regiones del país.

## 2.6.2. SALARIOS

Los salarios están distribuidos de la siguiente manera:

Detalle en tabla 7.

Tabla 7: SUELDOS Y SALARIOS.

| Empleado           | Salario Mensual | DATOS ANUALES |                         |             |             |            |                   |             |
|--------------------|-----------------|---------------|-------------------------|-------------|-------------|------------|-------------------|-------------|
|                    |                 | Salario Anual | 21.5% IESS, IECE, SECAP | Décimo 3ro. | Décimo 4to. | Vacaciones | Fondos de Reserva | Total Anual |
| SUELDOS Y SALARIOS |                 |               |                         |             |             |            |                   |             |
| Gerente General    | \$800,00        | \$9.600,00    | \$2.064,00              | \$800,00    | \$170,00    | \$200,00   | \$800,00          | \$13.634,00 |
| Vendedor           | \$250,00        | \$3.000,00    | \$645,00                | \$250,00    | \$170,00    | \$200,00   | \$250,00          | \$4.515,00  |
| Vendedor           | \$250,00        | \$3.000,00    | \$645,00                | \$250,00    | \$171,00    | \$200,00   | \$250,00          | \$4.516,00  |
| Secretaria         | \$250,00        | \$3.000,00    | \$645,00                | \$250,00    | \$172,00    | \$200,00   | \$250,00          | \$4.517,00  |
| TOTALES            | \$1.550,00      | \$18.600,00   | \$3.999,00              | \$1.550,00  | \$683,00    | \$800,00   | \$1.550,00        | \$27.182,00 |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

### 1.6.3 ORGANIGRAMA



Elaboración: IDECO.

## **CAPITULO III: ANALISIS FINANCIERO**

Este capítulo detalla a manera numérica, la factibilidad y rentabilidad, que generará la nueva línea de productos de IDECO (Magic Jack). Se realizarán a continuación, todos los cuadros de cálculos necesarios para llegar a un flujo de caja proyectado, donde se pueda demostrar la rentabilidad que generará el producto, con relación al mercado, en el cual pensamos enfocarnos en una primera instancia. Con el objetivo de minimizar el error en cálculo, presentaremos tres diferentes panoramas de crecimiento, para con esto tener un criterio, lo más cercano a la realidad posible.

### **3.1. PRESUPUESTOS**

#### **3.1.1. Presupuesto de gastos administrativos.**

A continuación, detallaremos los costos por concepto de salarios y remuneraciones de los empleados, tomando en cuenta todos los parámetros legales que los amparan. Para el cálculo de los salarios se ha tomado en cuenta, todos los beneficios otorgados por la ley, además se ha proyectado un crecimiento anual del 9%. En el caso de los vendedores, los cálculos están sujetos a comisiones de ventas, eso influirá en el total de los costos por concepto de comisiones en la contabilidad general.

Detalle tabla No. 8

Tabla 8: GASTOS ADMINISTRATIVOS.

| <b>Gastos Administración</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Luz                          | 400,00      | 400,00      | 400,00      | 400,00      | 400,00      |
| Útiles De Oficina            | 240,00      | 240,00      | 240,00      | 240,00      | 240,00      |
| Mantenimiento Local          | 100,00      | 100,00      | 100,00      | 100,00      | 100,00      |
| Arriendos                    | 1.800,00    | 1.800,00    | 1.800,00    | 1.800,00    | 1.800,00    |
| Fletes Y Correspondencia     | 120,00      | 120,00      | 120,00      | 120,00      | 120,00      |

|                                |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Capacitación                   | 200,00          | 200,00          | 200,00          | 200,00          | 200,00          |
| Artículos de Limpieza          | 180,00          | 180,00          | 180,00          | 180,00          | 180,00          |
| Movilización y Combustibles    | 905,00          | 905,00          | 905,00          | 905,00          | 905,00          |
| Varios                         | 100,00          | 100,00          | 100,00          | 100,00          | 100,00          |
| <b>Total Gastos Producción</b> | <b>4.045,00</b> | <b>4.045,00</b> | <b>4.045,00</b> | <b>4.045,00</b> | <b>4.045,00</b> |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO.

### 3.1.2. Presupuesto de Gastos Operativos

Este presupuesto, contempla todos los rubros que la compañía IDECO deberá cubrir, para poder funcionar. Los rubros están calculados, con un incremento proporcional igual a la inflación anual.

Tabla de gastos operativos No. 9

Tabla 9: GASTOS OPERATIVOS.

|                                  |                  |                  |                  |                  |                  |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sueldos                          | 18.600,00        | 20.274,00        | 22.098,66        | 24.087,54        | 26.255,42        |
| Aporte Patronal 21.5%            | 3.999,00         | 4.358,91         | 4.751,21         | 5.178,82         | 5.644,91         |
| Fondo Reserva                    | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         |
| Décimo Tercer Sueldo             | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         | 1.550,00         |
| Décimo Cuarto Sueldo             | 683,00           | 683,00           | 683,00           | 683,00           | 683,00           |
| Vacaciones                       | 800,00           | 800,00           | 800,00           | 800,00           | 800,00           |
| <b>Total Personal Producción</b> | <b>27.182,00</b> | <b>29.215,91</b> | <b>31.432,87</b> | <b>33.849,36</b> | <b>36.483,33</b> |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

### 3.1.3. Presupuesto de Ventas

A continuación, detallo rubro por rubro el presupuesto de ventas, proyectado al 2012, según los parámetros tomados en cuenta para este análisis. Uno de los puntos más importantes es presentar diferentes escenarios, para el cálculo del mismo, con el objeto de minimizar el sesgo. En este

escenario específico, el cuadro muestra una proyección anual del 9%, cifra tomada del promedio de la variación de la inflación en el año 2008. Detalle en tablas No. 9 y 10.

Tabla 10: PRESUPUESTO DE VENTAS IDECO.

| PRESUPUESTO DE VENTAS IDECO |                  |                   |                   |                   |                   |
|-----------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                             | 2008             | 2009              | 2010              | 2011              | 2012              |
| Unidades.                   | 1.200            | 1248              | 1200              | 1272              | 1.284             |
| Precio                      | 80,00            | 87,20             | 95,05             | 103,60            | 112,93            |
|                             | 96.000,00        | 108.825,60        | 114.114,63        | 131.782,15        | 144.997,66        |
| Promoción                   | 100,00           | 110,00            | 120,00            | 130,00            | 140,00            |
| <b>TOTAL</b>                | <b>95.900,00</b> | <b>108.715,60</b> | <b>113.994,63</b> | <b>131.652,15</b> | <b>144.857,66</b> |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

## 3.2. ESTADOS FINANCIEROS

### 3.2.1. BALANCE GENERAL

El Balance General de IDECO esta ajustado y proyectado en base a esta nueva actividad económica, dado que la compañía interrumpió sus funciones en los años 2006, 2007,2008. Este balance está desarrollado sobre la base de los cálculos y resultados obtenidos del estudio de mercado. Los valores están avalizados por las encuestas y estudios realizados en el medio.

La estructura del negocio está diseñada, para ser ejecutada con capital propio, en su totalidad, hasta la fecha proyectada, o sea año 2012. No se descarta un posible financiamiento para compra de activos al cierre de periodo. Detalle en la tabla No. 11

Tabla No. 11: BALANCE DE SITUACION FINAL

**BALANCE DE SITUACION  
FINAL**

|                              | AÑO 1     | AÑO 2     | AÑO 3     | AÑO 4     | AÑO 5     |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ACTIVO                       |           |           |           |           |           |
| DISPONIBLE                   |           |           |           |           |           |
| CAJA                         | 26.760,00 | 33.831,09 | 32.847,70 | 43.678,29 | 49.441,55 |
| BANCOS                       |           |           |           |           |           |
| EXIGIBLES                    |           |           |           |           |           |
| CLIENTES                     | -         | -         | -         | -         | -         |
| CTAS. POR COBRAR             | -         | -         | -         | -         | -         |
| REALIZABLE                   |           |           |           |           |           |
| INVENTARIOS                  | -         | -         | -         | -         | -         |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE       | 26.760,00 | 33.831,09 | 32.847,70 | 43.678,29 | 49.441,55 |
| ACTIVO FIJO DEPRECIABLE      |           |           |           |           |           |
| EQUIPO DE COMPUTACION        | 1.000,00  | 1.000,00  | 1.000,00  | 1.000,00  | 1.000,00  |
| DEP. ACUM. EQ. COMPUTACION   | -333,30   | -333,30   | -333,30   | -333,30   | -333,30   |
| MUEBLES Y ENSERES            | 800,00    | 800,00    | 800,00    | 800,00    | 800,00    |
| DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES | -80,00    | -80,00    | -80,00    | -80,00    | -80,00    |
| EQUIPO DE OFICINA            | 300,00    | 300,00    | 300,00    | 300,00    | 300,00    |
| DEP. ACUM. EQUIPO DE OFICINA | -30,00    | -30,00    | -30,00    | -30,00    | -30,00    |

|                               |           |           |           |           |           |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| TOTAL ACTIVO FIJO             | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  |
|                               |           |           |           |           |           |
| TOTAL ACTIVO                  | 28.416,70 | 35.487,79 | 34.504,40 | 45.334,99 | 51.098,25 |
|                               |           |           |           |           |           |
|                               |           |           |           |           |           |
| PASIVO                        |           |           |           |           |           |
|                               |           |           |           |           |           |
| CORTO PLAZO                   |           |           |           |           |           |
|                               |           |           |           |           |           |
| IVA POR PAGAR                 | 960,00    | 960,00    | 960,00    | 960,00    | 960,00    |
| RTE. EN LA FUENTE POR PAGAR   | 390,00    | 390,00    | 390,00    | 390,00    | 390,00    |
| IMP. RENTA POR PAGAR          | -         | -         | -         | -         | -         |
| PARTICIPACION DE EMPLEADOS    | 3.591,45  | 4.652,11  | 4.504,61  | 6.129,19  | 6.993,68  |
| SUELDOS POR PAGAR             | 1.150,00  | 1.150,00  | 1.150,00  | 1.150,00  | 1.150,00  |
| DECIMO CUARTO SUELDO          | 57,00     | 57,00     | 57,00     | 57,00     | 57,00     |
| DECIMO TERCER SUELDO          | 130,00    | 130,00    | 130,00    | 130,00    | 130,00    |
| FONDOS DE RESERVA             | 130,00    | 130,00    | 130,00    | 130,00    | 130,00    |
|                               |           |           |           |           |           |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO      | 6.408,45  | 7.469,11  | 7.321,61  | 8.946,19  | 9.810,68  |
|                               |           |           |           |           |           |
| PATRIMONIO                    |           |           |           |           |           |
|                               |           |           |           |           |           |
| CAPITAL SOCIAL                | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  | 1.656,70  |
| UTILIDAD O PERDIAS ANTERIORES |           |           |           |           |           |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO        | 20.351,55 | 26.361,98 | 25.526,10 | 34.732,10 | 39.630,86 |
|                               |           |           |           |           |           |
| TOTAL PATRIMONIO              | 22.008,25 | 28.018,68 | 27.182,80 | 36.388,80 | 41.287,56 |
|                               |           |           |           |           |           |
| TOTAL PAS Y PATRI             | 28.416,70 | 35.487,79 | 34.504,40 | 45.334,99 | 51.098,25 |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

### 3.2.2. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados está proyectado a cuatro años, tomando en cuenta, únicamente, la nueva línea de productos Magic Jack. La proyección se realizó en base a datos estadísticos e históricos de la empresa. Este cuadro refleja el escenario normal que nos hemos propuesto.

Tabla 12: BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

| IDECO                                       |                  |                   |                   |                   |                   |
|---|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Balance de pérdidas y ganancias proyectados |                  |                   |                   |                   |                   |
|   | AÑO 1            | AÑO 2             | AÑO 3             | AÑO 4             | AÑO 5             |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>               |                  |                   |                   |                   |                   |
| VENTAS 12%                                  | 96.000,00        | 108.825,60        | 114.114,63        | 131.782,15        | 144.997,66        |
| <b>TOTAL INGRESOS EN OPERACION</b>          | <b>96.000,00</b> | <b>108.825,60</b> | <b>114.114,63</b> | <b>131.782,15</b> | <b>144.997,66</b> |
| INVENTARIO INICIAL                          | -                | -                 | -                 | -                 | -                 |
| COMPRAS                                     | 39.000,00        | 42.510,00         | 46.335,90         | 50.506,13         | 55.051,68         |
| <b>COMPRAS TOTALES</b>                      | <b>39.000,00</b> | <b>42.510,00</b>  | <b>46.335,90</b>  | <b>50.506,13</b>  | <b>55.051,68</b>  |
| INVENTARIO FINAL                            | -                | -                 | -                 | -                 | -                 |
| COSTO DE VENTAS                             | 39.000,00        | 42.510,00         | 46.335,90         | 50.506,13         | 55.051,68         |
| <b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>                | <b>57.000,00</b> | <b>66.315,60</b>  | <b>67.778,73</b>  | <b>81.276,02</b>  | <b>89.945,98</b>  |
| <b>GASTOS DE VENTA</b>                      | <b>26.382,00</b> | <b>28.415,91</b>  | <b>30.632,87</b>  | <b>33.049,36</b>  | <b>35.683,33</b>  |
| SUELDOS                                     | 18.600,00        | 20.274,00         | 22.098,66         | 24.087,54         | 26.255,42         |
| APORTES AL IESS                             | 3.999,00         | 4.358,91          | 4.751,21          | 5.178,82          | 5.644,91          |
| DECIMO TERCERO                              | 1.550,00         | 1.550,00          | 1.550,00          | 1.550,00          | 1.550,00          |
| DECIMO CUARTO                               | 683,00           | 683,00            | 683,00            | 683,00            | 683,00            |
| FONDOS DE RESERVA                           | 1.550,00         | 1.550,00          | 1.550,00          | 1.550,00          | 1.550,00          |
| <b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>             | <b>4.165,00</b>  | <b>4.165,00</b>   | <b>4.165,00</b>   | <b>4.165,00</b>   | <b>4.165,00</b>   |
| SERVICIOS BASICOS                           | 400,00           | 400,00            | 400,00            | 400,00            | 400,00            |
| ARRIENDOS                                   | 1.800,00         | 1.800,00          | 1.800,00          | 1.800,00          | 1.800,00          |
| DEPRECIACION                                | 300,00           | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            |
| UTILES DE OFICINA                           | 240,00           | 240,00            | 240,00            | 240,00            | 240,00            |
| MTO. LOCAL                                  | 100,00           | 100,00            | 100,00            | 100,00            | 100,00            |
| FLETES Y TRANSPORTES                        | 120,00           | 120,00            | 120,00            | 120,00            | 120,00            |
| MOVILZACION                                 | 905,00           | 905,00            | 905,00            | 905,00            | 905,00            |
| CAPACITACION                                | 200,00           | 200,00            | 200,00            | 200,00            | 200,00            |
| VARIOS                                      | 100,00           | 100,00            | 100,00            | 100,00            | 100,00            |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>                   | <b>2.510,00</b>  | <b>2.720,60</b>   | <b>2.950,15</b>   | <b>3.200,37</b>   | <b>3.473,10</b>   |
| MTO. DE CTA. CORRIENTE                      | 170,00           | 170,00            | 170,00            | 170,00            | 170,00            |
| COMISIONES TARJETAS DE CREDITO              | 2.340,00         | 2.550,60          | 2.780,15          | 3.030,37          | 3.303,10          |

|  |                  |                  |                  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>                                  | <b>33.057,00</b> | <b>35.301,51</b> | <b>37.748,03</b> | <b>40.414,73</b> | <b>43.321,43</b> |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>  | <b>23.943,00</b> | <b>31.014,09</b> | <b>30.030,70</b> | <b>40.861,29</b> | <b>46.624,55</b> |
| <b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>                                   | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>                                      | <b>23.943,00</b> | <b>31.014,09</b> | <b>30.030,70</b> | <b>40.861,29</b> | <b>46.624,55</b> |
| <b>PARTICIPACION DE EMPLEADOS</b>                                  | <b>3.591,45</b>  | <b>4.652,11</b>  | <b>4.504,61</b>  | <b>6.129,19</b>  | <b>6.993,68</b>  |
| <b>IMPUESTO A LA RENTA</b>   | -                | -                | -                | -                | -                |
| <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b> | <b>20.351,55</b> | <b>26.361,98</b> | <b>25.526,10</b> | <b>34.732,10</b> | <b>39.630,86</b> |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

### 3.2.3. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja nace de los datos arrojados, por el estudio de mercado y de las ventas estimadas en el balance de pérdidas y ganancias. (P&G.)

Explicación numérica a continuación en tabla No. 13

Tabla 13: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

|  |             | 2008      | 2009      | 2010      | 2011      |
|--|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>UTILIDAD DEL EJERCICIO DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b> |             | 19.705,55 | 25.894,99 | 25.254,23 | 34.672,55 |
| Gastos Financieros   |             | 170,00    | 170,00    | 170,00    | 170,00    |
| Interés  |             | 2.340,00  | 2.550,60  | 2.780,15  | 3.030,00  |
| Amortización   |             | -         | -         | -         | -         |
| Inversión Inicial  | (40.000,00) | 17.195,55 | 23.174,39 | 22.304,07 | 31.472,55 |
| Flujo Neto I-E   |             |           |           |           |           |
| VAN  |             | 29.704,62 |           |           |           |
| TIR  |             | 49,08%    |           |           |           |
| Tasa de descuento.   |             | 12%       |           |           |           |

**Fuente:** Estudio de mercado realizado por IDECO

**Elaboración:** IDECO

## **CAPITULO IV:**

### **CONCLUSIÓN**

Magic jack es el futuro de las comunicaciones internacionales a bajo costo. Es un dispositivo de fácil uso y muy versátil, gracias a sus características: es portátil, liviano, de tamaño reducido y funciona en cualquier tipo de ordenador.

Este producto no debe ser comparado, con un sistema de comunicación celular tradicional, ya que su naturaleza proporciona un servicio de costo más bajo. (VoIP: sistema o dispositivo de transmisión de voz por IP).

Skype permite hacer llamadas gratuitas del tipo VoIP (sistema o dispositivo de transmisión de voz por IP) pero para funcionar tiene requerimientos de hardware que en el caso de Magic Jack no son indispensables.

Este dispositivo, actualmente en beta, se conecta de un extremo de la computadora vía puerto USB y del otro lado se conecta a un aparato telefónico convencional, sin necesidad de tener línea de teléfono.

Se baja el software que aparecerá automáticamente en la pantalla del computador, lista para ser

descargada. Después de realizados estos pasos sencillos, será posible hacer llamadas sin cargo adicional en Estados Unidos y Canadá.

También proporcionará identificación de llamadas, mostrará el tiempo de conversación que el usuario empleó en la llamada, y con el número al que se conectó. Magic Jack tendrá un precio de introducción de \$100,00 dólares americanos.

Magic Jack creó un dispositivo que podría significar el retiro de mercado de las compañías telefónicas tradicionales. La tecnología es una fuerza poderosa que ha derribado imperios empresariales, tal fue el caso de las computadoras, que reemplazaron a las máquinas de escribir. Otro ejemplo histórico fue el teléfono que desplazó el corto reinado del telégrafo. Actualmente, podríamos afirmar que Magic Jack significa la diferencia entre la comunicación tradicional y el futuro de las telecomunicaciones internacionales.

A los usuarios se les proporciona un código de área a escoger de los más de 100 disponibles en Estados Unidos y no es necesario que se seleccione el código de área de la región en la que el usuario habita.

La calidad es excelente, comparable a la de una línea fija, y notablemente mejor que la de un teléfono celular. Para quienes han dejado de utilizar la línea fija y usan sólo teléfono celular, Magic Jack es una alternativa económica y perfecta, para ahorrar minutos aire.

### **Ventajas:**

- Bajo costo. El servicio por un año cuesta \$19,99 dólares americanos, menos de \$ 2 dólares americanos al mes. El primer año de servicio está incluido en el pago inicial de \$100,00 dólares americanos. Incluye correo de voz, identificador de llamadas, llamada en espera, desvío de llamadas y buzón de voz.
- El servicio que ofrece Magic Jack funciona en cualquier lugar (incluyendo el extranjero). Las tarifas internacionales son bajas. Por ejemplo, una llamada telefónica a una línea fija en Europa cuesta cerca de 2 centavos de dólar americano por minuto. Las llamadas de

teléfono entre números Magic Jack son siempre gratis, incluso, cuando una o las dos personas en contacto telefónico se encuentran en el extranjero.

- Las llamadas al 911 funcionan con Magic Jack automáticamente. (opción válida dentro de los Estados Unidos).
- El número Magic Jack no está incluido en directorio alguno.

### **Desventajas:**

- La computadora debe estar prendida para hacer o recibir llamadas.
- No funciona con conexión a Internet vía telefónica (dial up). Para las llamadas de teléfono es necesaria una conexión de 128 Kb/s como mínimo.
- Magic Jack sirve sólo para un teléfono.
- Sólo funciona con PC y Mac. Se está desarrollando una versión compatible con Linux.

Después de haber revisado rápidamente todos los beneficios de este nuevo producto y la aceptación del mercado, hacia tecnologías que mejoren el uso de sistemas existentes, a costos menores, se puede concluir que el proyecto Magic Jack es totalmente viable y representa una oportunidad de negocio para la compañía IDECO.

Al haber analizado todas las variables, tanto de mercado como financieras, Magic Jack, es un producto que cambiará la mentalidad de la gente, sobre costos, por llamadas internacionales, dándole una nueva perspectiva a la comunicación internacional.

La tecnología, es una herramienta muy poderosa, a la hora de mejorar procesos y servicios para los usuarios. Magic Jack es uno de los pioneros en este tema, puesto que ha revolucionado el sistema actual de costos por concepto de comunicación.

Para concluir es necesario recalcar el slogan propuesto para este producto, haciendo hincapié en los beneficios y oportunidades que el mismo ofrece al mercado. Desde hoy en adelante si es que se usa Magic Jack, se deberá formular la siguiente pregunta. ¿Por qué pagar, por hablar?

## **BIBLIOGRAFIA**

ADUANA PRECUA S.A. Información sobre cuotas arancelarias 2008/2009

<http://www.aduanaprecua.com> . Acceso 4 Enero 2009

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. Datos de importación 2007. <http://www.bce.fin.com> .

Acceso: 3 mayo 2008.

Boletín del Observatorio Económico del Azuay, Octubre-2004

<http://www.acudir.org> (<http://acudir.org/boletin/documentos/observatorio7.pdf> )

Boletín del Observatorio Económico del Azuay, Marzo-2005

<http://www.acudir.org> (<http://acudir.org/boletin/documentos/observatorio7.pdf> )

Boletín del Observatorio Económico del Azuay, Diciembre-2005

<http://www.acudir.org> (<http://acudir.org/boletin/documentos/observatorio7.pdf> )

Boletín Estadístico Anual del Azuay, 2005

<http://www.acudir.org> (<http://acudir.org/boletin/documentos/observatorio7.pdf>

Inteligencia de mercados-Perfil socio-demográfico EE UU LEGISCOMEX

<http://www.corpei.com.ec>

Magic Jack. [WWW.MAGICJACK.COM](http://WWW.MAGICJACK.COM)

Ortega Julio. Guía para procesos de importación.

Sistema de Cuentas Provinciales del Azuay, Abril 2006.

<http://www.proexport.com.co>

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES DEL ECUADOR. Datos de Locutorio 2008.

<http://www.supertel.gov.ec> . Acceso 10 Diciembre 2008

## **ANEXOS**

### **Anexo N0.1**

#### **Datos de locutorios**

| <b>Núm.</b> | <b>Proveedor</b> | <b>Tipo</b> | <b>Dirección</b>                                 | <b>Nombre</b>    |
|-------------|------------------|-------------|--|------------------|
|             |                  |             |  |                  |
| 84          | Movistar         | Locutorio   | Gaspar Sangurima 8-37 y Luis Cordero             | Cabinas Cabicel  |
| 18          | Movistar         | Locutorio   | Juan Montalvo 7-60 y Mariscal Sucre              | Multicabinas     |
| 85          | Movistar         | Locutorio   | Gaspar Sangurima 10-58 y General Torres          | Multicabinas     |
| 80          | Porta            | Locutorio   | Gaspar Sangurima 2-30 y Manuel Vega              | Porta Cafisa     |
| 25          | Movistar         | Locutorio   | Benigno Malo 7-09 y Presidente Córdova           | Acticel          |
| 52          | Movistar         | Locutorio   | Mariano Cueva 12-67 y Antonio Vega Muñoz         | Alo Cuenca       |
| 9           | Etapa            | Locutorio   | General Torres 8-65 y Bolívar                    | Alo Etapa        |
| 27          | Etapa            | Locutorio   | Benigno Malo y Presidente Córdova                | Alo Etapa        |
| 49          | Etapa            | Locutorio   | Mariano Cueva Esquina y Gran Colombia            | Alo Etapa        |
| 32          | Movistar         | Locutorio   | Luis Cordero 12-37 y Gaspar Sangurima            | Alo.Net Cabinas  |
| 1           | Movistar         | Locutorio   | Padre Aguirre 9-99 y Gran Colombia               | Cabicel          |
| 6           | Movistar         | Locutorio   | Padre Aguirre 8-02 y Mariscal Sucre              | Cabicel          |
| 24          | Movistar         | Locutorio   | Benigno Malo 6-91 y Presidente Córdova           | Cabicel          |
| 19          | Movistar         | Locutorio   | Juan Montalvo 13-02 y Simón Bolívar              | Cabicel Cabinas  |
| 58          | Movistar         | Locutorio   | Coronel Vargas Machuca 3-10 y Presidente Córdova | Cabicel Movistar |
| 20          | Movistar         | Locutorio   | Estévez de Toral 9-04 y Simón Bolívar            | Cabinas          |
| 43          | Movistar         | Locutorio   | Antonio Borrero 11-23 y Mariscal Lamar           | Cabinas          |
| 44          | Movistar         | Locutorio   | Antonio Borrero 13-46 y Pio Bravo                | Cabinas          |

|     |          |           |  |                             |
|-----|----------|-----------|--|-----------------------------|
| 47  | Movistar | Locutorio | Hermano Miguel 8-57 y Mariscal Sucre         | Cabinas                     |
| 50  | Movistar | Locutorio | Mariano Cueva 11-47 y Mariscal Lamar         | Cabinas                     |
| 59  | Movistar | Locutorio | Coronel Vargas Machuca 6-73 y Juan Jaramillo | Cabinas                     |
| 64  | Movistar | Locutorio | Manuel Vega 13-93 y Pio Bravo                | Cabinas                     |
| 72  | Porta    | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 16-88 y Miguel Heredia    | Cabinas                     |
| 81  | Movistar | Locutorio | Gaspar Sangurima 2-64 y Tomas Ordoñez        | Cabinas                     |
| 82  | Porta    | Locutorio | Gaspar Sangurima 3-79 y Vargas Machuca       | Cabinas                     |
| 83  | Movistar | Locutorio | Gaspar Sangurima 5-53 y Hermano Miguel       | Cabinas                     |
| 86  | Movistar | Locutorio | Gaspar Sangurima 15-15 y Coronel Talbot      | Cabinas                     |
| 87  | Movistar | Locutorio | Mariscal Lamar 13-74 y Estévez de Toral      | Cabinas                     |
| 88  | Movistar | Locutorio | Mariscal Lamar 11-80 y Tarqui                | Cabinas                     |
| 95  | Movistar | Locutorio | Pio Bravo 14-32 y Estévez de Toral           | Cabinas                     |
| 107 | Movistar | Locutorio | Simón Bolívar 2-34 y Manuel Vega             | Cabinas                     |
| 114 | Porta    | Locutorio | Presidente Córdova 7-26 y Antonio Borrero    | Cabinas                     |
| 120 | Etapa    | Locutorio | Calle Larga 11-74 y Tarqui                   | Cabinas @LO                 |
| 34  | Movistar | Locutorio | Luis Cordero 11-71 y Gaspar Sangurima        | Cabinas ALO                 |
| 94  | Movistar | Locutorio | Mariscal Lamar 1-14 y Huayna Capac           | Cabinas ALO                 |
| 17  | Movistar | Locutorio | Tarqui 8-98 y Bolívar                        | Cabinas Cabicell            |
| 4   | Movistar | Locutorio | Padre Aguirre 13-08                          | Cabinas Movistar            |
| 60  | Movistar | Locutorio | Tomas Ordoñez 3-07 y Alfonso Malo            | Cabinas Ofitel              |
| 79  | Porta    | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 1-18 y Huayna Capac       | Cabinas Porta Digital Phone |
| 105 | Porta    | Locutorio | Simón Bolívar 5-60 y Hermano Miguel          | Cabinas Porta Exit          |
| 12  |          | Locutorio | General Torres 12-89 y Antonio Vega Muñoz    | Cabinas Telefónicas         |
| 37  | Movistar | Locutorio | Luis Cordero 6-27 y Juan Jaramillo           | Cabinas Telefónicas         |
| 38  | Porta    | Locutorio | Luis Cordero 6-23 y Juan Jaramillo           | Cabinas Telefónicas         |
| 39  | Movistar | Locutorio | Antonio Borrero 5-15 y Honorato Vásquez      | Cabinas Telefónicas         |

|     |          |           |   |                                |
|-----|----------|-----------|---|--------------------------------|
| 42  | Porta    | Locutorio | Antonio Borrero 10-86 y Mariscal Lamar    | Cabinas Telefónicas            |
| 62  | Movistar | Locutorio | Tomas Ordoñez 11-48 y Gaspar Sangurima    | Cabinas Telefónicas            |
| 66  | Movistar | Locutorio | Manuel Vega 9-80 y Gran Colombia          | Cabinas Telefónicas            |
| 67  | Movistar | Locutorio | Manuel Vega 5-20 y Honorato Vázquez       | Cabinas Telefónicas            |
| 68  | Porta    | Locutorio | Manuel Vega 5-06 y Honorato Vázquez       | Cabinas Telefónicas            |
| 70  | Movistar | Locutorio | Rafael María Arizaga 2-57 y Tomas Ordoñez | Cabinas Telefónicas            |
| 73  | Movistar | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 14-91 y Coronel Talbot | Cabinas Telefónicas            |
| 74  | Movistar | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 12-84 y Juan Montalvo  | Cabinas Telefónicas            |
| 97  | Porta    | Locutorio | Pio Bravo Esquina y Padre Aguirre         | Cabinas Telefónicas            |
| 98  | Movistar | Locutorio | Pio Bravo 4-93 y Mariano Cueva            | Cabinas Telefónicas            |
| 103 | Movistar | Locutorio | Gran Colombia 15-44 y Miguel Vélez        | Cabinas Telefónicas            |
| 111 | Movistar | Locutorio | Presidente Córdova 11-42 y General Torres | Cabinas Telefónicas            |
| 115 | Movistar | Locutorio | Presidente Córdova 1-26 y Huayna Capac    | Cabinas Telefónicas            |
| 118 | Movistar | Locutorio | Honorato Vázquez 2-32 y Manuel Vega       | Cabinas Telefónicas            |
| 119 | Porta    | Locutorio | Alfonso Malo 2-59 y Tomas Ordoñez         | Cabinas Telefónicas            |
| 122 | Movistar | Locutorio | Calle Larga 9-54 y Benigno Malo           | Cabinas Telefónicas            |
| 124 | Movistar | Locutorio | Calle Larga 4-108 y Mariano Cueva         | Cabinas Telefónicas            |
| 21  | Movistar | Locutorio | Coronel Talbot 10-78 y Mariscal Lamar     | Cabinas Telefónicas<br>Cabicel |
| 76  | Movistar | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 5-46 y Mariano Cueva   | Cabinas Telefónicas<br>Cabicel |
| 77  | Movistar | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 5-12 y Mariano Cueva   | Cabinas Telefónicas<br>Cabicel |
| 78  | Movistar | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 3-85 y Vargas Machuca  | Cabinas Telefónicas<br>Cabicel |
| 7   | Porta    | Locutorio | Padre Aguirre 6-66 y Juan Jaramillo       | Cabinas Telefónicas Jp         |
| 117 | Movistar | Locutorio | Juan Jaramillo 9-72 y Padre Aguirre       | CafeFone                       |

|     |            |           |   |                           |
|-----|------------|-----------|---|---------------------------|
| 8   | Movistar   | Locutorio | General Torres 6-81 y Presidente Córdova        | Créditos Laury Van        |
| 101 | Movistar   | Locutorio | Gran Colombia 6-50 y Antonio Borrero            | Express Cabinas           |
| 53  |            | Locutorio | Mariano Cueva 13-60 y Rafael María Arizaga      | Global.com                |
| 2   | Porta      | Locutorio | Padre Aguirre 10-82 y Mariscal Lamar            | Integcell                 |
| 14  | Movistar   | Locutorio | Tarqui 12-91 y Antonio Vega Muñoz               | La Rebaja                 |
| 15  | Movistar   | Locutorio | Tarqui 10-09 y Gran Colombia                    | Lab Cell                  |
| 36  | Movistar   | Locutorio | Luis Cordero 7-10 y Presidente Córdova          | Lab Cell                  |
| 89  | Etapa      | Locutorio | Mariscal Lamar 9-77 y Padre Aguirre             | Locutorio ALO Etapa       |
| 123 | Etapa      | Locutorio | Calle Larga 5-83 y Hermano Miguel               | Locutorios @LO            |
| 13  | Movistar   | Locutorio | General Torres Esquina y Pio Bravo              | Metrocell                 |
| 63  | Movistar   | Locutorio | Tomas Ordoñez 11-103 y Gaspar Sangurima         | Movistar Cabicel          |
| 90  | Movistar   | Locutorio | Mariscal Lamar 9-59 y Padre Aguirre             | Movistar Cabicel          |
| 91  | Movistar   | Locutorio | Mariscal Lamar 6-23 y Hermano Miguel            | Movistar Cabicel          |
| 121 | Movistar   | Locutorio | Calle Larga 11-68 y Tarqui                      | Movistar Cabicel          |
| 102 | Movistar   | Locutorio | Gran Colombia 9-55 y Padre Aguirre              | Movistar Mobility         |
| 109 | Movistar   | Locutorio | Mariscal Sucre 10-26 y Padre Aguirre            | Movistar Movip            |
| 125 | Movistar   | Locutorio | Calle Larga 1-84 y Huayna Capac                 | Movistar Ofitel           |
| 11  |            | Locutorio | General Torres 12-01 y Gaspar Sangurima         | Multicabinas              |
| 29  | Movistar   | Locutorio | Benigno Malo 13-41 y Pio Bravo                  | Multicabinas              |
| 48  | Movistar   | Locutorio | Mariano Cueva Esquina y Juan Jaramillo          | Multicabinas              |
| 71  | Movistar   | Locutorio | Rafael María Arizaga 15-05 y Antonio Borrero    | Multicabinas              |
| 110 | Movistar   | Locutorio | Presidente Córdova 12-35 y Tarqui               | Multicabinas              |
| 22  | Movistar   | Locutorio | Coronel Talbot 11-13 y Mariscal Lamar           | Otecel Globaltel          |
| 26  | Pacifictel | Locutorio | Benigno Malo y Presidente Córdova               | Pacifictel                |
| 55  | Porta      | Locutorio | Coronel Vargas Machuca 11-49 y Gaspar Sangurima | Porta Ali-Cel             |
| 116 | Porta      | Locutorio | Juan Jaramillo 8-50 y Benigno Malo              | Porta Cabinas Telefónicas |

|     |       |           |   |                      |
|-----|-------|-----------|---|----------------------|
| 0   | Porta | Locutorio | Padre Aguirre 9-51 y Simón Bolívar                | Porta Cafisa         |
| 96  | Porta | Locutorio | Pio Bravo 12-18 y Tarqui                          | Porta Cafisa         |
| 23  | Porta | Locutorio | Benigno Malo 6-58 y Presidente Córdova            | Porta Cafisa MS      |
| 30  | Porta | Locutorio | Luis Cordero 13-29 y Antonio Vega Muñoz           | Porta Cafisa MS      |
| 99  | Porta | Locutorio | Gran Colombia 5-63 y Hermano Miguel               | Porta Cafisa MS      |
| 100 | Porta | Locutorio | Gran Colombia 5-62 y Hermano Miguel               | Porta Cafisa MS      |
| 40  | Porta | Locutorio | Antonio Borrero 7-67 y Mariscal Sucre             | Porta Celular EXIT   |
| 41  | Porta | Locutorio | Antonio Borrero 9-51 y Gran Colombia              | Porta Celular EXIT   |
| 69  | Porta | Locutorio | Huayna Capac 3-57 y Gaspar Sangurima              | Porta Celular Exit   |
| 112 | Porta | Locutorio | Presidente Córdova 10-89 y General Torres         | Porta Celular Exit   |
| 108 | Porta | Locutorio | Mariscal Sucre 5-75 y Hermano Miguel              | Porta Celular Market |
| 31  | Porta | Locutorio | Luis Cordero 12-80 y Antonio Vega Muñoz           | Porta Celular Plus   |
| 61  | Porta | Locutorio | Tomas Ordoñez 6-83 y Presidente Córdova           | Porta Digital Phone  |
| 92  | Porta | Locutorio | Mariscal Lamar 2-72 y Tomas Ordoñez               | Porta Digital Phone  |
| 16  | Porta | Locutorio | Tarqui 8-37 y Mariscal Sucre                      | Porta Orcel          |
| 28  | Porta | Locutorio | Benigno Malo 12-53 y Antonio Vega Muñoz           | Porta Orcel          |
| 35  | Porta | Locutorio | Luis Cordero 10-57 y Mariscal Lamar               | Porta Orcel          |
| 45  | Porta | Locutorio | Hermano Miguel 13-79 y Pio Bravo                  | Porta Orcel          |
| 54  | Porta | Locutorio | Coronel Vargas Machuca 12-38 y Antonio Vega Muñoz | Porta Orcel          |
| 75  | Porta | Locutorio | Antonio Vega Muñoz 11-62 y Tarqui                 | Porta Orcel          |
| 104 | Porta | Locutorio | Simón Bolívar 6-09 y Hermano Miguel               | Porta Orcel          |
| 106 | Porta | Locutorio | Simón Bolívar 3-44 y Tomas Ordoñez                | Porta Telemetro      |
| 3   | Porta | Locutorio | Padre Aguirre 12-47 y Antonio Vega Muñoz          | Porta Telemetro      |
| 5   | Porta | Locutorio | Padre Aguirre 10-11 y Mariscal Sucre              | Porta Telemetro      |
| 33  | Porta | Locutorio | Luis Cordero 12-08 y Gaspar Sangurima             | Porta Telemetro      |
| 51  | Porta | Locutorio | Mariano Cueva 11-90 y Gaspar Sangurima            | Porta Telemetro      |

|     |          |           |   |                    |
|-----|----------|-----------|---|--------------------|
| 57  | Porta    | Locutorio | Coronel Vargas Machuca 11-48 y Gaspar Sangurima | Porta Telemetro    |
| 93  | Porta    | Locutorio | Mariscal Lamar 2-31 y Manuel Vega               | Porta Telemetro    |
| 10  | Movistar | Locutorio | General Torres 11-10 y Mariscal Lamar           | Satelital Cabicel  |
| 46  | Movistar | Locutorio | Hermano Miguel 10-32 y Mariscal Lamar           | Telecabinas        |
| 113 | Movistar | Locutorio | Presidente Córdova 9-76 y Padre Aguirre         | Telefónica Cabinas |
| 65  | Movistar | Locutorio | Manuel Vega Esquina y Gran Colombia             | TuKabina           |

Fuente: SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

<http://www.supertel.gov.ec/>

Anexo N0.2

### Cuadro de costos por país y región.

| PAIS                         | Region | CODIGO TELEFONICO O AREA  | PRECIO      |
|------------------------------|--------|---|-------------|
| <b>Afghanistan</b>           |        | 93  | <b>0,32</b> |
| <b>Albania</b>               | MOBILE | 35567, 35568, 35569   | <b>0,25</b> |
| <b>Algeria</b>               | MOBILE | 2135, 2136, 2137, 21390, 21391, 21392, 21393, 21394, 21395, 21398, 21399  | <b>0,14</b> |
| <b>American Samoa</b>        | MOBILE | 16842   | <b>0,14</b> |
| <b>American Samoa</b>        |        | 16840, 16841, 16843, 16844, 16845, 16846, 16847, 16848, 16849   | <b>0,13</b> |
| <b>Andorra</b>               | MOBILE | 3763, 3764, 3766  | <b>0,31</b> |
| <b>Andorra</b>               |        | 376   | <b>0,08</b> |
| <b>Angola</b>                | MOBILE | 24491, 24492  | <b>0,23</b> |
| <b>Angola</b>                |        | 244   | <b>0,21</b> |
| <b>Anguilla</b>              | MOBILE | 1264235, 1264476, 1264536, 1264537, 1264538, 1264539, 1264581, 1264582, 1264583, 1264584, 1264729, 1264772      | <b>0,31</b> |
| <b>Anguilla</b>              |        | 1264  | <b>0,2</b>  |
| <b>Antártica</b>             |        | 6721, 67211, 67212  | <b>1,21</b> |
| <b>Antigua &amp; Barbuda</b> |        | 1268, 126872, 1268464, 1268764, 1268770, 1268771, 1268772, 1268773, 1268774, 1268775, 1268783, 1268785, 1268788 | <b>0,16</b> |

|                                 |              |   |              |
|---------------------------------|--------------|---|--------------|
| <b>Argentina</b>                | Buenos Aires | 5411  | <b>0,02</b>  |
| <b>Armenia</b>                  | MOBILE       | 37491, 37492, 37493, 37494, 37497   | <b>0,22</b>  |
| <b>Aruba</b>                    |              | 297   | <b>0,15</b>  |
| <b>Ascension Island</b>         |              | 247   | <b>0,6</b>   |
| <b>Australia</b>                | MOBILE       | 61400, 61401, 61402, 61403, 61404, 61405, 61406, 61407, 61408, 61409, 61410,  | <b>0,18</b>  |
| <b>Australia</b>                |              | 61  | <b>0,025</b> |
| <b>Austria</b>                  | Vienna       | 431   | <b>0,02</b>  |
| <b>Azerbaijan</b>               | MOBILE       | 99440, 99450, 99455, 99470  | <b>0,21</b>  |
| <b>Azerbaijan</b>               |              | 994   | <b>0,19</b>  |
| <b>Bahamas</b>                  |              | 1242, 1242357, 1242359, 1242427, 1242457, 1242477, 1242557  | <b>0,08</b>  |
| <b>Bahrain</b>                  |              | 973   | <b>0,22</b>  |
| <b>Bangladesh</b>               |              | 880   | <b>0,12</b>  |
| <b>Barbados</b>                 | MOBILE       | 124623, 124624, 124626, 124645, 124682, 1246250, 1246251, 1246252, 1246253, 1246254, 1246256, 1246257, 1246258, 1246259 | <b>0,27</b>  |
| <b>Barbados</b>                 |              | 1246  | <b>0,24</b>  |
| <b>Belarus</b>                  | MOBILE       | 37529, 37533, 37544, 375259   | <b>0,25</b>  |
| <b>Belarus</b>                  |              | 375   | <b>0,22</b>  |
| <b>Belgium</b>                  |              | 32  | <b>0,02</b>  |
| <b>Belize</b>                   | MOBILE       | 5016  | <b>0,27</b>  |
| <b>Belize</b>                   |              | 501   | <b>0,2</b>   |
| <b>Benin</b>                    |              | 229   | <b>0,13</b>  |
| <b>Bermuda</b>                  |              | 1441, 14413, 14417, 144150, 144151, 144152, 144153, 144159  | <b>0,09</b>  |
| <b>Bhutan</b>                   |              | 975   | <b>0,2</b>   |
| <b>Bolivia</b>                  | Cochabamba   | 59144   | <b>0,11</b>  |
| <b>Bolivia</b>                  |              | 591   | <b>0,13</b>  |
| <b>Bosnia &amp; Herzegovina</b> | MOBILE       | 38761, 38762, 38763, 38765  | <b>0,27</b>  |
| <b>Bosnia &amp; Herzegovina</b> |              | 387   | <b>0,18</b>  |
| <b>Botswana</b>                 | MOBILE       | 26771, 26772  | <b>0,2</b>   |

|                                 |                   |  |             |
|---------------------------------|-------------------|--|-------------|
| <b>Botswana</b>                 |                   | 267  | <b>0,14</b> |
| <b>Brazil</b>                   | Mobile –<br>Claro | 551176, 551188, 551191, 551192, 551193, 551194, 551291,<br>551391, 551392,   | <b>0,19</b> |
| <b>Brazil</b>                   |                   | 55   | <b>0,05</b> |
| <b>British Virgin Islands</b>   |                   | 1284   | <b>0,15</b> |
| <b>Brunei Darussalam</b>        | MOBILE            | 6738, 673228   | <b>0,06</b> |
| <b>Brunei Darussalam</b>        |                   | 673  | <b>0,07</b> |
| <b>Bulgaria</b>                 | Sofia             | 3592   | <b>0,03</b> |
| <b>Bulgaria</b>                 |                   | 359  | <b>0,06</b> |
| <b>Burkina Faso</b>             | MOBILE            | 22670, 22676, 22678  | <b>0,34</b> |
| <b>Burkina Faso</b>             |                   | 226  | <b>0,26</b> |
| <b>Burundi</b>                  | MOBILE            | 25729, 25776, 25777, 25778, 25779  | <b>0,3</b>  |
| <b>Burundi</b>                  |                   | 257  | <b>0,23</b> |
| <b>Cambodia</b>                 | MOBILE            | 85511, 85512, 85515, 85516, 85518, 85519, 85591, 85592,<br>85599   | <b>0,23</b> |
| <b>Cambodia</b>                 |                   | 855  | <b>0,26</b> |
| <b>Cameroon</b>                 | MOBILE            | 2375, 2376, 2377, 2379, 23745, 23746, 23747, 23748   | <b>0,25</b> |
| <b>Cameroon</b>                 |                   | 237  | <b>0,26</b> |
| <b>Cape Verde</b>               | MOBILE            | 23891, 23898, 23899  | <b>0,27</b> |
| <b>Cape Verde</b>               |                   | 238  | <b>0,8</b>  |
| <b>Cayman Islands</b>           |                   | 1345, 1345321, 1345322, 1345323, 1345324, 1345325,<br>1345326, 1345327, 1345328,   | <b>0,2</b>  |
| <b>Central African Republic</b> |                   | 236  | <b>0,32</b> |
| <b>Chad</b>                     |                   | 235  | <b>0,28</b> |
| <b>Chile</b>                    | MOBILE            | 569  | <b>0,19</b> |
| <b>Chile</b>                    | Rural             | 56219, 563219, 563319, 563419, 563519, 564119, 564219,<br>564319, 564519, 565119, 565219, 565319, 565519, 566119,<br>566319, 566419, 566519, 566719, 567119, 567219, 567319,<br>567519 | <b>0,5</b>  |
| <b>Chile</b>                    | Santiago          | 562  | <b>0,02</b> |
| <b>Chile</b>                    |                   | 56   | <b>0,25</b> |

|                                     |                    |  |              |
|-------------------------------------|--------------------|--|--------------|
| <b>China</b>                        |                    | 86   | <b>0,02</b>  |
| <b>Christmas Island</b>             |                    | 6189164, 61891006, 61891007, 61891008  | <b>0,38</b>  |
| <b>Cocos Islands</b>                |                    | 6189162, 61891010, 61891011, 61891012  | <b>0,29</b>  |
| <b>Colombia</b>                     | Barranquilla       | 57532, 57533, 57534, 57535, 57536, 57537   | <b>0,05</b>  |
| <b>Colombia</b>                     | Bogota             | 5712, 5713, 5714, 5715, 5716, 5717   | <b>0,05</b>  |
| <b>Colombia</b>                     | Cali               | 5723, 5724, 5725, 5726, 57288, 57289, 5729091, 5729092   | <b>0,05</b>  |
| <b>Colombia</b>                     | Mobile –<br>Comcel | 57310, 57311, 57312, 57313, 57314, 57320, 57321  | <b>0,12</b>  |
| <b>Colombia</b>                     |                    | 57   | <b>0,09</b>  |
| <b>Comoros</b>                      | MOBILE             | 2693   | <b>0,4</b>   |
| <b>Comoros</b>                      |                    | 2697   | <b>0,36</b>  |
| <b>Congo</b>                        | MOBILE             | 2425, 2426, 24244  | <b>0,28</b>  |
| <b>Congo</b>                        |                    | 242  | <b>0,16</b>  |
| <b>Cook Islands</b>                 |                    | 682  | <b>0,78</b>  |
| <b>Costa Rica</b>                   | MOBILE             | 5063, 5068   | <b>0,07</b>  |
| <b>Costa Rica</b>                   |                    | 506  | <b>0,06</b>  |
| <b>Cote D'Ivoire</b>                | MOBILE             | 22501, 22502, 22503, 22504, 22505, 22506, 22507, 22508,<br>22509                                     | <b>0,22</b>  |
| <b>Cote D'Ivoire</b>                |                    | 225  | <b>0,19</b>  |
| <b>Croatia</b>                      | MOBILE             | 38591, 38592, 38595, 38597, 38598, 38599   | <b>0,2</b>   |
| <b>Croatia</b>                      |                    | 385  | <b>0,05</b>  |
| <b>Cuba</b>                         |                    | 53   | <b>0,92</b>  |
| <b>Cyprus</b>                       | MOBILE             | 35796, 35797, 357990, 357991, 357993, 357994, 357995,<br>357996, 357998, 357999,                     | <b>0,07</b>  |
| <b>Cyprus</b>                       |                    | 357  | <b>0,05</b>  |
| <b>Czech Republic</b>               | MOBILE             | 42072, 42073, 42077, 42093, 42096, 420601, 420602, 420603,<br>420604, 420605, 420606, 420607, 420608 | <b>0,17</b>  |
| <b>Czech Republic</b>               |                    | 420  | <b>0,025</b> |
| <b>Democratic Republic of Congo</b> | Goma               | 24366  | <b>0,28</b>  |
| <b>Democratic Republic of Congo</b> | Kinshasa           | 24313  | <b>0,28</b>  |

|                                     |                        |   |             |
|-------------------------------------|------------------------|---|-------------|
| <b>Democratic Republic of Congo</b> | MOBILE                 | 24377, 24378, 24380, 24381, 24384, 24385, 24386, 24388, 24389, 24399  | <b>0,28</b> |
| <b>Democratic Republic of Congo</b> |                        | 243   | <b>0,35</b> |
| <b>Denmark</b>                      | MOBILE                 | 452, 4530, 4531, 4540, 4541, 4550, 4551, 4560, 4561, 45525  | <b>0,35</b> |
| <b>Denmark</b>                      |                        | 45  | <b>0,02</b> |
| <b>Diego Garcia</b>                 |                        | 246   | <b>1,68</b> |
| <b>Djibouti</b>                     |                        | 253   | <b>0,33</b> |
| <b>Dominica</b>                     | MOBILE                 | 1767225, 1767235, 1767245, 1767265, 1767275, 1767276, 1767277, 1767315, 1767316, 1767317, 1767612, 1767613, 1767614, 1767615, 1767616 | <b>0,25</b> |
| <b>Dominica</b>                     |                        | 1767  | <b>0,17</b> |
| <b>Dominican Republic</b>           | Pager                  | 1809475, 1809744, 1809799, 1809806, 1809807, 1809808, 1809810, 1809814, 1809830, 1809831, 1809832, 1809908, 1809987                   | <b>0,25</b> |
| <b>Dominican Republic</b>           |                        | 1809, 1829, 180956, 180959, 180968, 1809220, 1809227, 1809231, 1809233,   | <b>0,08</b> |
| <b>East Timor</b>                   |                        | 670   | <b>1,3</b>  |
| <b>Ecuador</b>                      | Cuenca (Pacifictel)    | 593722, 593725, 593726, 593727, 5937230, 5937231, 5937241, 5937242, 5937243,  | <b>0,15</b> |
| <b>Ecuador</b>                      | Guayaquil (Pacifictel) | 59342   | <b>0,15</b> |
| <b>Ecuador</b>                      | MOBILE                 | 59384, 59385, 59386, 59388, 59390, 59391, 59393, 59394, 59395, 59396, 59397,  | <b>0,22</b> |
| <b>Ecuador</b>                      | Quito (Andinatel)      | 59322, 59323  | <b>0,15</b> |
| <b>Ecuador</b>                      |                        | 593   | <b>0,14</b> |
| <b>Egypt</b>                        | MOBILE                 | 2010, 2011, 2012, 2016, 2018  | <b>0,14</b> |
| <b>Egypt</b>                        |                        | 20  | <b>0,17</b> |
| <b>El Salvador</b>                  | Cte On Net             | 503229, 503252, 5032203, 5032204, 5032205, 5032206, 5032209, 5032212,   | <b>0,11</b> |
| <b>Ellipso</b>                      | Satellite              | 8812, 8813, 88238   | <b>3,75</b> |
| <b>Equatorial Guinea</b>            |                        | 240   | <b>0,26</b> |
| <b>Eritrea</b>                      |                        | 291   | <b>0,34</b> |
| <b>Estonia</b>                      | MOBILE                 | 3725  | <b>025</b>  |
| <b>Estonia</b>                      |                        | 372   | <b>0,25</b> |

|                         |                           |   |             |
|-------------------------|---------------------------|---|-------------|
| <b>Ethiopia</b>         | MOBILE                    | 25191, 25198  | <b>0,33</b> |
| <b>Ethiopia</b>         |                           | 251   | <b>0,41</b> |
| <b>Falkland Islands</b> |                           | 500   | <b>0,61</b> |
| <b>Faroe Islands</b>    | MOBILE                    | 2985, 29821, 29822, 29823, 29824, 29825, 29826, 29827, 29828, 29829, 29871, 29872, 29873, 29874, 29875, 29876, 29877, 29878, 29879, 29891, 29892, 29893, 29894, 29895, 29896, 29897, 29898, 29899   | <b>0,9</b>  |
| <b>Faroe Islands</b>    |                           | 298   | <b>0,28</b> |
| <b>Fiji</b>             | MOBILE                    | 679924, 679925, 679926, 679927, 679928, 679990, 679991, 679992, 679993, 679994, 679995, 679996, 679997, 679998  | <b>0,37</b> |
| <b>Fiji</b>             |                           | 679   | <b>0,26</b> |
| <b>Finland</b>          | MOBILE                    | 35840, 35841, 35842, 35844, 35846, 35850, 358432, 358438, 358439, 358450, 358451, 358456, 3584541, 3584542, 3584543, 3584544, 3584550, 3584552, 3584555, 3584556, 3584558, 3584559, 3584570, 3584573, 3584575, 3584576, 3584577, 3584578, 3584579 | <b>0,18</b> |
| <b>Finland</b>          | Personal                  | 35810, 35820, 35829, 35830, 35871, 35873, 35875   | <b>0,08</b> |
| <b>Finland</b>          |                           | 358   | <b>0,03</b> |
| <b>France</b>           | Mobile - Bouygues Telecom | 3366, 33650, 33698, 33699   | <b>0,18</b> |
| <b>France</b>           | Mobile - Orange           | 3367, 3368, 33607, 33608, 33630, 33631, 33632, 33633, 33637   | <b>0,18</b> |
| <b>France</b>           | Mobile - Other Carriers   | 33601, 33602  | <b>0,18</b> |
| <b>France</b>           | Mobile - SFR              | 3361, 3362, 33603, 33609, 33634, 33635, 33636   | <b>0,18</b> |
| <b>France</b>           | Mobile - TESAM            | 33638   | <b>0,25</b> |
| <b>France</b>           | Premium                   | 3385, 33640, 33836, 33890, 33891, 33892, 33893, 33897, 33898  | <b>0,11</b> |
| <b>France</b>           |                           | 33  | <b>0,02</b> |
| <b>French Guiana</b>    | MOBILE                    | 59469400, 59469401, 59469402, 59469420, 59469421, 59469422, 59469423, 59469424, 59469426, 59469438, 59469440, 59469441, 59469442, 59469443, 59469444, 59469445, 59469446, 59469447, 59469490, 59469491, 59469492                                  | <b>0,29</b> |
| <b>French Guiana</b>    |                           | 594   | <b>0,23</b> |
| <b>French Polynesia</b> |                           | 689   | <b>0,25</b> |
| <b>Gabon</b>            |                           | 241   | <b>0,15</b> |

|                        |                                |  |             |
|------------------------|--------------------------------|--|-------------|
| <b>Gambia</b>          |                                | 220  | <b>0,24</b> |
| <b>Garuda</b>          | Satellite                      | 88220  | <b>6,25</b> |
| <b>Georgia</b>         | MOBILE                         | 99555, 99577, 99590, 99593, 99595, 99597, 99598, 99599, 99528205 | <b>0,18</b> |
| <b>Georgia</b>         | Premium                        | 995321, 995325, 995328   | <b>0,19</b> |
| <b>Georgia</b>         |                                | 995  | <b>0,11</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - D1 (Tmobil)           | 49151, 49160, 49170, 49171, 49175                                | <b>0,22</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - E1 (E-Plus Mobilfunk) | 49157, 49163, 49177, 49178                                       | <b>0,22</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - E-Plus 3G Luxb        | 49155  | <b>0,22</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - Group 3G              | 49150  | <b>0,28</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - O2                    | 49159, 49176, 49179  | <b>0,22</b> |
| <b>Germany</b>         | Mobile - Vodafone              | 49152, 49162, 49172, 49173, 49174                                | <b>0,22</b> |
| <b>Germany</b>         |                                | 49   | <b>0,02</b> |
| <b>Ghana</b>           | MOBILE                         | 23320, 23324, 23327, 23328                                       | <b>0,15</b> |
| <b>Ghana</b>           |                                | 233  | <b>0,14</b> |
| <b>Gibraltar</b>       | MOBILE                         | 35054, 35056, 35057, 35058                                       | <b>0,31</b> |
| <b>Gibraltar</b>       |                                | 350  | <b>0,06</b> |
| <b>Global Networks</b> | Satellite                      | 88234  | <b>0,25</b> |
| <b>Globalstar</b>      | Satellite                      | 8818, 8819   | <b>0,25</b> |
| <b>Greece</b>          | Mobile - Cosmote               | 30697, 30698   | <b>0,26</b> |
| <b>Greece</b>          | Mobile - OTE                   | 3069601  | <b>0,3</b>  |
| <b>Greece</b>          | Mobile - Q Telecom             | 30699  | <b>0,34</b> |
| <b>Greece</b>          | Mobile - TIM                   | 30693  | <b>0,27</b> |
| <b>Greece</b>          | Mobile - Vodafone              | 30694  | <b>0,21</b> |
| <b>Greece</b>          |                                | 30   | <b>0,02</b> |
| <b>Greenland</b>       |                                | 299  | <b>0,7</b>  |

|                                  |                    |  |              |
|----------------------------------|--------------------|--|--------------|
| <b>Grenada</b>                   | MOBILE             | 1473403, 1473404, 1473405, 1473406, 1473407, 1473409, 1473410, 1473414,  | <b>0,24</b>  |
| <b>Grenada</b>                   |                    | 1473   | <b>0,18</b>  |
| <b>Guadeloupe</b>                | MOBILE             | 5906903, 5906904, 5906905, 5906906, 59069000, 59069010, 59069022, 59069027, 59069071, 59069072, 59069073, 59069074, 59069075, 59069076, 59069077, 59069080, 59069081, 59069082, 59069083, 59069084, 59069085, 59069086, 59069087, 59069088, 59069090, 59069091, 59069092, 59069093, 59069099 | <b>0,28</b>  |
| <b>Guadeloupe</b>                |                    | 590  | <b>0,16</b>  |
| <b>Guam</b>                      |                    | 1671   | <b>0,025</b> |
| <b>Guatemala</b>                 | MOBILE             | 502500, 502503, 502504, 502505, 502506, 502520, 502530, 502532, 502533,  | <b>0,14</b>  |
| <b>Guatemala</b>                 | Other              | 5023, 5024, 5028, 5029, 50220, 50221, 50225, 50226, 50227, 50228, 50229, 50260,  | <b>0,14</b>  |
| <b>Guatemala</b>                 | TelGua             | 502236, 502776, 502794, 5022220, 5022221, 5022230, 5022232, 5022238, 5022242,  | <b>0,14</b>  |
| <b>Guinea</b>                    |                    | 224  | <b>0,16</b>  |
| <b>Guinea-Bissau</b>             | MOBILE             | 2456, 2457   | <b>0,97</b>  |
| <b>Guinea-Bissau</b>             |                    | 245  | <b>0,82</b>  |
| <b>Guyana</b>                    |                    | 592  | <b>0,34</b>  |
| <b>Haiti</b>                     | Mobile –<br>Rectel | 5093   | <b>0,28</b>  |
| <b>Haiti</b>                     |                    | 509  | <b>0,22</b>  |
| <b>Honduras</b>                  | MOBILE             | 50433, 50499, 504981, 504982, 504983, 504984, 504985, 504986, 504987, 504988, 504989   | <b>0,35</b>  |
| <b>Honduras</b>                  |                    | 504  | <b>0,33</b>  |
| <b>Hong Kong</b>                 | Personal           | 85281, 85282, 85283, 85284, 85285, 85286, 85287, 85288, 85289  | <b>0,025</b> |
| <b>Hong Kong</b>                 |                    | 852  | <b>0,02</b>  |
| <b>Hungary</b>                   | MOBILE             | 3620, 3630, 3670   | <b>0,2</b>   |
| <b>Hungary</b>                   |                    | 36   | <b>0,02</b>  |
| <b>Iceland</b>                   | MOBILE             | 35468, 35469, 35482, 35483, 35484, 35485, 35486, 35487, 35488, 35489, 354388,  | <b>0,26</b>  |
| <b>Iceland</b>                   |                    | 354  | <b>0,05</b>  |
| <b>ICO Global Communications</b> | Satellite          | 8810, 8811   | <b>4,19</b>  |

|                  |                         |  |              |
|------------------|-------------------------|--|--------------|
| <b>India</b>     | Bangalore               | 9180   | <b>0,15</b>  |
| <b>India</b>     | MOBILE                  | 9192, 9193, 9194, 9197, 9198, 9199   | <b>0,15</b>  |
| <b>India</b>     |                         | 91   | <b>0,14</b>  |
| <b>Indonesia</b> | Jakarta                 | 6221   | <b>0,05</b>  |
| <b>Indonesia</b> | MOBILE                  | 6282, 6283, 6286, 6288, 62811, 62812, 62813, 62815, 62816, 62817, 62818, 62819, 62850, 62851, 62852, 62853, 62854, 62855, 62856, 62857, 62858, 62859 | <b>0,14</b>  |
| <b>Indonesia</b> |                         | 62   | <b>0,08</b>  |
| <b>Inmarsat</b>  |                         | 8710, 8711, 8718, 8713, 8714, 87161, 87162, 87163, 87164, 87165, 87166, 87167,   | <b>4,38</b>  |
| <b>Iran</b>      | MOBILE                  | 98911, 98912, 98913, 98914, 98915, 98916, 98917, 98918, 98931, 98932, 98934, 98935   | <b>0,15</b>  |
| <b>Iran</b>      | Tehran                  | 9821   | <b>0,22</b>  |
| <b>Iran</b>      |                         | 98   | <b>0,12</b>  |
| <b>Iraq</b>      |                         | 964  | <b>0,34</b>  |
| <b>Ireland</b>   | Mobile - O2             | 35386  | <b>0,23</b>  |
| <b>Ireland</b>   | Mobile - Other Carriers | 35376, 35383, 35384, 35385, 35389  | <b>0,25</b>  |
| <b>Ireland</b>   | Mobile – Vodafone       | 35387, 35388   | <b>0,23</b>  |
| <b>Ireland</b>   |                         | 353  | <b>0,02</b>  |
| <b>Iridium</b>   | Satellite               | 8816, 8817   | <b>4,38</b>  |
| <b>Israel</b>    | MOBILE                  | 97050, 97052, 97054, 97057, 97250, 97252, 97254, 97257   | <b>0,12</b>  |
| <b>Israel</b>    |                         | 97020, 97021, 97023, 97024, 97025, 97026, 97027, 97028, 97029, 97040, 97041,   | <b>0,025</b> |
| <b>Italy</b>     | MOBILE                  | 39310, 39313, 39319, 39320, 39322, 39323, 39327, 39328, 39329, 39330, 39331,   | <b>0,28</b>  |
| <b>Italy</b>     |                         | 39   | <b>0,02</b>  |
| <b>Jamaica</b>   | Mobile – Centennial     | 187649, 1876301, 1876302, 1876303, 1876304, 1876305, 1876306, 1876307, 1876308, 1876309, 1876550, 1876551, 1876552, 1876553, 1876554                 | <b>0,27</b>  |
| <b>Jamaica</b>   | Mobile – CWJ            | 876808, 1876809, 1876909, 1876919, 1876990, 1876995, 1876997, 1876999  | <b>0,26</b>  |
| <b>Jamaica</b>   | Mobile – Digicel        | 187635, 187636, 187637, 187638, 187639, 187641, 187642, 187643, 187644,  | <b>0,2</b>   |
| <b>Jamaica</b>   | Premium                 | 1876980  | <b>0,33</b>  |
| <b>Jamaica</b>   |                         | 1876   | <b>0,11</b>  |

|                      |                         |  |              |
|----------------------|-------------------------|--|--------------|
| <b>Japan</b>         | MOBILE                  | 8170, 8180, 8190   | <b>0,14</b>  |
| <b>Japan</b>         |                         | 81   | <b>0,025</b> |
| <b>Jordan</b>        | MOBILE                  | 96274, 96278, 962775, 962776, 962777, 962779, 962790, 962795, 962796, 962797, 962799 | <b>0,21</b>  |
| <b>Jordan</b>        |                         | 962  | <b>0,18</b>  |
| <b>Kazakhstan</b>    | MOBILE                  | 7300, 7333, 7700, 7701, 7702, 7705, 7707, 7777                                       | <b>0,17</b>  |
| <b>Kazakhstan</b>    |                         | 731, 732, 7573, 7574, 73212, 73272   | <b>0,16</b>  |
| <b>Kenya</b>         | MOBILE                  | 25472, 25473   | <b>0,31</b>  |
| <b>Kenya</b>         | Mombassa                | 25411, 25441   | <b>0,2</b>   |
| <b>Kenya</b>         | Nairobi                 | 25420  | <b>0,2</b>   |
| <b>Kenya</b>         |                         | 254  | <b>0,22</b>  |
| <b>Kiribati</b>      |                         | 686  | <b>0,68</b>  |
| <b>Kuwait</b>        |                         | 965  | <b>0,11</b>  |
| <b>Kyrgyzstan</b>    | MOBILE                  | 99650, 99651, 996555   | <b>0,12</b>  |
| <b>Kyrgyzstan</b>    |                         | 996  | <b>0,11</b>  |
| <b>Laos</b>          | MOBILE                  | 85620  | <b>0,06</b>  |
| <b>Laos</b>          | Vientiane               | 85621  | <b>0,06</b>  |
| <b>Laos</b>          |                         | 856  | <b>0,11</b>  |
| <b>Latvia</b>        | MOBILE                  | 3712   | <b>0,24</b>  |
| <b>Latvia</b>        |                         | 371  | <b>0,6</b>   |
| <b>Lebanon</b>       | MOBILE                  | 9613, 96170, 96171   | <b>0,2</b>   |
| <b>Lebanon</b>       |                         | 961  | <b>0,1</b>   |
| <b>Lesotho</b>       | MOBILE                  | 2665, 2666   | <b>0,2</b>   |
| <b>Lesotho</b>       |                         | 266  | <b>0,35</b>  |
| <b>Liberia</b>       | Mobile – Comium         | 2315   | <b>0,2</b>   |
| <b>Liberia</b>       | Mobile - Other Carriers | 2314, 2317, 23103, 23128, 23138, 23139, 23164, 23165                                 | <b>0,26</b>  |
| <b>Liberia</b>       |                         | 231  | <b>0,27</b>  |
| <b>Libya</b>         |                         | 218  | <b>0,26</b>  |
| <b>Liechtenstein</b> | MOBILE                  | 4235, 4236, 4237   | <b>0,44</b>  |

|                         |                               |   |             |
|-------------------------|-------------------------------|---|-------------|
| <b>Liechtenstein</b>    |                               | 423   | <b>0,07</b> |
| <b>Lithuania</b>        | Freephone                     | 3708  | <b>0,14</b> |
| <b>Lithuania</b>        | MOBILE                        | 3706  | <b>0,17</b> |
| <b>Lithuania</b>        |                               | 370   | <b>0,06</b> |
| <b>Luxembourg</b>       | MOBILE                        | 352621, 352628, 352661, 352668, 352691, 352698  | <b>0,22</b> |
| <b>Luxembourg</b>       |                               | 352   | <b>0,02</b> |
| <b>Macau</b>            | MOBILE                        | 8536  | <b>0,08</b> |
| <b>Macau</b>            |                               | 853   | <b>0,09</b> |
| <b>Macedonia</b>        | MOBILE                        | 3897  | <b>0,33</b> |
| <b>Macedonia</b>        |                               | 389   | <b>0,2</b>  |
| <b>Madagascar</b>       |                               | 261   | <b>0,26</b> |
| <b>Malawi</b>           | Mobile –<br>Celtel            | 2659  | <b>0,14</b> |
| <b>Malawi</b>           |                               | 265   | <b>0,08</b> |
| <b>Malaysia</b>         | MOBILE                        | 6010, 6011, 6012, 6013, 6014, 6015, 6016, 6017, 6018, 6019,<br>60146, 601430, 601431, 601432, 601435  | <b>0,05</b> |
| <b>Malaysia</b>         |                               | 60  | <b>0,02</b> |
| <b>Maldives</b>         |                               | 960   | <b>0,26</b> |
| <b>Mali</b>             |                               | 223   | <b>0,24</b> |
| <b>Malta</b>            | Mobile –<br>GoMobile          | 35672, 35679  | <b>0,27</b> |
| <b>Malta</b>            | Mobile -<br>Vodafone<br>Malta | 35692, 35694, 35699   | <b>0,21</b> |
| <b>Malta</b>            |                               | 356   | <b>0,14</b> |
| <b>Mariana Islands</b>  | MOBILE                        | 1670287   | <b>0,07</b> |
| <b>Mariana Islands</b>  |                               | 1670  | <b>0,09</b> |
| <b>Marshall Islands</b> |                               | 692   | <b>0,35</b> |
| <b>Martinique</b>       | MOBILE                        | 5966962, 5966963, 5966964, 5966969, 59669600, 59669606,<br>59669607, 59669670, 59669671, 59669672, 59669673,<br>59669674, 59669680, 59669681, 59669682, 59669683,<br>59669684, 59669685, 59669686, 59669689 | <b>0,38</b> |
| <b>Martinique</b>       |                               | 596   | <b>0,27</b> |
| <b>Mauritania</b>       |                               | 222   | <b>0,28</b> |

|                       |             |  |             |
|-----------------------|-------------|--|-------------|
| <b>Mauritius</b>      |             | 230  | <b>0,19</b> |
| <b>Mayotte Island</b> | MOBILE      | 26920, 26921, 26922, 26923, 26924, 26925, 26927, 26928, 26929, 26965, 26966, 26967, 26968, 26969   | <b>0,36</b> |
| <b>Mayotte Island</b> |             | 26960, 26961, 26962, 26963, 26964  | <b>0,25</b> |
| <b>Mexico</b>         | MOBILE      | 521  | <b>0,3</b>  |
| <b>Mexico</b>         |             | 52   | <b>0,09</b> |
| <b>Micronesia</b>     |             | 691  | <b>0,31</b> |
| <b>Moldova</b>        | MOBILE      | 37369, 37379   | <b>0,33</b> |
| <b>Moldova</b>        |             | 373  | <b>0,14</b> |
| <b>Monaco</b>         | KFOR Mobile | 37744  | <b>0,28</b> |
| <b>Monaco</b>         | Mobile      | 3776, 37740, 37741, 37742, 37743, 37745, 37746, 37748, 37749   | <b>0,22</b> |
| <b>Monaco</b>         |             | 377  | <b>0,04</b> |
| <b>Mongolia</b>       |             | 976  | <b>0,19</b> |
| <b>Montenegro</b>     | MOBILE      | 38167, 38169, 38267, 38268, 38269  | <b>0,3</b>  |
| <b>Montenegro</b>     |             | 382, 3818  | <b>0,14</b> |
| <b>Montserrat</b>     |             | 1664, 1664410, 1664411, 1664412, 1664413, 1664492, 1664493, 1664495, 1664496, 1664664  | <b>0,23</b> |
| <b>Morocco</b>        | MOBILE      | 21210, 21211, 21212, 21213, 21214, 21215, 21260, 21261, 21262, 21263, 21264, 21265, 21266, 21267, 21268, 21269, 21270, 21271, 21272, 21273, 21274, 21275, 21276, 21277, 21278, 21279 | <b>0,3</b>  |
| <b>Morocco</b>        |             | 212  | <b>0,23</b> |
| <b>Mozambique</b>     | MOBILE      | 25882, 25884   | <b>0,32</b> |
| <b>Mozambique</b>     |             | 258  | <b>0,16</b> |
| <b>Myanmar</b>        |             | 95   | <b>0,36</b> |
| <b>Namibia</b>        | MOBILE      | 26481, 26485   | <b>0,25</b> |
| <b>Namibia</b>        |             | 264  | <b>0,19</b> |
| <b>Nauru</b>          | MOBILE      | 6748, 674555   | <b>1,23</b> |
| <b>Nauru</b>          |             | 674  | <b>1,18</b> |
| <b>Nepal</b>          | Kathmandu   | 97714, 97715, 97716  | <b>0,28</b> |
| <b>Nepal</b>          |             | 977  | <b>0,31</b> |
| <b>Netherlands</b>    | MOBILE      | 31610, 31611, 31612, 31613, 31614, 31615, 31616, 31617,  | <b>0,24</b> |

|                             |         |  |              |
|-----------------------------|---------|--|--------------|
|                             |         | 31618, 31619, 31620,   |              |
| <b>Netherlands</b>          |         | 31   | <b>0,02</b>  |
| <b>Netherlands Antilles</b> |         | 599  | <b>0,15</b>  |
| <b>New Caledonia</b>        |         | 687  | <b>0,32</b>  |
| <b>New Zealand</b>          | MOBILE  | 6421, 6425, 6427, 6429, 642887, 642888, 642889   | <b>0,28</b>  |
| <b>New Zealand</b>          |         | 64   | <b>0,025</b> |
| <b>Nicaragua</b>            | MOBILE  | 50540, 50541, 50545, 50561, 50562, 50563, 50564, 50565, 50566, 50567, 50568, 50569, 50581, 50582, 50583, 50584, 50585, 50586, 50587, 50588, 505600, 505601, 505602, 505603, 505604, 505605, 505606, 505607, 505608, 505802, 505803, 505804, 505805, 505806, 505807, 505808, 505809, 505893, 505894, 505895, 505896, 505897, 505898, 505899 | <b>0,2</b>   |
| <b>Nicaragua</b>            |         | 505  | <b>0,19</b>  |
| <b>Niger</b>                |         | 227  | <b>0,16</b>  |
| <b>Nigeria</b>              | Lagos   | 2341   | <b>0,11</b>  |
| <b>Nigeria</b>              | MOBILE  | 23490, 234703, 234802, 234803, 234804, 234805, 234806, 234807, 234808  | <b>0,23</b>  |
| <b>Nigeria</b>              |         | 234  | <b>0,14</b>  |
| <b>Niue</b>                 | Premium | 6832, 6835, 6836, 6837, 6838, 6839   | <b>1,23</b>  |
| <b>Niue</b>                 |         | 683  | <b>0,98</b>  |
| <b>Norfolk Island</b>       | MOBILE  | 67238  | <b>0,89</b>  |
| <b>Norfolk Island</b>       |         | 6723   | <b>0,94</b>  |
| <b>North Korea</b>          |         | 850  | <b>0,62</b>  |
| <b>North Yemen</b>          |         | 969  | <b>0,75</b>  |
| <b>Norway</b>               | MOBILE  | 474, 479, 47811, 47812, 47813, 47814, 47819  | <b>0,19</b>  |
| <b>Norway</b>               |         | 47   | <b>0,02</b>  |
| <b>Oman</b>                 |         | 968  | <b>0,17</b>  |
| <b>Pakistan</b>             |         | 92   | <b>0,13</b>  |
| <b>Palau</b>                |         | 680  | <b>0,38</b>  |
| <b>Palestine</b>            |         | 97022, 97042, 97059, 97082, 97092, 97222, 97242, 97259, 97282, 97292   | <b>0,28</b>  |
| <b>Panamá</b>               | MOBILE  | 5076   | <b>0,17</b>  |

|                         |             |  |              |
|-------------------------|-------------|--|--------------|
| <b>Panamá</b>           |             | 507  | <b>0,1</b>   |
| <b>Papua New Guinea</b> |             | 675  | <b>0,72</b>  |
| <b>Paraguay</b>         | Asuncion    | 59521  | <b>0,11</b>  |
| <b>Paraguay</b>         | MOBILE      | 5959   | <b>0,21</b>  |
| <b>Paraguay</b>         |             | 595  | <b>0,14</b>  |
| <b>Perú</b>             | Lima        | 511  | <b>0,03</b>  |
| <b>Perú</b>             | MOBILE      | 5119, 51419, 51429, 51439, 51449, 51519, 51529, 51539, 51549, 51569, 51619, 51629, 51639, 51649, 51659, 51669, 51679, 51729, 51739, 51749, 51769, 51829, 51839, 51849  | <b>0,28</b>  |
| <b>Perú</b>             | Rural       | 5118, 51418, 51428, 51438, 51448, 51518, 51528, 51538, 51548, 51568, 51618, 51628, 51638, 51648, 51658, 51668, 51678, 51728, 51738, 51748, 51768, 51828, 51838, 51848, 511600  | <b>0,61</b>  |
| <b>Perú</b>             |             | 51   | <b>0,07</b>  |
| <b>Philippines</b>      | Bayantel    | 63241, 63243, 63248, 63249, 632406, 632407, 632427, 632428, 632440, 632443,  | <b>0,18</b>  |
| <b>Poland</b>           | MOBILE      | 4850, 4860, 4869, 4879, 48510, 48511, 48512, 48513, 48514, 48515, 48516, 48517, 48660, 48661, 48662, 48663, 48664, 48665, 48667, 48668, 48669, 48780, 48781, 48782, 48783, 48785, 48786, 48787, 48788, 48789, 48880, 48885, 48886, 48887, 48888, 48889, 486666, 487841, 487842, 487843, 488841, 488842 | <b>0,22</b>  |
| <b>Poland</b>           |             | 48   | <b>0,02</b>  |
| <b>Portugal</b>         | MOBILE      | 35191, 35193, 35196, 351639, 351659, 351946, 351948, 351949  | <b>0,26</b>  |
| <b>Portugal</b>         |             | 351  | <b>0,025</b> |
| <b>Qatar</b>            |             | 974  | <b>0,34</b>  |
| <b>Reunion Island</b>   |             | 262  | <b>0,33</b>  |
| <b>Romania</b>          | Bucharest   | 4021   | <b>0,09</b>  |
| <b>Romania</b>          | MOBILE      | 4072, 4074, 4076, 4078, 40730, 40750, 40751, 40752   | <b>0,26</b>  |
| <b>Romania</b>          |             | 40   | <b>0,11</b>  |
| <b>Russia</b>           | Chelyabinsk | 73512  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>           | Ivanovo     | 74932  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>           | Izhevsk     | 73412  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>           | Kazan       | 78432  | <b>0,04</b>  |

|   |                     |  |              |
|---|---------------------|--|--------------|
| <b>Russia</b>                               | Krasnoyarsk         | 73912  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Leningrad<br>Region | 7813   | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Moscow              | 7495, 7499   | <b>0.02</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Moscow<br>Region    | 7496, 7498   | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Omsk                | 73812  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Perm                | 73422  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Rostov              | 78632, 78633   | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Samara              | 78462  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Saratov             | 78452  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | St. Petersburg      | 7812   | <b>0,035</b> |
| <b>Russia</b>                               | Ufa                 | 73472  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Volgograd           | 78442  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Vologda             | 78172  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Voronezh            | 74732  | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               | Yekaterinburg       | 73432, 73433   | <b>0,04</b>  |
| <b>Russia</b>                               |                     | 7  | <b>0,07</b>  |
| <b>Rwanda</b>                               |                     | 250  | <b>0,17</b>  |
| <b>St. Kitts &amp; Nevis</b>                | MOBILE              | 1869556, 1869557, 1869558, 1869565, 1869566, 1869567,<br>1869662, 1869663, 1869664, 1869665, 1869666, 1869667,<br>1869668, 1869669, 1869762, 1869763, 1869764, 1869765                               | <b>0,32</b>  |
| <b>St. Kitts &amp; Nevis</b>                |                     | 1869   | <b>0,21</b>  |
| <b>St. Lucia</b>                            | MOBILE              | 1758284, 1758285, 1758286, 1758287, 1758384, 1758460,<br>1758461, 1758484,   | <b>0,27</b>  |
| <b>St. Lucia</b>                            |                     | 1758   | <b>0,22</b>  |
| <b>St. Vincent &amp; the<br/>Grenadines</b> | MOBILE              | 1784430, 1784431, 1784432, 1784433, 1784434, 1784435,<br>1784454, 1784455, 1784492, 1784493, 1784494, 1784495,<br>1784526, 1784527, 1784528, 1784529, 1784530, 1784531,<br>1784532, 1784533, 1784593 | <b>0,26</b>  |
| <b>St. Vincent &amp; the<br/>Grenadines</b> |                     | 1784   | <b>0,15</b>  |
| <b>Samoa</b>                                | MOBILE              | 68572, 68575, 68576, 68577   | <b>0,49</b>  |
| <b>Samoa</b>                                |                     | 685  | <b>0,5</b>   |

|                                |                           |  |             |
|--------------------------------|---------------------------|--|-------------|
| <b>San Marino</b>              | MOBILE                    | 3783   | <b>0,38</b> |
| <b>San Marino</b>              |                           | 378  | <b>0,03</b> |
| <b>Sao Tome &amp; Principe</b> |                           | 239  | <b>1,08</b> |
| <b>Saudi Arabia</b>            | MOBILE                    | 9665, 9668   | <b>0,24</b> |
| <b>Saudi Arabia</b>            |                           | 966  | <b>0,22</b> |
| <b>Senegal</b>                 | MOBILE                    | 2214, 2215, 22133, 22134, 22135, 22136, 22137, 22160, 22161, 22163, 22164, 22165, 22166, 22167, 22168, 22169   | <b>0,24</b> |
| <b>Senegal</b>                 |                           | 221  | <b>0,21</b> |
| <b>Serbia</b>                  | Mobile –<br>Mobilkom      | 38160, 38161   | <b>0,29</b> |
| <b>Serbia</b>                  | Mobile -<br>Telcom Serbia | 38164, 38165, 38166  | <b>0,3</b>  |
| <b>Serbia</b>                  | Mobile –<br>Telenor       | 38162, 38163   | <b>0,23</b> |
| <b>Serbia</b>                  |                           | 381  | <b>0,1</b>  |
| <b>Seychelles</b>              |                           | 248  | <b>0,26</b> |
| <b>Sierra Leone</b>            |                           | 232  | <b>0,27</b> |
| <b>Singapore</b>               |                           | 65   | <b>0,02</b> |
| <b>Slovakia</b>                | MOBILE                    | 42191, 421901, 421902, 421903, 421904, 421905, 421906, 421907, 421908, 421949  | <b>0,19</b> |
| <b>Slovakia</b>                |                           | 421  | <b>0,06</b> |
| <b>Slovenia</b>                | MOBILE                    | 38630, 38631, 38640, 38641, 38651, 38664, 38665, 38666, 38667, 38668, 38669, 38670, 38671  | <b>0,38</b> |
| <b>Slovenia</b>                |                           | 386  | <b>0,06</b> |
| <b>Solomon Islands</b>         |                           | 677  | <b>1,04</b> |
| <b>Somalia</b>                 |                           | 252  | <b>0,62</b> |
| <b>South Africa</b>            | MOBILE                    | 2772, 2773, 2776, 2782, 2783, 2784, 27741, 27742, 27743, 27744, 27781, 27782, 27783, 27784, 27785, 27786, 27791, 27792, 27793, 27794, 27795, 27796, 27797, 27798 | <b>0,21</b> |
| <b>South Africa</b>            |                           | 27   | <b>0,06</b> |
| <b>South Korea</b>             | MOBILE                    | 8210, 8211, 8212, 8213, 8215, 8216, 8217, 8218, 8219   | <b>0,08</b> |
| <b>South Korea</b>             | Seoul                     | 822  | <b>0,02</b> |
| <b>South Korea</b>             |                           | 82   | <b>0,25</b> |
| <b>Spain</b>                   | MOBILE                    | 34600, 34601, 34605, 34606, 34607, 34608, 34609, 34610, 34615, 34616, 34617,   | <b>0,24</b> |

|                                  |                         |  |             |
|----------------------------------|-------------------------|--|-------------|
| <b>Spain</b>                     |                         | 34   | <b>0,02</b> |
| <b>Sri Lanka</b>                 | Colombo                 | 94112  | <b>0,13</b> |
| <b>Sri Lanka</b>                 | Mobile – MTN            | 9477   | <b>0,13</b> |
| <b>Sri Lanka</b>                 | Mobile - Other Carriers | 9471, 9472, 9478   | <b>0,17</b> |
| <b>Sri Lanka</b>                 |                         | 94   | <b>0,18</b> |
| <b>St. Helena</b>                |                         | 290  | <b>1,14</b> |
| <b>St. Pierre &amp; Miquelon</b> | MOBILE                  | 50855  | <b>0,37</b> |
| <b>St. Pierre &amp; Miquelon</b> |                         | 508  | <b>0,34</b> |
| <b>Sudan</b>                     |                         | 249  | <b>0,23</b> |
| <b>Suriname</b>                  |                         | 597  | <b>0,26</b> |
| <b>Swaziland</b>                 | MOBILE                  | 2686   | <b>0,19</b> |
| <b>Swaziland</b>                 |                         | 268  | <b>0,18</b> |
| <b>Sweden</b>                    | MOBILE                  | 46102, 46103, 46106, 46252, 46518, 46519, 46673, 46674, 46675, 46676, 46702,   | <b>0,26</b> |
| <b>Sweden</b>                    |                         | 46   | <b>0,02</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Freephone               | 41800  | <b>0,25</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile - 3G Mobile      | 41777  | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile – Orange         | 41786, 41787, 41788, 417890, 417891, 417892, 417893, 4178970   | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile - Other Carriers | 417730, 417731, 4177357, 4179979   | <b>0,61</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile – Sunrise        | 41763, 41764, 41765, 417620, 417621, 417622, 417623, 417624, 417625, 417629, 4176777   | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile – Swisscom       | 41792, 41793, 41794, 41795, 41796, 41797, 417740, 417741, 417742, 417743, 417744, 417745, 417980, 417981, 417982, 417983, 417984 | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile - Tele2          | 41772  | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               | Mobile - T-net          | 417999   | <b>0,33</b> |
| <b>Switzerland</b>               |                         | 41   | <b>0,02</b> |
| <b>Syria</b>                     |                         | 963  | <b>0,34</b> |
| <b>Taiwan</b>                    | MOBILE                  | 88690, 88691, 88692, 88693, 88695, 88696, 88697, 88698   | <b>0,09</b> |

|                                       |                            |   |              |
|---------------------------------------|----------------------------|---|--------------|
| <b>Taiwan</b>                         | Pager                      | 88694   | <b>0,1</b>   |
| <b>Taiwan</b>                         |                            | 886   | <b>0,025</b> |
| <b>Tajikistan</b>                     |                            | 992   | <b>0,17</b>  |
| <b>Tanzania</b>                       | Dar es Salaam              | 25522   | <b>0,23</b>  |
| <b>Tanzania</b>                       | MOBILE                     | 25571, 25575, 25577, 25578  | <b>0,26</b>  |
| <b>Tanzania</b>                       |                            | 255   | <b>0,28</b>  |
| <b>Thailand</b>                       |                            | 66  | <b>0,1</b>   |
| <b>Thuraya</b>                        | Satellite                  | 88216   | <b>0,94</b>  |
| <b>Togo</b>                           |                            | 228   | <b>0,21</b>  |
| <b>Tokelau</b>                        |                            | 690   | <b>0,88</b>  |
| <b>Tonga</b>                          |                            | 676   | <b>0,29</b>  |
| <b>Trinidad &amp; Tobago</b>          | MOBILE                     | 186832, 186833, 186834, 186835, 186836, 186837, 186838, 186839, 186846,   | <b>0,31</b>  |
| <b>Trinidad &amp; Tobago</b>          |                            | 1868  | <b>0,13</b>  |
| <b>Tunisia</b>                        | Mobile –<br>Tuntel         | 21690, 21691, 21694, 21695, 21696, 21697, 21698, 21699  | <b>0,31</b>  |
| <b>Tunisia</b>                        |                            | 216   | <b>0,23</b>  |
| <b>Turkey</b>                         | Istanbul                   | 90212, 90216  | <b>0,06</b>  |
| <b>Turkey</b>                         | Mobile - Other<br>Carriers | 9050, 9052, 9055, 9056, 90531, 90592, 90594, 90596  | <b>0,19</b>  |
| <b>Turkey</b>                         | Mobile –<br>Telsim         | 9054  | <b>0,19</b>  |
| <b>Turkey</b>                         | Mobile –<br>Turkcell       | 90530, 90532, 90533, 90534, 90535, 90536, 90537, 90538, 90539   | <b>0,19</b>  |
| <b>Turkey</b>                         | North Cyprus<br>Mobile     | 9053383, 9053384, 9053386, 9053387  | <b>0,25</b>  |
| <b>Turkey</b>                         |                            | 90  | <b>0,12</b>  |
| <b>Turkmenistan</b>                   |                            | 993   | <b>0,18</b>  |
| <b>Turks &amp; Caicos<br/>Islands</b> | MOBILE                     | 1649231, 1649232, 1649241, 1649242, 1649243, 1649244, 1649245, 1649331, 1649332, 1649333, 1649341, 1649342, 1649343, 1649431, 1649432, 1649441, 1649442 | <b>0,23</b>  |
| <b>Turks &amp; Caicos<br/>Islands</b> |                            | 1649  | <b>0,16</b>  |
| <b>Tuvalu</b>                         |                            | 688   | <b>0,64</b>  |

|                                    |                         |   |             |
|------------------------------------|-------------------------|---|-------------|
| <b>Uganda</b>                      |                         | 256   | <b>0,14</b> |
| <b>Ukraine</b>                     | MOBILE                  | 38039, 38050, 38063, 38066, 38067, 38068, 38091, 38092, 38093, 38094, 38095, 38096, 38097, 38098, 38099 | <b>0,17</b> |
| <b>Ukraine</b>                     |                         | 380   | <b>0,12</b> |
| <b>United Arab Emirates</b>        |                         | 971   | <b>0,24</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Freephone               | 44800, 44808  | <b>0,03</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Local Rate              | 44845   | <b>0,15</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Mobile - Hutchison 3G   | 447533, 447588, 447723, 447727, 447728, 447735, 447737,   | <b>0,4</b>  |
| <b>United Kingdom</b>              | Mobile - Vodafone       | 447500, 447501, 447502, 447503, 447717, 447721, 447733, 447741, 447747,                                 | <b>0,23</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Other Specialized       | 44870, 44990, 448440, 449116, 449580, 449581, 449617, 4490557, 44901171, 44911023                       | <b>0,32</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Pager                   | 4476  | <b>0,21</b> |
| <b>United Kingdom</b>              | Personal                | 4470  | <b>0,35</b> |
| <b>United Kingdom</b>              |                         | 441, 442, 4420, 445511, 445516, 445555, 445588, 445600, 445601, 445602                                  | <b>0,02</b> |
| <b>Uruguay</b>                     | MOBILE                  | 5989  | <b>0,23</b> |
| <b>Uruguay</b>                     | Montevideo              | 5982  | <b>0,11</b> |
| <b>Uruguay</b>                     |                         | 598   | <b>0,17</b> |
| <b>Uzbekistan</b>                  |                         | 998   | <b>0,11</b> |
| <b>Vanuatu</b>                     |                         | 678   | <b>0,73</b> |
| <b>Venezuela</b>                   | Caracas                 | 58212   | <b>0,03</b> |
| <b>Venezuela</b>                   | Mobile - Movilnet       | 58416, 58426  | <b>0,18</b> |
| <b>Venezuela</b>                   | Mobile - Other Carriers | 58415, 58418  | <b>0,18</b> |
| <b>Venezuela</b>                   | Mobile - Telcel         | 58414, 58424  | <b>0,18</b> |
| <b>Venezuela</b>                   | Mobile - TIM            | 58412, 58417  | <b>0,32</b> |
| <b>Venezuela</b>                   |                         | 58  | <b>0,05</b> |
| <b>Vietnam</b>                     |                         | 84  | <b>0,3</b>  |
| <b>Wallis &amp; Futuna Islands</b> |                         | 681   | <b>1,18</b> |

|                 |                  |                                   |             |
|-----------------|------------------|-----------------------------------|-------------|
| <b>Yemen</b>    |                  | 967                               | <b>0,18</b> |
| <b>Zambia</b>   | MOBILE           | 26095, 26096, 26097, 26098, 26099 | <b>0,2</b>  |
| <b>Zambia</b>   |                  | 260                               | <b>0,1</b>  |
| <b>Zimbabwe</b> | Mobile – Econet  | 26391                             | <b>0,39</b> |
| <b>Zimbabwe</b> | Mobile – Netone  | 26311                             | <b>0,29</b> |
| <b>Zimbabwe</b> | Mobile – Telecel | 26323                             | <b>0,29</b> |
| <b>Zimbabwe</b> |                  | 263                               | <b>0,1</b>  |

**Fuente:** www.magicjack.com

**Elaboración:** IDECO

**Cuadros de Cálculo.**

**Cuestionario de Encuestas.**