



**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
Objetivo de la tesis.	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

Logotipo #2



Fuente: www.gizmo5.com

Logotipo #3



Microsoft®

Fuente: 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

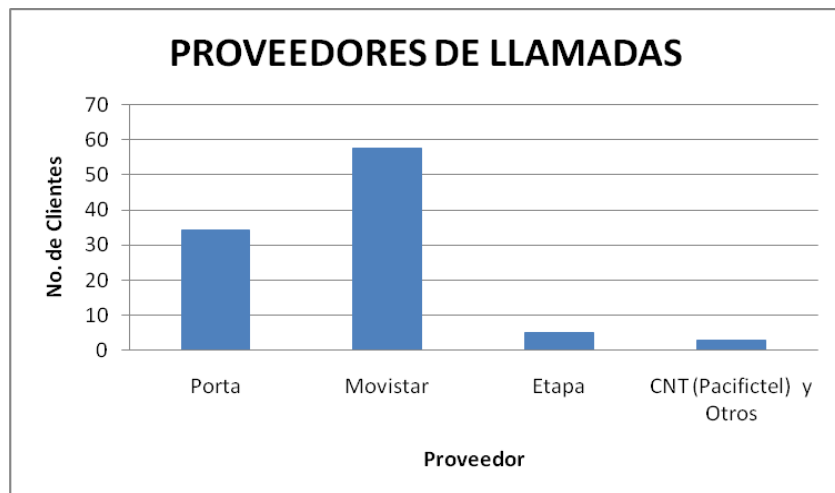
Nuestros principales competidores que proveen los servicios de llamadas internacionales corresponden a las siguientes operadoras:

- 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

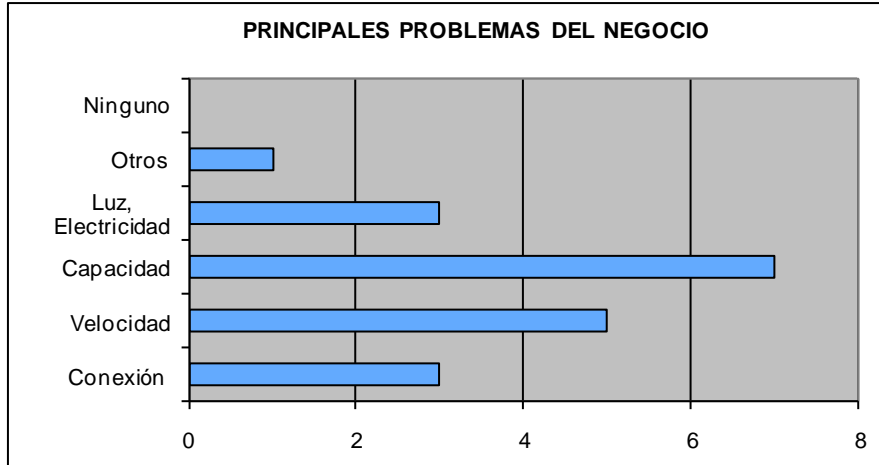
	MOVISTAR	PORTA	ETAPA	MAGIC JACK
USA	0,09	0,09	0,12	0
ESPANA	0,12	0,12	0,18	0,02
ITALIA	0,12	0,12	0,18	0,02
PERU	0,19	0,19	0,17	0,04
COLOMBIA	0,08	0,08	0,17	0,05
CANADA	0,10	0,10	0,29	0
*PRECIO LLAMADA POR MIN				Valores centavos de dólar americano.

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 (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

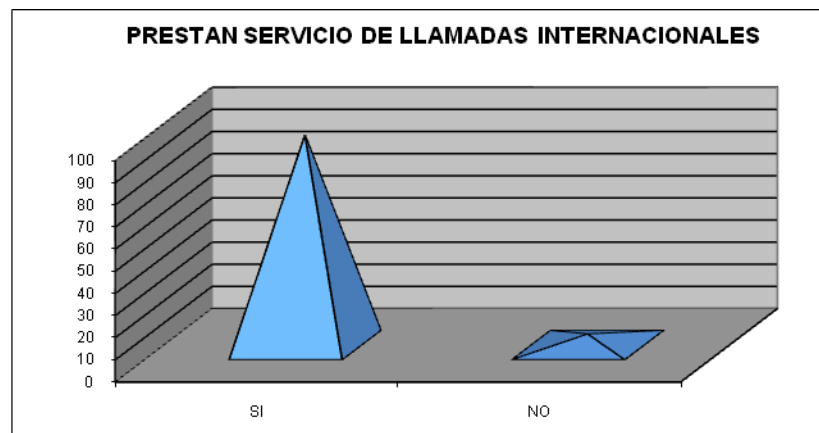
Se realizaron las encuestas, la tabulación de datos, el análisis y la interpretación de los resultados. Los resultados y las conclusiones de la investigación realizada se detallan a continuación:

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

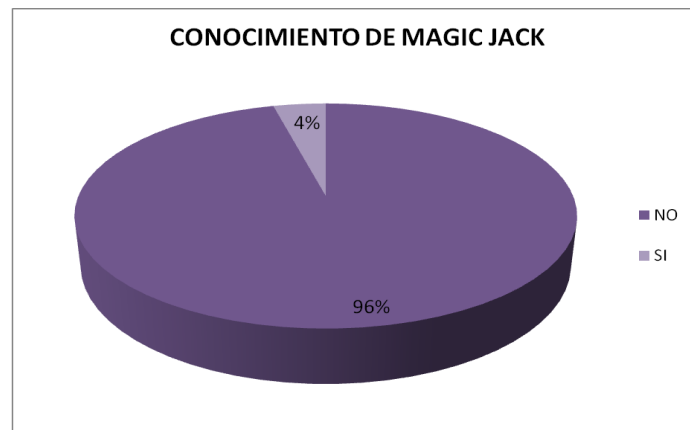
Elaboración: IDECO.

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



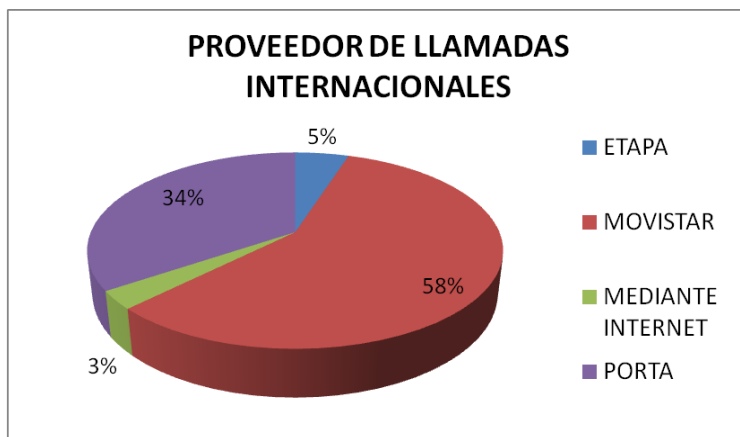
Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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 -

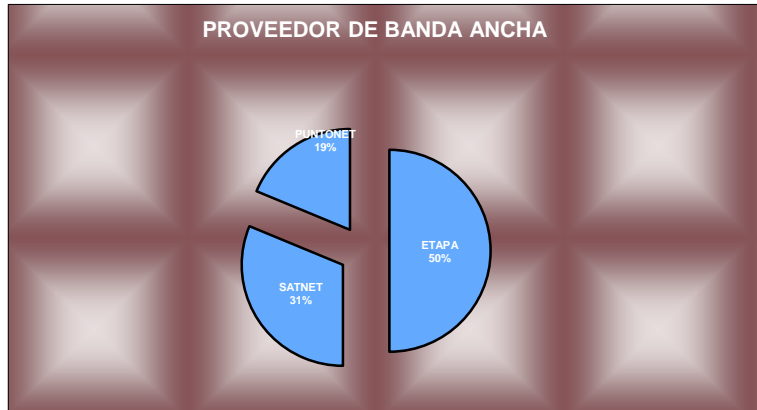
Elaboración: IDECO.

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

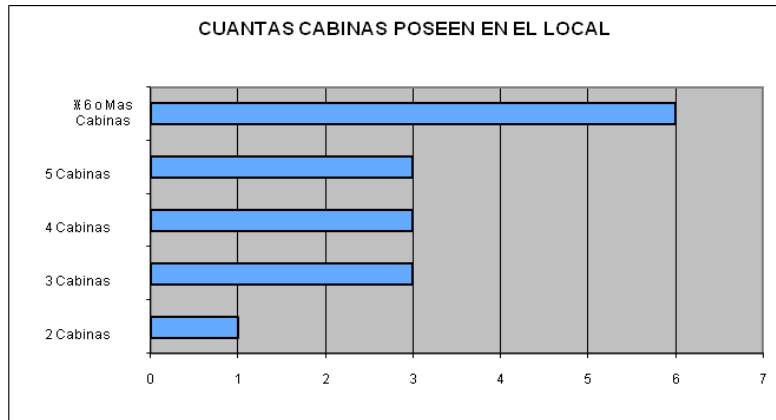


Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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

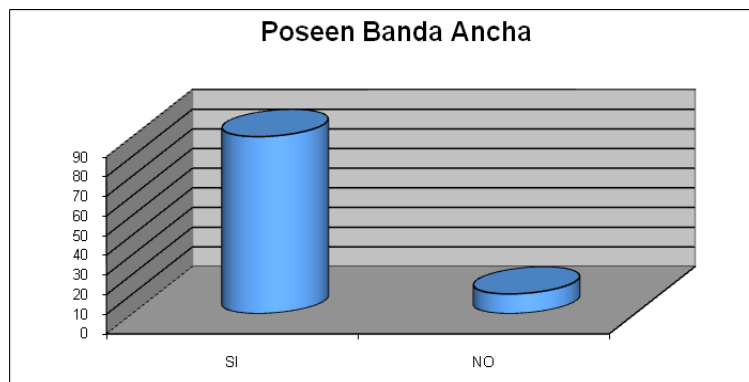
Elaboración: IDECO.

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



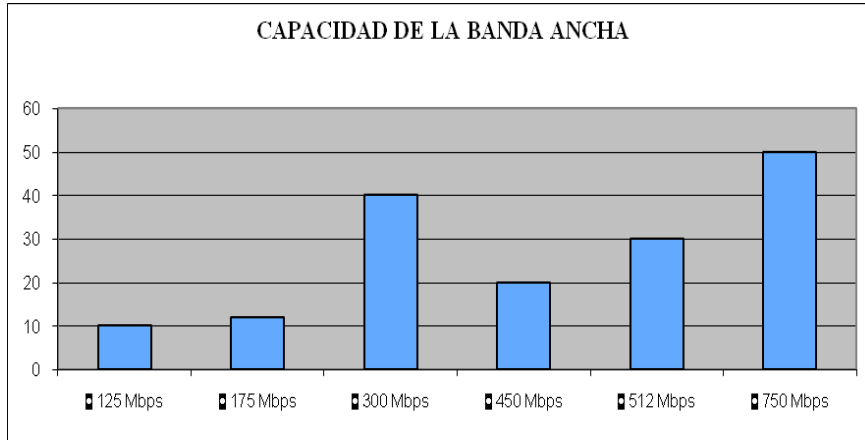
Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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

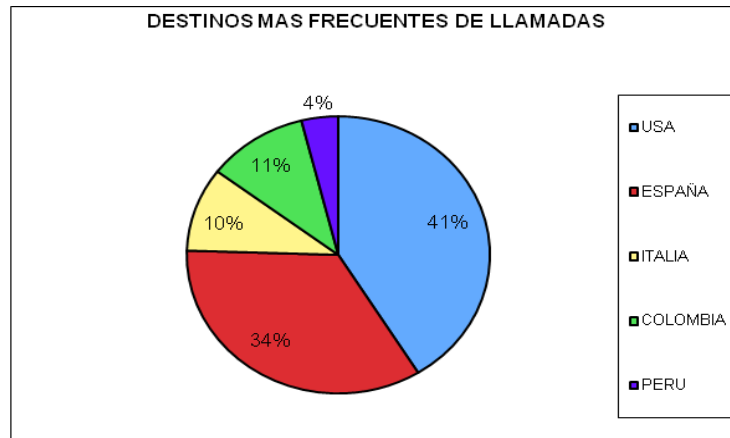
Elaboración: IDECO.

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

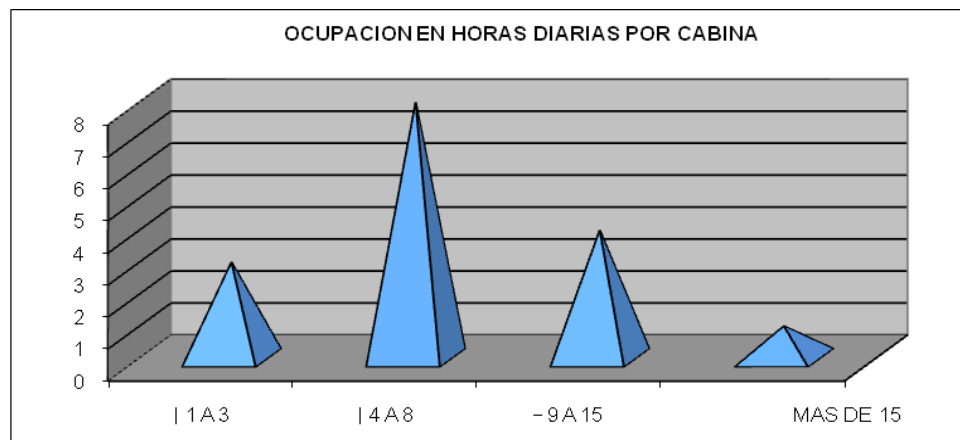


Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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



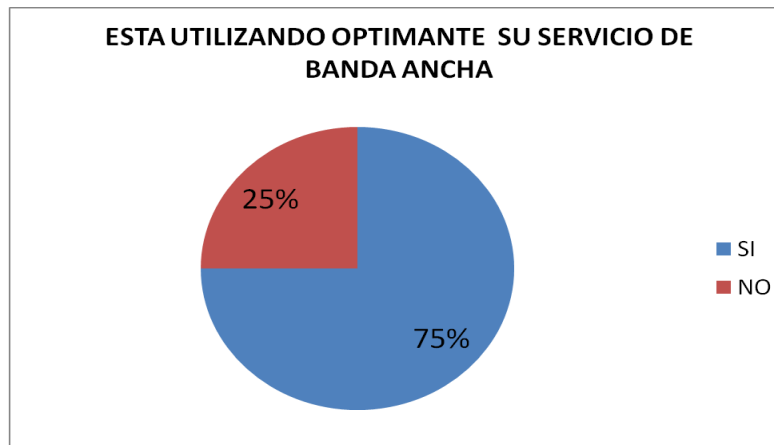
Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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



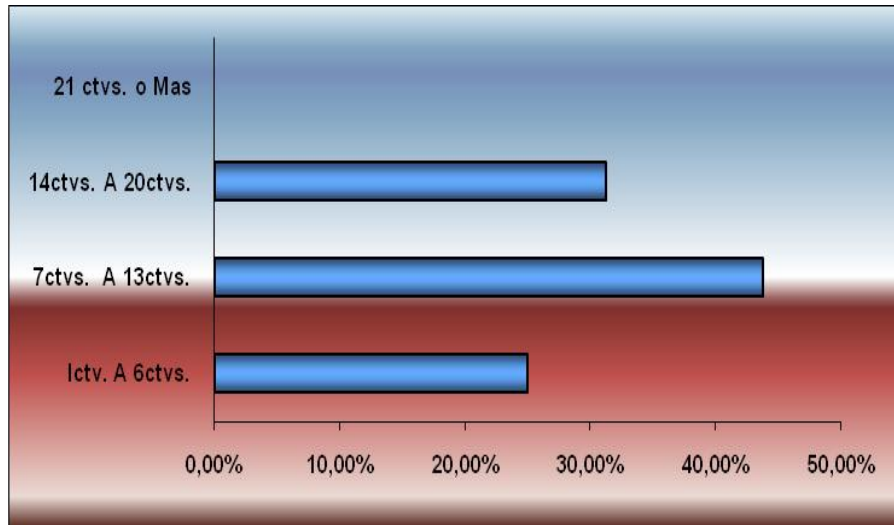
Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

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

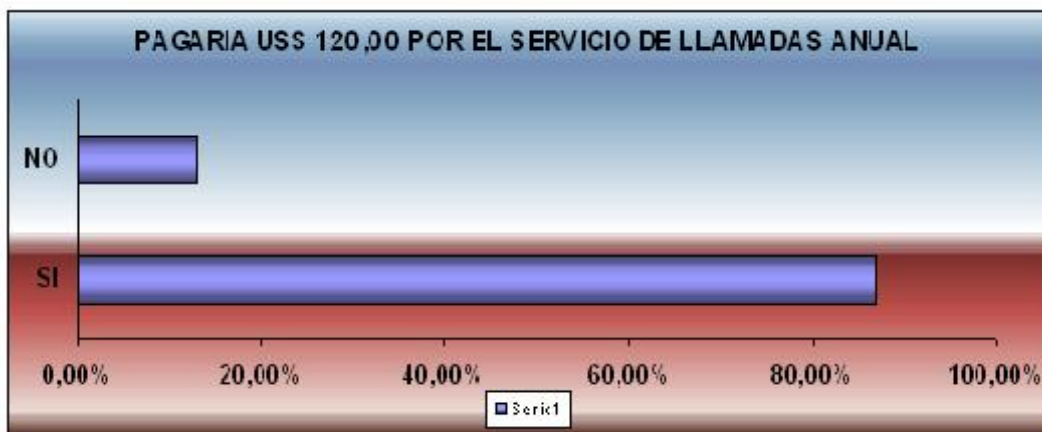


Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

Elaboradoci3n: IDECO.

Despu3s de establecer la aceptaci3n de los clientes, a la complementaci3n del servicio, era necesario conocer su percepci3n sobre el costo del equipo, por lo que se estableci3 el valor del producto y se consult3 al mercado, si estaban de acuerdo con el precio del mismo, obteniendo resultados muy positivos: un 87% estaban de acuerdo con el precio, seg3n las ventajas que se especificaron del producto y un 13% estaban en desacuerdo. Detalle gr3fico No.16.

Gráfico 16: DISPONIBILIDAD AL PAGO POR COSTO DE SISTEMA



Fuente: Estudio de mercado realizado por IDECO

Elaboradoci3n: IDECO.

Habiendo terminado un muy minucioso estudio de mercado, analizando cifras, variables y constantes, hemos obtenido los resultados esperados. El producto Magic Jack se present3 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 un 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

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) 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.

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.

IMAGEN 2. APARIENCIA DE HARDWARE



Fuente: 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

COMPETIDOR	PLAN DE LLAMADAS
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

COMPETIDOR	OBJETIVO
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

COMPETIDOR	WEB
SKYPE	http://skype.com
GIZMO 5	http://gizmo5.com/pc/network/callout-rates/
TALKSTER	http://talkster.com
JAXTR	http://jaxtr.com
LOCAL PHONE	
VYKE	http://vyke.com

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

Imagen 3: Presentación de producto



Fuente. 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.

Gastos Administración	2008	2009	2010	2011	2012
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
Total Gastos Producción	4.045,00	4.045,00	4.045,00	4.045,00	4.045,00

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
Total Personal Producción	27.182,00	29.215,91	31.432,87	33.849,36	36.483,33

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
TOTAL	95.900,00	108.715,60	113.994,63	131.652,15	144.857,66

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
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS 12%	96.000,00	108.825,60	114.114,63	131.782,15	144.997,66
TOTAL INGRESOS EN OPERACION	96.000,00	108.825,60	114.114,63	131.782,15	144.997,66
INVENTARIO INICIAL	-	-	-	-	-
COMPRAS	39.000,00	42.510,00	46.335,90	50.506,13	55.051,68
COMPRAS TOTALES	39.000,00	42.510,00	46.335,90	50.506,13	55.051,68
INVENTARIO FINAL	-	-	-	-	-
COSTO DE VENTAS	39.000,00	42.510,00	46.335,90	50.506,13	55.051,68
UTILIDAD EN OPERACIÓN	57.000,00	66.315,60	67.778,73	81.276,02	89.945,98
GASTOS DE VENTA	26.382,00	28.415,91	30.632,87	33.049,36	35.683,33
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
GASTOS DE ADMINISTRACION	4.165,00	4.165,00	4.165,00	4.165,00	4.165,00
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
GASTOS FINANCIEROS	2.510,00	2.720,60	2.950,15	3.200,37	3.473,10
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

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

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
UTILIDAD DEL EJERCICIO DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	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
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

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

Núm.	Proveedor	Tipo	Dirección	Nombre
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 Cabicel
76	Movistar	Locutorio	Antonio Vega Muñoz 5-46 y Mariano Cueva	Cabinas Telefónicas Cabicel
77	Movistar	Locutorio	Antonio Vega Muñoz 5-12 y Mariano Cueva	Cabinas Telefónicas Cabicel
78	Movistar	Locutorio	Antonio Vega Muñoz 3-85 y Vargas Machuca	Cabinas Telefónicas 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
Afghanistan		93	0,32
Albania	MOBILE	35567, 35568, 35569	0,25
Algeria	MOBILE	2135, 2136, 2137, 21390, 21391, 21392, 21393, 21394, 21395, 21398, 21399	0,14
American Samoa	MOBILE	16842	0,14
American Samoa		16840, 16841, 16843, 16844, 16845, 16846, 16847, 16848, 16849	0,13
Andorra	MOBILE	3763, 3764, 3766	0,31
Andorra		376	0,08
Angola	MOBILE	24491, 24492	0,23
Angola		244	0,21
Anguilla	MOBILE	1264235, 1264476, 1264536, 1264537, 1264538, 1264539, 1264581, 1264582, 1264583, 1264584, 1264729, 1264772	0,31
Anguilla		1264	0,2
Antártica		6721, 67211, 67212	1,21
Antigua & Barbuda		1268, 126872, 1268464, 1268764, 1268770, 1268771, 1268772, 1268773, 1268774, 1268775, 1268783, 1268785, 1268788	0,16

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

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

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

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

Ethiopia	MOBILE	25191, 25198	0,33
Ethiopia		251	0,41
Falkland Islands		500	0,61
Faroe Islands	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	0,9
Faroe Islands		298	0,28
Fiji	MOBILE	679924, 679925, 679926, 679927, 679928, 679990, 679991, 679992, 679993, 679994, 679995, 679996, 679997, 679998	0,37
Fiji		679	0,26
Finland	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	0,18
Finland	Personal	35810, 35820, 35829, 35830, 35871, 35873, 35875	0,08
Finland		358	0,03
France	Mobile - Bouygues Telecom	3366, 33650, 33698, 33699	0,18
France	Mobile - Orange	3367, 3368, 33607, 33608, 33630, 33631, 33632, 33633, 33637	0,18
France	Mobile - Other Carriers	33601, 33602	0,18
France	Mobile - SFR	3361, 3362, 33603, 33609, 33634, 33635, 33636	0,18
France	Mobile - TESAM	33638	0,25
France	Premium	3385, 33640, 33836, 33890, 33891, 33892, 33893, 33897, 33898	0,11
France		33	0,02
French Guiana	MOBILE	59469400, 59469401, 59469402, 59469420, 59469421, 59469422, 59469423, 59469424, 59469426, 59469438, 59469440, 59469441, 59469442, 59469443, 59469444, 59469445, 59469446, 59469447, 59469490, 59469491, 59469492	0,29
French Guiana		594	0,23
French Polynesia		689	0,25
Gabon		241	0,15

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

Grenada	MOBILE	1473403, 1473404, 1473405, 1473406, 1473407, 1473409, 1473410, 1473414,	0,24
Grenada		1473	0,18
Guadeloupe	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	0,28
Guadeloupe		590	0,16
Guam		1671	0,025
Guatemala	MOBILE	502500, 502503, 502504, 502505, 502506, 502520, 502530, 502532, 502533,	0,14
Guatemala	Other	5023, 5024, 5028, 5029, 50220, 50221, 50225, 50226, 50227, 50228, 50229, 50260,	0,14
Guatemala	TelGua	502236, 502776, 502794, 5022220, 5022221, 5022230, 5022232, 5022238, 5022242,	0,14
Guinea		224	0,16
Guinea-Bissau	MOBILE	2456, 2457	0,97
Guinea-Bissau		245	0,82
Guyana		592	0,34
Haiti	Mobile – Rectel	5093	0,28
Haiti		509	0,22
Honduras	MOBILE	50433, 50499, 504981, 504982, 504983, 504984, 504985, 504986, 504987, 504988, 504989	0,35
Honduras		504	0,33
Hong Kong	Personal	85281, 85282, 85283, 85284, 85285, 85286, 85287, 85288, 85289	0,025
Hong Kong		852	0,02
Hungary	MOBILE	3620, 3630, 3670	0,2
Hungary		36	0,02
Iceland	MOBILE	35468, 35469, 35482, 35483, 35484, 35485, 35486, 35487, 35488, 35489, 354388,	0,26
Iceland		354	0,05
ICO Global Communications	Satellite	8810, 8811	4,19

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

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

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

Mauritius		230	0,19
Mayotte Island	MOBILE	26920, 26921, 26922, 26923, 26924, 26925, 26927, 26928, 26929, 26965, 26966, 26967, 26968, 26969	0,36
Mayotte Island		26960, 26961, 26962, 26963, 26964	0,25
Mexico	MOBILE	521	0,3
Mexico		52	0,09
Micronesia		691	0,31
Moldova	MOBILE	37369, 37379	0,33
Moldova		373	0,14
Monaco	KFOR Mobile	37744	0,28
Monaco	Mobile	3776, 37740, 37741, 37742, 37743, 37745, 37746, 37748, 37749	0,22
Monaco		377	0,04
Mongolia		976	0,19
Montenegro	MOBILE	38167, 38169, 38267, 38268, 38269	0,3
Montenegro		382, 3818	0,14
Montserrat		1664, 1664410, 1664411, 1664412, 1664413, 1664492, 1664493, 1664495, 1664496, 1664664	0,23
Morocco	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	0,3
Morocco		212	0,23
Mozambique	MOBILE	25882, 25884	0,32
Mozambique		258	0,16
Myanmar		95	0,36
Namibia	MOBILE	26481, 26485	0,25
Namibia		264	0,19
Nauru	MOBILE	6748, 674555	1,23
Nauru		674	1,18
Nepal	Kathmandu	97714, 97715, 97716	0,28
Nepal		977	0,31
Netherlands	MOBILE	31610, 31611, 31612, 31613, 31614, 31615, 31616, 31617,	0,24

		31618, 31619, 31620,	
Netherlands		31	0,02
Netherlands Antilles		599	0,15
New Caledonia		687	0,32
New Zealand	MOBILE	6421, 6425, 6427, 6429, 642887, 642888, 642889	0,28
New Zealand		64	0,025
Nicaragua	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	0,2
Nicaragua		505	0,19
Niger		227	0,16
Nigeria	Lagos	2341	0,11
Nigeria	MOBILE	23490, 234703, 234802, 234803, 234804, 234805, 234806, 234807, 234808	0,23
Nigeria		234	0,14
Niue	Premium	6832, 6835, 6836, 6837, 6838, 6839	1,23
Niue		683	0,98
Norfolk Island	MOBILE	67238	0,89
Norfolk Island		6723	0,94
North Korea		850	0,62
North Yemen		969	0,75
Norway	MOBILE	474, 479, 47811, 47812, 47813, 47814, 47819	0,19
Norway		47	0,02
Oman		968	0,17
Pakistan		92	0,13
Palau		680	0,38
Palestine		97022, 97042, 97059, 97082, 97092, 97222, 97242, 97259, 97282, 97292	0,28
Panamá	MOBILE	5076	0,17

Panamá		507	0,1
Papua New Guinea		675	0,72
Paraguay	Asuncion	59521	0,11
Paraguay	MOBILE	5959	0,21
Paraguay		595	0,14
Perú	Lima	511	0,03
Perú	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	0,28
Perú	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	0,61
Perú		51	0,07
Philippines	Bayantel	63241, 63243, 63248, 63249, 632406, 632407, 632427, 632428, 632440, 632443,	0,18
Poland	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	0,22
Poland		48	0,02
Portugal	MOBILE	35191, 35193, 35196, 351639, 351659, 351946, 351948, 351949	0,26
Portugal		351	0,025
Qatar		974	0,34
Reunion Island		262	0,33
Romania	Bucharest	4021	0,09
Romania	MOBILE	4072, 4074, 4076, 4078, 40730, 40750, 40751, 40752	0,26
Romania		40	0,11
Russia	Chelyabinsk	73512	0,04
Russia	Ivanovo	74932	0,04
Russia	Izhevsk	73412	0,04
Russia	Kazan	78432	0,04

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

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

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

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

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

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

Fuente: www.magicjack.com

Elaboración: IDECO

Cuadros de Cálculo.

Cuestionario de Encuestas.