

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS**

**ANÁLISIS DE RIESGO Y RENDIMIENTO DE UNA EMPRESA
PROVEEDORA DEL SERVICIO DE INTERNET”**

POR:

ARMANDO DE LOS ANGELES ALFARO SANCHEZ

**Tesis presentada en cumplimiento de los requisitos exigidos para optar por el grado
de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ESPECIALIDAD
EN FINANZAS**

1999

APROBADO POR:

Director de Tesis Rodrigo de Sena

Miembro del Jurado Maria C. Gutierrez

Miembro del Jurado Alfredo V. Oquendo

Representante de la Vicerrectoría de Investigación y

Postgrado Jaine Rubén

Fecha 10/5/99

3/6671 -

Ab. del autor

23 JUL 1999

709

DEDICATORIA

A mis hijos Armando, Talybeth y Yahel, que siempre han compartido todos mis logros y que esto les sirva de inspiración en su vida profesional.

A Gilma mi eterna compañera, por desinteresado apoyo a largo de nuestras vidas.

AGRADECIMENTO

A todos mis compañeros que en una u otra forma colaboraron en la finalización de este trabajo, en especial a **José González e Ilsa Doens** que me alentaron en todo momento. Al **Profesor Rodrigo De León**, que me brindo su apoyo desinteresado, lo que me permitió al alcanzar la meta trazada.

INDICE

	Página
Resumen en Español.....	1
Resumen en Inglés.....	2

CAPÍTULO PRIMERO INTRODUCCIÓN

A. ANTECEDENTES GENERALES.....	4
1. Reseña Histórica.....	4
2. Definición del Negocio.....	6
3. Generalidades del Servicio de Internet.....	8
B. JUSTIFICACIÓN.....	10
1. Planeamiento del Problema.....	10
2. Objetivos Generales.....	11
3. Objetivos Específicos.....	12
4. Aspectos Metodológicos.....	12
5. Descripción de los Capítulos.....	13
C. MARCO LEGAL.....	15
1. Pacto Social.....	15
2. Licencia Comercial.....	16
3. Solicitud de Concesión Tipo B.....	16

CAPÍTULO SEGUNDO APLICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

A. ENCUESTA.....	20
1. Definición y Justificación de la Encuesta.....	20
2. Metodología.....	20
3. Variables.....	21
a. Precio.....	21
b. Producto.....	22
c. Calidad del Servicio.....	22
d. Ingreso Familiar.....	22
e. Presupuesto.....	22
f. Interés.....	23
g. Utilización.....	23

h. Competencia.....	23
i. Apoyo Técnico.....	24
j. Satisfacción.....	24
k. Beneficios.....	24
4. Diseño y Redacción del Cuestionario.....	25
B. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	29
1. Hipótesis de Trabajo.....	29
2. Población y Muestra.....	29
a. Población.....	29
b. Muestra.....	31
3. Recolección de Datos.....	33
C. INTERPRETACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	34
1. Resultado según Variable.....	39

CAPÍTULO TERCERO ENTORNO FINANCIERO

A. INGRESOS DEL PROYECTO.....	61
1. Proyección de Ventas.....	61
a. Volumen de Ventas.....	61
b. Precio de Venta.....	67
c. Estrategia de Ventas.....	76
B. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS.....	78
1. Costos de Operación.....	78
a. Costos Fijos.....	78
b. Costos Variables.....	81
c. Depreciación de los Activos.....	84
d. Capital de Trabajo Inicial.....	87
e. Financiamiento requerido.....	87
C. PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	90
1. Estimación de la Inversión Inicial.....	90
a. Inversión Inicial e Inversiones Posteriores.....	90
b. Vida Económica y Valores Residuales.....	94
c. Medición del Flujo de Efectivo.....	95

D.	MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE INVERSIONES.....	100
	1. Período de Recuperación (PRB).....	100
	2. Rentabilidad Contable.....	100
	3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	101
	4. Valor Actual Neto (VAN).....	102

**CAPÍTULO CUARTO
ANÁLISIS DE RIESGO**

A.	RIESGO E INCERTIDUMBRE EN LAS DECISIONES DE INVERSIÓN	
	1. Definición del Riesgo.....	104
	2. Conceptos Básicos.....	104
	3. Información Objetiva y Subjetiva en la determinación del riesgo.....	105
	4. Certeza, Riesgo e Incertidumbre.....	106
	5. Problema del Riesgo del Proyecto.....	107
	6. Riesgo Total del Proyecto.....	111

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

	Conclusiones.....	114
	Recomendaciones.....	117
	BIBLIOGRAFÍA.....	120
	ANEXOS.....	123

INDICE DE CUADROS

No.	DETALLE	Página
I	Hoja de Tabulación.....	35
II	Concentración de los Resultados.....	37
III	Estimación de la Población.....	63
IV	Proyecto de una Empresa-Estimación de Clientes Residenciales.....	64
V	Proyecto de una Empresa-Estimación de Clientes Corporativos.....	66
VI	Estimación de Ingresos, Alternativa Optimista.....	73
VII	Estimación de Ingresos, Alternativa Conservadora.....	74
VIII	Estimación de Ingresos Alternativa Pesimista.....	75
IX	Requerimiento de Personal.....	79
X	Depreciación de Equipos.....	85
XI	Depreciación de Equipo de Oficina.....	86
XII	Financiamiento.....	89
XIII	Inversión.....	92
XIV	Equipo de Oficina.....	93
XV	Flujo de Efectivo, Alternativa Optimista.....	97
XVI	Flujo de Efectivo, Alternativa Conservadora.....	98
XVII	Flujo de Efectivo, Alternativa Pesimista.....	99

INDICE DE FIGURAS

No.	DETALLE	Página
1	Encuesta.....	26
2	Gráfica de la Variable No. 1 Precio.....	41
3	Gráfica de la Variable No. 2 Producto.....	42
4	Gráfica de la Variable No. 3 Calidad del Servicio....	45
5	Gráfica de la Variable No. 4 Ingreso.....	46
6	Gráfica de la Variable No. 5 Interés.....	51
7	Gráfica de la Variable No. 6 Utilización.....	52
8	Gráfica de la Variable No. 7 Competencia.....	53
9	Gráfica de la Variable No. 8 Apoyo Técnico.....	55
10	Gráfica de la Variable No. 9 Satisfacción.....	56
11	Gráfica de la Variable No. 10 Beneficio.....	57
12	Sexo.....	58
13	Edad.....	59

INDICE DE ANEXOS

No.	DETALLE	Página
1	Código de Comercio, Establecimiento de Sociedades Comerciales.....	124
2	Ley No. 25 del 26 de agosto de 1994.....	133
3	Ente Regulador de los Servicios Públicos, Solicitud de Concesión Tipo B.....	139
4	Hoja de Tabulación, Encuesta de Clientes Actuales y Potenciales de Internet.....	155

RESUMEN EN ESPAÑOL

La realización del trabajo de grado que se denomina **ANÁLISIS DE RIESGO Y RENDIMIENTO DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DEL SERVICIO DE INTERNET**, tiene como objetivo demostrar la importancia de este novedoso medio de telecomunicación, en casi todas las actividades del hombre moderno. Su creación inicialmente tenía un propósito meramente militar y su utilización era facilitar información por medio de ordenadores ubicados en diferentes partes del mundo, conformando así una red de comunicación que permitiera prevenir un desastre nuclear.

Hoy día, el servicio de Internet es utilizado como medio de información que permite acceder diferentes buscadores, que facilita a las personas estar actualizadas con los últimos avances en los diferentes campos del saber. Adicionalmente Internet rompe las barreras de distancia debido a que permite mantener comunicación permanentemente por medio del correo electrónico con empresas, industrias, bancos y las personas. Facilita enviar y solicitar información, efectuar transacciones, solicitar pedidos, entre otros.

La realización de este trabajo se basó en la utilización de la investigación exploratoria, sobre la base de fuentes primarias obtenidas mediante encuestas aplicadas, para conocer aspectos relacionados a la explotación del servicio de Internet en nuestro medio, las fuentes secundarias se sustentan en estadísticas e información técnica de servidores de Internet.

Los resultados obtenidos en el entorno financiero, demuestran que esta es una actividad comercial que tiene un buen rendimiento; por lo tanto, observamos en los medios escritos, la creación de nuevos proveedores del servicio de Internet, como es el caso de la empresa Global Net Worldwide que brinda el acceso de Internet Inalámbrico. El mismo facilita a las personas que no cuentan con una línea telefónica la posibilidad de suscribirse a los planes que ofrece. Las distintas empresas que brindan el servicio de Internet conmutado no mantienen diferentes paquetes de precios acordes al nivel de ingreso de los clientes potenciales y el tiempo de uso que necesiten.

En las simulaciones presentadas, se observan los niveles de ingreso que obtendrían ofreciendo diferentes paquetes y reduciendo los precios, en el horizonte analizado, lo que nos demostró que es negocio atractivo. En el análisis de Ingresos utilizamos precios competitivos considerando la competencia actual y reducimos estos sobre la base de la reacción de la competencia ante nuestros precios en el futuro. Con respecto al riesgo en un negocio de esta índole, se podrá dar, si hubiera una disminución en la tasa de crecimiento de mercado, si los precios no fuesen atractivos y por el desarrollo de un servicio sustituto. Estos son algunos de los riesgos que se deben considerar, para no afectar negativamente el desarrollo de la empresa objeto de este estudio.

RESUMEN EN INGLÉS

The objectives of preparing this graduate paper titled RISK AND PERFORMANCE ANALYSIS OF AN INTERNET PROVISION BUSINESS, are to demonstrate the importance of the new telecommunication media in most of modern man's activities. Its initial purpose was basically military and it was used to facilitate information through central computers located in different parts of the world making up a communication net that made it possible for them to prevent a nuclear disaster.

At present, the Internet service is used as an information media that allows access to different browsers and lets people be up to date with the latest progress in the different areas of knowledge. Far beyond this, the Internet goes over the distance barriers because it gives way to permanent communication through electronic mail with businesses, industries, banks, and people. It helps the sending and requesting information, carrying out transactions, and to place orders among other things.

The preparation of this paper was based on the implementation of exploratory research based on primary sources obtained through surveys to get to know the related aspects of exploiting the Internet service in our media and the secondary sources are backed by statistics and technical information from Internet servers.

The results obtained in the financial area demonstrate that this is a commercial activity with a good performance, consequently, we can see in the written media the creation of new Internet service providers such as the case of Global Net Worldwide which provides cordless Internet access. It gives persons that don't have access to a telephone line the possibility of signing up to the different plans it offers. The different businesses that provide permanent Internet service don't have different choices according to the potential user's financial or time need.

In the presented simulations the income levels that would be reached, by offering different packages and lowering rates, are presented in the analyzed horizon demonstrating how profitable the business is. In the income analysis we used competitive rates considering the present competition and we reduced them on our competitors reaction to our future rate reduction. Regarding the risks of a business of this sort, they would come forth if the market's growth rates would decrease, that the rates would not be attractive, and the development of a substitute service. These are some of the risks to be considered in order for them not to negatively affect the development of business subject of our study.

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

A. ANTECEDENTES GENERALES

1. Reseña Histórica:

Los orígenes de Internet se inician en 1969 cuando los científicos norteamericanos temiendo a la destrucción de nuestro planeta desarrollaron un sistema de información de almacenamiento de datos que fuera capaz de resistir un desastre nuclear.

Instalar todo el equipo en un solo punto, ponía a este al sabotaje de los enemigos del sistema capitalista, en adicionalmente se requería de un super ordenador tan monstruoso que sería imposible de mantenerlo.

Por tal motivo, los científicos del Departamento de Defensa de los Estados Unidos desarrollaron un sistema de conmutación de datos que facilitaría la transferencia de información entre cuatro ordenadores centrales a través de líneas de pruebas de ataques nucleares.

El sistema creado por la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada, unidad administrativa del Departamento de Defensa, se le dio el nombre de ARPANET. El sistema empleaba, cuatro ordenadores situados en la Universidad de Utah, la Universidad de Santa Bárbara, Los Angeles en California, y el Instituto Internacional de Investigaciones de Stanford. Dichos ordenadores, estaban conectados entre sí por miles de conexiones, de tal modo, que si una de ellas fallaba, la información podía transmitirse por otra vía alterna. Para que estos ordenadores funcionaran entre sí era imperante que los mismos pudieran comunicarse.

Por lo anterior expuesto, este medio de la comunicación surge cuando los científicos de ARPA investigaron la interconexión en las LAN y las WAN, lo cual se denominaron interredes, este término se abrevió como "Internet" y se utilizó en los proyectos de redes y en las redes prototipo que se desarrollaron. Para distinguir Internet de los demás, estos científicos de ARPA decidieron escribir el nombre con "i" minúscula cuando se referían a las "internets" en general, y con "I" mayúscula a su prototipo experimental.

ARPANET fue determinante en el desarrollo del proyecto de Internet por la WAN central que unía a los investigadores por medio de una computadora conectada al ARPANET, lo que les permitió a los científicos intercambiar información entre los puntos de acceso del proyecto y por otro lado esto les permitía evaluar el nuevo software con sus nuevas aplicaciones.

Posteriormente en 1972, se creó una serie de protocolos informáticos como TCP/IP (Protocolos de Transmisión/ Protocolos de Internet), lo cuál permitía que la información se fragmente en paquetes para viajar de una máquina a otra y cada paquete viajara en forma independiente hasta su destino final.

El crecimiento de ARPANET fue mucho más de lo esperado, lo que obligó a subdividirse en subredes, y dio a la creación de las redes tales como MILNET (Red Militar), USENET (Red de Usuarios), o UUCP (Red de Ámbito Mundial).

En 1983, ARPA expandió Internet para cubrir todas las unidades militares que se conectaban con ARPANET. Esta fecha marcó una transición para Internet, pues comenzó a cambiar de una red experimental a una red útil.

Con la creación de NSFNET (Red de la Fundación Científica Nacional) en 1986, con propósitos de investigación, se dispuso de cinco superordenadores permitiendo así conectar a

universidades y centros de investigación por todo el mundo, esto tuvo un crecimiento explosivo que en 1987 el sistema comenzó a saturarse, lo que obligó a instalar ordenadores más rápidos y aumentar las líneas telefónicas.

A inicios de la década de los noventa se desmantela ARPANET y CSNET, tomado NFSNET el mando de Internet; a partir de esto, cualquiera persona podía acceder a la red de Internet.

En el año de 1991, muchos países europeos tenían redes experimentales que utilizaba el TCP/IP, pero sólo algunos tenían conexión con Internet. La mayor parte de estas redes experimentales conectaban computadoras en universidades o laboratorios de investigación. Producto de este desarrollo muchos grupos en Europa se organizaron en una cooperativa. Su meta fue la creación de una red de alta velocidad cuyo punto de intersección fuese europeo que conectaran a los miembros de la cooperativa y que estos a su vez tuvieran acceso a Internet. La red resultante de este desarrollo se llamó EBONE.

Desde su aparición en 1969 hasta el presente día el desarrollo de Internet ha sido todo un suceso, una red que en sus inicios tenía solo un objetivo experimental, ha pasado a tener más de tres millones de conexiones y más de treinta y siete millones de usuarios.

2. Definición del Negocio:

Este es un negocio dedicado a brindar el servicio de Internet por medio de líneas telefónicas y circuitos dedicados hasta 128 Kbps, permitiendo así a los clientes el uso de las más recientes innovaciones que les permitan garantizar el acceso Global de la información sin que se tenga que asumir riesgos al momento del acceso a la red pública.

Las principales ventajas que se le brindará a nuestros clientes comerciales, industriales y corporativos al adquirir un acceso por medio de Internet, entre otras, es que podrán comercializar y mercadear sus productos y/o servicios y a la vez la disponibilidad de investigar temas relacionados a sus negocios, permitiéndoles así la oportunidad de mantenerse al día con los temas relacionados con su actividad económica que adicionalmente les permitirán buscar otros mercados fuera del ámbito nacional.

Como es ya conocido, hay muchos otros factores los cuales determinan la accesibilidad de Internet, en algunos países en desarrollo, no hay opciones al acceso o existen limitadas opciones, altos honorarios en licencias, onerosos impuestos establecidos por los gobiernos a los proveedores de establecer negocios, mientras la falta de competencia lleva al pago de precios altos a un proveedor del servicio de Internet que está mas allá del alcance de una persona promedio.

Nuestro negocio se puede definir también como otra alternativa que tendrán nuestros clientes al interconectarse al servicio de Internet debido que en nuestro medio no existen las limitaciones antes mencionada que no permitan el desarrollo de esta actividad comercial.

En la República de Panamá existen aproximadamente diez (10) proveedores de este servicio, por lo cuál cada una de estas empresas tratan de mantenerse en un mercado cada día más competitivo, donde el servicio brindado y los precios son las dicotomías que lo mantendrán activo por mucho tiempo. Otro elemento importante, es que hoy día, se ha hecho una necesidad en cada hogar en obtener una computadora, esto ha sido posible ya que el gobierno redujo los aranceles de importación de estos equipos y la franca competencia de las compañías suplidoras de estos ordenadores ponen al alcance de una familia de ingresos

medios adquirirlas fácilmente. Otro aspecto es que hoy día a nivel primario y secundario es obligatorio el aprendizaje del uso de la computadora y en los colegios se están instalando facilidades para el Internet.

Todos estos aspectos antes mencionados, nos abren un abanico de oportunidades de desarrollar una empresa de este tipo. Por el crecimiento exponencial de los futuros clientes, esto nos permitirá posesionarnos en gran parte del mercado potencial y así obtener buenas utilidades de este negocio.

3. Generalidades del Servicio de Internet:

Las culturas de Internet y los operadores de las telecomunicaciones públicas son bien diferentes. Internet se ha desarrollado en el sector de las computadoras, es una actividad de la información joven y dinámica y en la actualidad no está regulada. Por el contrario, los operadores de las telecomunicaciones públicas están totalmente paralizadas en cuanto a sus estrategias de inversiones de las redes en términos de largo plazo y además están altamente reguladas.

En adición, una cultura radical diferente a Internet y los operadores de las telecomunicaciones públicas, difieren en tres otras áreas: Tecnología, Precios, y Dominio. En el dominio de la tecnología, el Internet está utilizando una tecnología a base de rutas (Router Based), primero diseñado para comunicaciones de datos, para competir posteriormente como proveedor de voz, facsímil y transferencia de vídeo. La estructura de precios de Internet ha estado retardando los métodos tradicionales de cargos establecidos

por la administraciones telefónicas. Mientras que en el Internet se emplea cargos fijos, la red pública emplea tarifas de uso dependiendo de la distancia, duración y volumen. Ultimamente en áreas de posición, Internet trasciende fronteras nacionales, hay pocos operadores de la redes públicas poseídos por compañías extranjeras. El sistema de Internet de cargar el acceso a la red del proveedor, el costo del circuito completo para conectarse a una infraestructura de Internet de un país extranjero está en ventaja con el sistema de tarifa contabilizada del operador de la red pública de la mitad del cargo del circuito, donde el costo y la ganancia del alquiler de la línea de llamadas internacionales están separadas entre dos o más salidas de los servicios del operador de la red pública. Por lo anteriormente expuesto, en los países donde la regulaciones no limitan a los proveedores de Internet de enviar voz, está restándoles ingresos de la telefonía internacional a las actuales administraciones telefónicas del mundo.

Es por estos motivos que los proveedores de Internet jugaran un papel muy importante, al iniciarse el nuevo milenio, que al liberarse las telecomunicaciones de los servicios de tipo A en el año 2002 en la República de Panamá, el Internet tendrá un gran dominio en esta actividad, debido que será el común denominador en el desarrollo de las naciones del futuro.

B. JUSTIFICACIÓN

1. Planteamiento del Problema:

La República de Panamá tiene retos que afrontar producto del nuevo milenio, la globalización y la eliminación de las barreras arancelarias. Una herramienta básica en el desarrollo de las autopistas de la información y el medio que nos pone la información al alcance de nuestras manos es INTERNET. Hoy día, existen algunas empresas proveedoras de este servicio que luchan inalcanzablemente por mantenerse en el mercado, aquellas empresas que no tomen en cuenta los cambios que se darán dentro de tres (3) años, producto de la liberalización total en el campo de las telecomunicaciones dentro del territorio nacional y adicionalmente otro aspecto que no hay que dejar de vista es la entrega del canal a finales de 1999, ponen en la mira los intereses de empresas que tengan oportunidades de establecerse en la franja canalera. Por lo tanto, hay que prepararse para tener una infraestructura adecuada en el aspecto de las comunicaciones y por tal razón, los proveedores de Internet tienen un reto con el devenir del siglo veintiuno.

Actualmente, los proveedores del Internet en la República de Panamá están afrontando dificultades debido a la competencia, motivo por la cuál algunos proveedores locales buscan alianzas con grandes compañías, especialmente con aquellas que tienen renombre.

Los problemas que tienen hoy día los proveedores de Internet son:

- ◆ Precios no competitivos.
- ◆ Deslealtad de sus clientes.
- ◆ Pocos beneficios a sus clientes.
- ◆ Calidad en el servicio.
- ◆ Regulaciones.
- ◆ Poca penetración del producto.

Cada de una de estos proveedores tendrán que poner cuidado en cada unos de estos aspectos, por que cada día habrá una mayor participación de nuevas empresas que su objetivo primordial es captar el mercado que hoy día no es explotado por lo que estarán obligados a buscar la excelencia en el servicio que brindan.

2. Objetivos Generales:

- a) Analizar rendimiento y riesgo de una Empresa Proveedora del Servicio de Internet para que sirva de guía y metodología para establecer limitaciones y deficiencias en inversiones de este tipo de negocio y así poder evitar algunos aspectos que puedan efectuar su operación.
- b) Calcular el rendimiento del capital aportado en este tipo de negocio, debido que esta actividad indica a simple vista que es un negocio atractivo en nuestro medio empresarial y educativo, razón por lo cual, el inversionista obtendrá buenos retornos.

c) Analizar el mercado actual y potencial del servicio de Internet, para determinar el impacto que tendrá una nueva empresa que se dedicará a explotar el Servicio de Internet y así estudiar ciertas variables que determinen su éxito.

3. Objetivos Específicos:

- a) Medir la rentabilidad de una empresa Proveedora del Servicio de Internet, que permita que el inversionista tome interés en la viabilidad del proyecto.
- b) Conocer quienes serán nuestros clientes, tomando en consideración la estructura de precios que se establecerá, esto nos asegura una mayor participación del mercado.
- c) Emplear los resultados de la encuesta para efectuar las proyecciones de ventas de nuestro negocio.
- d) Establecer estructura de capital de acuerdo a la inversión requerida en este tipo de empresa, para tomar decisiones de cómo se conformará la Razón Social del negocio
- e) Proyectar los gastos incrementales de acuerdo a la totalidad de clientes que se van incorporando en el horizonte de nuestro análisis, con la finalidad de mejorar la tasa de operación de la empresa.

4. Aspectos Metodológicos:

El impacto que ha tenido el Internet en casi todas las actividades del hombre ha sido de un crecimiento considerable de tal forma, que se ha hecho una necesidad de todas las

personas con educación formal tanto a nivel medio como universitario, en los países de mayor desarrollo. En la República de Panamá se viene desarrollando comercialmente desde 1995.

Por ser un negocio de reciente explotación y de carecer de información de primera mano, fue necesario utilizar ciertos aspectos metodológicos para la obtención de la información y para realización de nuestro estudio.

A continuación detallamos la metodología empleada:

Investigación Exploratoria: Como visualizamos una oportunidad de mercado, empleamos la técnica de la encuesta para la obtención de datos, ideas o conocimiento de lo encuestados sobre las bondades del servicio de Internet.

Documentada: Basada en información técnica de equipos y costos para poder efectuar nuestras simulaciones para así demostrar la viabilidad del Proyecto.

Además obtuvimos información estratégica de algunos proveedores de Internet, para así poder determinar cual será el precio a cobrar en cada uno de las alternativas ofrecidas a nuestros futuros clientes.

Teórica: La elaboración de los aspectos cuantitativos presentados, se basa en principios financieros utilizados universalmente en este tipo de análisis.

5. Descripción de los Capítulos:

Este trabajo se compone de Cuatro capítulos que a continuación pasaremos a describirlos:

Capítulo Primero:

Inicia con la Introducción, continuamente con los Antecedentes Generales de Internet, la Justificación del Proyecto, los Objetivos tanto Generales y Específicos, la Descripción de los Capítulos y el Marco Legal donde se describe los aspectos jurídicos para el establecimiento de una empresa de este tipo.

Capítulo Segundo:

Comprende la Aplicación y Análisis de la Encuesta. Comprende la Definición y Justificación de la Encuesta, Metodología y Variables de la encuesta. Se efectúa el análisis de la Hipótesis de Trabajo, la Población y Muestra, Recolección de los Datos, Tabulación y los Resultados.

Capítulo Tercero:

Se analiza el entorno financiero, donde se consideran los ingresos del proyecto lo cual comprende la Proyección de la Ventas, La Proyección de Costos y Gastos inherentes a la operación de una empresa proveedora de Internet, Presupuesto de Inversiones donde se estima el requerimiento de Capital para implementación de la empresa y por último los Métodos de Evaluación de Inversiones que considera el Periodo de Recuperación, Rentabilidad Contable, Tasa Interna de Retorno, Valor Actual e Índice de Rentabilidad.

Capítulo Cuarto:

Se aborda el Análisis de Riesgo, por lo que se define el Riesgo, Conceptos Básicos, Información Objetiva y Subjetiva en la Determinación del Riesgo, Certeza, Riesgo e Incertidumbre, Problema del Riesgo del Proyecto y Riesgo Total del Proyecto.

Para finalizar presentamos las Conclusiones y Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

1. MARCO LEGAL

1. Pacto Social

Los aspectos jurídicos para el establecimiento de las Sociedades Comerciales están dispuestos en el Código de Comercio de la República de Panamá en el Libro Primero, Título VIII, Capítulo I, Disposiciones Generales, comprendido del Artículo 249 al 286, páginas 59 al 62, En el Capítulo II se establece **De la Forma del Contrato de Sociedad** que está textualmente en los Artículos 287 al 296. y en el Capítulo V donde se establece la conformación de las Sociedad Anónima, Artículos 417 al 427 y 444. (Ver Anexo 1)

La Ley No 32 del 26 de febrero de 1927, comprende lo relacionado sobre la conformación de las Sociedades Anónimas que dentro de los aspectos fundamentales comprende la formación de la sociedad. De las Facultades de la Sociedad Anónima, de las acciones y del capital, de la junta directiva, de los dignatarios, de la venta de bienes y derechos, de la fusión con otras Sociedades, de la disolución, de las sociedades anónimas extranjeras y disposiciones.

Cada uno de estos puntos se debe considerar, ya que las empresas dedicadas a esta actividad comercial tiene sus ventajas en conformarse en Sociedad Anónima por los siguiente aspectos:

- ◆ Cada accionista tiene sólo un pasivo correspondiente a la inversión en acciones.
- ◆ El accionista tiene responsabilidad limitada.

- ◆ Facilidad de acumular grandes capitales.
- ◆ Goza de una estabilidad.

En este punto no trataremos de las desventajas de las Sociedad Anónima, debido que nuestra intención para darle viabilidad a este estudio solo considerará los beneficios en este tipo de asociación.

2. Licencia Comercial

La Ley No. 25 del 26 de agosto de 1994, en la cual se reglamenta el ejercicio del comercio y la explotación de la industria, plantea los requisitos para el ejercicio del comercio, en nuestro caso en particular, el capital invertido será mayor a los diez mil balboas (B/10,000.00), por lo que deberemos solicitar al Ministerio de Comercio e Industrias una Licencia Comercial Tipo "A" para la explotación del servicio de Internet. (Ver Anexo 2).

3. Solicitud de Concesión Tipo B

Con la creación del Ente Regulador de los Servicios Públicos, con la Ley No. 26 del 29 de enero de 1996, será su responsabilidad el control y fiscalización de los servicios públicos.

Que la Resolución No. JD-025 del 12 de diciembre de 1996, da cumplimiento con lo establecido en el artículo 7 de la Ley No. 31 del 8 de febrero de 1996, donde se establece que las telecomunicaciones constituyen un Servicio Público y los Servicios de Telecomunicaciones se clasifican en tipo "A" y "B". Los servicios Tipo "B" están liberados o sea están en competencia.

El artículo Cuarto de la Resolución No. JD-025, establece para toda la República de Panamá como Servicios de Telecomunicaciones Tipo "B" con sus respectivas definiciones, sobre la base de la definición 211 que dice lo siguiente:

211 - SERVICIO INTERNET PARA USO PUBLICO

DEFINICIÓN: " Servicio que permite a un cliente conectarse con la red mundial INTERNET. Este servicio no incluye la conexión física entre el cliente de INTERNET y la concesión del servicio".

Cada nuevo proveedor de Internet debe cumplir con una serie de requisitos para que el otorgamiento de la Concesión Tipo "B" por parte del Ente Regulador de los Servicios Públicos, que a continuación detallamos los requisitos que son de estricto cumplimiento:

<u>REQUERIMIENTO</u>	<u>FORMULARIO No.</u>
Datos del Solicitante y Declaración Jurada	SCT-211-01
Datos de la Persona Jurídica	SCT-211-02
Datos del solicitante y Declaración Jurada	SCT-211-03
Precios y Modelos de Contratos	SCT- 211-04
Estándares de Equipos Terminales	SCT-211-05
Contabilidad y Revendedores	SCT-211-06
Circuitos, Redes, Interconexión y Numeración	SCT-211-07

Estos formularios tienen un instructivo para orientar a las personas como se deben llenar y adicionar los documentos que se solicitan en cada uno. (Ver Anexo 3).

CAPÍTULO SEGUNDO
APLICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

A. LA ENCUESTA

1. Definición y Justificación de la Encuesta:

La encuesta o cuestionario lo podemos definir de la siguiente manera:

Es un Sistema de información que se aplica a un determinado grupo de personas con el fin de conocer sus actitudes, preferencias, opiniones relacionado a lo que se está investigando.

La justificación por la cual estamos utilizando esta técnica en nuestra investigación, es que con este instrumento se puede obtener información relativa a lo que deseamos saber del servicio de Internet por parte del público, que de acuerdo a los resultados obtenidos, podemos diseñar nuestra estrategia de mercadeo con la finalidad de posesionarnos del mercado actual y captar gran parte del mercado potencial.

2. Metodología:

La metodología empleada por nosotros consistió en efectuar una muestra integrada por estudiantes de último año de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad, cuya selección de este grupo de estudiantes fue al azar por el hecho que se han visto motivados a internalizar su carrera con el uso de las computadoras. Este aspecto, lo encamina al uso del Internet, que es hoy día un medio bibliográfico de alto contenido

tecnológico. La aplicación del cuestionario, se llevó a cabo con una serie de preguntas abiertas y cerradas relacionadas a las variables que deseamos investigar para la obtención de los resultados.

De manera que los datos que obtengamos nos permitirán tomar medidas que no evitarán contratiempos cuando lancemos nuestro servicio al mercado.

3. Variables:

El método empleado en la presente investigación, está fundamentado particularmente, a la investigación de mercados y la utilización por parte del autor se debió que ésta técnica la utilizan las mayorías de las empresas que se dedican a brindar productos o servicios de uso masivo. Por tal razón, las preguntas efectuadas en nuestro cuestionario nos permitieron obtener características, atributos, propiedad entre otros que llamaremos variables, entre las cuales detallamos a continuación:

a) Precio:

Está determinado por la tarifa que actualmente les están cobrando los proveedores de Internet a sus clientes. Esto nos sirve de parámetro para la competencia de precios.

b) Producto:

El producto en este caso particular es el servicio de Internet, que los clientes obtendrán de acuerdo a sus necesidades. Para los fines pertinentes de investigación, las preguntas de 1 a 3 guardan relación por lo cual presentaremos los resultados individualmente para medir sus efectos en nuestro análisis.

c) Calidad del Servicio:

Está definido por el tiempo de respuesta que exista al momento de la interconexión entre las computadoras y el sistema de Internet. Adicionalmente, está relacionado con la nitidez de la resolución de las imágenes que reciben durante permanecen en línea.

d) Ingreso Familiar:

Capacidad económica que le permite a los diferentes grupos de la sociedad obtener un bien o servicio. Se fundamenta, de la calidad de vida que tiene en función a sus ingresos, lo que le permite satisfacer ciertas necesidades.

e) Presupuesto:

Cantidad monetaria que disponen las familias para la satisfacción de sus necesidades y que dentro de sus ingresos deben determinar que cantidad pueden disponer para solicitar un determinado servicio.

f) Interés:

Inclinación de los encuestados en la obtención de una computadora con la posibilidad que utilicen el Internet. Puede determinarse, por la necesidad que tienen las persona de adquirir bienes o servicios

g) Utilización:

Tiempo de conexión que incluye los diferentes planes de precios que se ofrece actualmente en el mercado. Esto dependerá de las necesidades de uso del cliente quién deberá acogerse al plan que más se ajuste a lo que requiere. De excederse podrá seleccionar otros planes que se ajuste más a su utilización con la finalidad que pague por el uso real que le da al servicio

h) Competencia:

Empresas que actualmente explotan el servicio de Internet y luchan incansablemente para mantenerse dentro del mercado actual. La Competencia está en función a la atención personificada a sus clientes, precios atractivos y una buena calidad en el servicio que brindan.

i) Apoyo Técnico:

Servicio que brindan las empresas al momento que sus clientes tiene alguna dificultad y está determinada con la velocidad en la comunicación, en algunas ocasiones los clientes cuando tratan de acceder el servicio tiene dificultades por lo que deben solicitar ayuda técnica a la empresa que le brinda el servicio de Internet. Adicionalmente, algunas veces desconocen de algunas bondades del servicio, por lo que también solicitan ayuda.

j) Satisfacción:

Realmente los clientes de servicio de Internet están satisfechos por lo que van a pagar. Se sienten complacidos o no por el servicio que recibirán. Esta variable, intenta medir el sentir de los clientes que tienen Internet, y que en alguna forma influyen en los clientes potenciales de acuerdo a sus experiencias.

k) Beneficios:

La facilidad de conectarse a las carreteras de la información que permitirá obtener información de primera mano. Los beneficios que brinda hoy día Internet, son invaluable, debido que suministra todo tipo de información que les permite a las personas mantenerse actualizada en todos los campos del saber.

En el cuestionario aplicado también se solicitaron datos demográficos tales como sexo y edad, con el objetivo de establecer hacia donde se inclina el uso de Internet.

4. Diseño y Redacción del Cuestionario:

El modelo que se ha escogido en ésta investigación es el de la encuesta personal, ya que con el contacto directo nos ayuda a conseguir las respuestas para los fines pertinentes, el cual es el medio más adecuado para nuestros propósitos.

El formato de la encuesta está conformado por dieciséis (16) preguntas estructuradas, tanto en abiertas como cerradas y las mismas están diseñadas con el fin que percibimos, que es la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades en el mercadeo.

A continuación presentamos la encuesta utilizada en nuestro sondeo:

Fig. 1

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POST GRADO
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad
Maestría en Administración de Empresas con Especialización en
Finanzas

Mucho le agradecemos contestar la siguiente encuesta. Nuestro objetivo es para investigar clientes actuales y potenciales del servicio INTERNET:

1. Tiene usted computadora.

Sí No (Si selecciono No pase a la pregunta No. 9)

2. Si su respuesta es si que marca es su computadora:

I.B.M. Acer Compaq Digital otra marca

Especifique: _____

3. Tiene usted Internet

No (Si tiene computadora y no tiene Internet pasar a la preg No.10)

Sí (conque empresa usted suscribió el servicio.)

4. Si contesta Sí en la pregunta anterior, con empresa suscribió usted el servicio.

Sinfonet Orbinet GBM Chárter Cable & Wireless Otro.

De indicar otro diga quien es su proveedor de Internet: _____.

5. Qué tarifa paga usted actualmente por el servicio de Internet

B/.15 B/.19.95 B/. 25 B/.35 B/.45 B/.48

6. Tiempo de conexión incluido en su tarifa (Horas) Internet.

15 20 25 30 35 45 Ilimitado.

7. Cargo por tiempo de exceso a la mensualidad. (cargo x Hora)

B/.0.50 B/.0.75 B/.1.00 B/.1.50 B/.1.75 B/.2.00

8. Solicitaría usted a otra empresa el Servicio de Internet.

Sí No

Diga el porqué de su respuesta:

9. Tiene Usted pensado adquirir una computadora, indique en que tiempo efectuaría la compra de su equipo.

Menos de 6 meses 6 meses más de seis meses.

10. Conociendo los beneficios que brinda Internet, solicitaría este servicio cuando adquiriera su computadora.

Sí No

Porqué:

11. A que empresa proveedora de Internet Solicitaría usted el servicio.

Sinfonet Orbinet GBM Chárter Cable & Wireless

Otro.

De indicar otro, diga con quien solicitaría el servicio: _____.

12. De acuerdo a su respuesta de la pregunta anterior, indique porque de su preferencia.

Precio Satisfacción Apoyo técnico
 Calidad Comunicación rápida Otro _____.

13. Para solicitar este servicio que presupuesto mensual tendría usted disponible:

Menos de B/20.00 B/20 a 30 B/31 a 40 B/41 a 50

14. Sexo de la persona encuestada.

Masculino Femenino

15. Edad.

Menor de 25 años 25-35 36 a 45 más de 46 años

16. Ingreso Familiar

menor de B/400 401 a 600 601a 800 mayor de B/801

B. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

1. Hipótesis de Trabajo:

Según JANY, José N, 1996 en su libro **INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS: UN ENFOQUE OPERATIVO**, define la Hipótesis de Trabajo, "Como un supuesto que busca una posible constatación. Las hipótesis son la expresión de las dudas que tiene la empresa sobre el tema materia de investigación". P.31.

La Hipótesis de Trabajo de nuestra investigación consiste en lo siguiente:

Conocer la aceptabilidad por parte de los estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad sobre el servicio de Internet que ofrecen los actuales proveedores de este servicio, con el fin de saber cuál es la aceptación de ésta herramienta académica y tecnológica en nuestro medio.

Para complementar nuestra hipótesis, fue necesario contar una parte de la población estudiantil de dicha facultad, debido a las características de su formación académica, que nos permitirá determinar si es ventajoso o no incursionar en esta actividad comercial.

2. Población y Muestra:

a) Población:

Para efecto de lo que se está investigando y la relación que existe en el servicio y la población objeto de estudio, nos concentramos con estudiantes de la Facultad de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Panamá, tomando en cuenta las características de las

carreras que se brindan y la relación que guardan con el uso de las computadoras, que los llevará tarde o temprano al uso del Internet. De acuerdo a datos obtenidos por el Centro de Cómputo de la Facultad, la población estudiantil para el primer semestre fue de 10, 339 estudiantes distribuidos así:

ADMINISTRACION DE EMPRESAS:

DIURNO	1,425
VESPERTINO	1,042
NOCTURNO	2,162
TOTAL	4,629

Fuente: Centro de Cómputo de la Facultad de Empresas y Contabilidad

CONTABILIDAD:

DIURNO	1,605
VESPERTINO	315
NOCTURNO	3,458
TOTAL	5,378

Fuente: Centro de Cómputo de la Facultad de Empresas y Contabilidad

SECRETARIADO EJECUTIVO:

DIURNO	152
VESPERTINO	32
NOCTURNO	148
TOTAL	332

Fuente: Centro de Cómputo de la Facultad de Empresas y Contabilidad

TOTAL GENERAL:

DIURNO	3,182
VESPERTINO	1,389
NOCTURNO	5,768
TOTAL	10,339

Fuente: Centro de Cómputo de la Facultad de Empresas y Contabilidad

b) Muestra:

El universo de la población general de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad es de 10,339 estudiantes al primer semestre de 1998 de los cuales fueron

considerados solamente los estudiantes de últimos años de las diferentes carreras de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad. Los estudiantes de último año hacen un total de 1,220 estudiantes en los tres (3) turnos de clases, utilizando una muestra estratificada aproximadamente del 20%, represento ser de 240 estudiantes y que para el caso, se cálculo de la siguiente manera:

n = muestra

N = Población

% = Porcentaje

Fórmula:

$$\frac{n}{N} \times 100 = \%$$

Reemplazando obtenemos el siguiente resultado

$$240 / 1,220 = 19.7 \% \approx 20\%$$

El Tamaño utilizado nos permitió obtener datos que nos facilitaron inferir en las diferentes alternativas consideradas en los capítulos siguientes con respecto a las decisiones que se deberán tomar para decidir si incursionamos al mercado o se toma otra alternativa de inversión menos riesgosa.

PROCEDIMIENTO:

El proceso de selección se dará de los diferentes grupos sobre la base de un listado que nos suministrará el centro de computo de la Facultad de Administración de

Empresas y Contabilidad, de la Universidad de Panamá. En el mismo se detallan los diferentes grupos y carreras que brinda la facultad.

La técnica de selección de la muestra se dará sobre la técnica de Muestreo Aleatorio Simple, el cual es el método de selección de los elementos de la muestra más sencillo por ser el más usual. Esta selección se basa en el azar, en la que un conjunto de elementos de una población se efectúa en forma tal, que cada muestra posible de un tamaño dado tiene la misma probabilidad de selección. Es decir, que todos los elementos que componen la población tienen igual probabilidad de selección.

El diseño muestral permite obtener datos representativos que facilitará llegar a conclusiones racionales para determinar el uso o aceptación del producto o del servicio que pretendemos ofrecer.

Los resultados de la encuesta permitió elaborar proyección de demanda que para nuestro caso utilizaremos el crecimiento de la población en un período de cinco (5) años, para así determinar un crecimiento progresivo que nos permita obtener los ingresos suficientes para mantenernos y competir en el mercado. De igual manera los resultados de la encuesta nos permitió elaborar paquetes de precios que serán ofrecidos a los diferentes grupos de acuerdo al poder adquisitivo, gustos, preferencia, de la población a la cuál se quiere llegar.

3. Recolección de los Datos:

En el Cuadro I se presenta la Tabulación de la Agrupación de las Respuestas y el Cuadro II, se observa la Concentración de los Resultados obtenidos en cada una de las preguntas

formuladas en el cuestionario, el mismo se puede apreciar el porcentaje obtenido en cada una de las respuestas de las 240 encuestas analizadas las que nos dan elementos para establecer una estrategia competitiva con respecto a la competencia.

C. INTERPRETACIÓN DE Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN:

De los resultados del Cuadro I de la Tabulación de la Agrupación de las Respuestas y el Cuadro II, de la Concentración de los Resultados obtenidos de cada una de las preguntas formuladas en la encuesta cuyo objetivo es de investigar los clientes actuales y potenciales del servicio de Internet pasamos analizar cada una de las variables objeto de estudio:

CUADRO I

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET HOJA DE TABULACION RESUMEN POR GRUPOS

PREGUNTA		CD41, 42, 43	AD41, 42	CV41, 42, 43	AV31T, 31V, 31P	ON51, 52, 53, 54, 55	ANG1C, 51, 52	SN41	TOTAL
Nº 1	SI - COMPUTADORA	11	4	5	4	23	14	2	63
	NO - COMPUTADORA	33	19	27	23	42	25	8	177
	TOTAL	44	23	32	27	65	39	10	240
Nº 2	IBM	0	1	0	1	1	2	0	5
	ACER	3	2	1	0	5	2	1	14
	COMPAQ	4	1	1	1	9	3	0	19
	DIGITAL	0	0	0	0	1	1	0	2
	OTRO	4	0	3	2	7	6	1	23
	TOTAL	11	4	5	4	23	14	2	63
Nº 3	SI - INTERNET	1	1	2	2	8	6	1	21
	NO - INTERNET	10	9	3	2	15	6	1	42
	TOTAL	11	4	5	4	23	14	2	63
Nº 4	SINFONET	1	1	1	1	7	4	1	16
	ORBINET	0	0	1	0	0	0	0	1
	GBM	0	0	0	0	0	0	0	0
	CHARTER	0	0	0	0	1	1	0	2
	C & W P	0	0	0	0	0	0	0	0
	OTRO	0	0	0	1	0	1	0	2
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
Nº 5	B/15.00	0	1	0	0	1	0	0	2
	B/19.95	0	0	0	0	1	0	1	2
	B/25.00	0	0	0	0	1	0	0	1
	B/35.00	0	0	0	1	3	2	0	6
	B/45.00	0	0	0	1	0	1	0	2
	B/48.00	1	0	2	0	2	2	0	7
	OTRO	0	0	0	0	0	1	0	1
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
Nº 6	15	0	0	0	1	0	0	0	1
	20	0	0	0	0	0	0	0	0
	25	0	0	0	0	2	0	1	3
	30	0	0	0	0	0	1	0	1
	35	0	0	0	0	2	0	0	2
	45	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ilimitado	1	1	2	1	4	4	0	13
	En Blanco	0	0	0	0	0	1	0	1
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
Nº 7	B/0.50	1	0	0	0	0	0	0	1
	B/0.75	0	0	0	0	1	0	0	1
	B/1.00	0	0	0	0	1	1	1	3
	B/1.50	0	0	0	0	2	0	0	2
	B/1.75	0	0	0	1	1	5	0	2
	B/2.00	0	1	0	0	1	0	0	2
	En Blanco	0	0	2	1	2	5	0	10
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
Nº 8	SI	0	1	1	0	1	2	0	5
	NO	1	0	1	2	7	3	1	16
	En Blanco	0	0	0	0	0	1	0	1
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
	SI - Porqué	0	1	1	0	1	2	0	5
	NO - Porqué	1	0	1	1	6	3	1	13
	En Blanco	0	0	0	1	1	1	0	3
	TOTAL	1	1	2	2	8	6	1	21
Nº 9	Menos de 6 meses	0	2	2	3	2	3	0	12
	6 meses	1	4	2	5	5	1	0	18
	Más de 6 meses	32	13	23	15	35	21	8	147
	TOTAL	33	19	27	23	42	25	8	177

CUADRO I

**ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION RESUMEN POR GRUPOS**

PREGUNTA	CD41_42_43	AD41_42	CV41_42_43	AV21T_31V_31P	CH51_52_53_54_55	AN21C_51_52	SN41	TOTAL	
Nº 10	SI	44	22	28	24	60	25	8	221
	NO	0	0	2	2	0	1	0	5
	En Blanco	0	1	2	1	0	3	2	14
	TOTAL	44	23	32	27	60	29	10	240
	SI - Porque	44	22	27	20	31	20	8	202
	NO - Porque	0	0	2	0	0	1	0	3
	En Blanco	0	1	3	7	14	8	2	35
TOTAL	44	23	32	27	65	29	10	240	
Nº 11	SINFONET	31	18	18	18	26	21	8	144
	ORBINET	1	1	0	0	1	1	2	6
	GBM	2	2	1	0	0	1	0	15
	CHARTER	2	0	1	0	1	1	0	5
	C & W P	8	3	6	5	19	10	1	41
	OTRO	2	0	2	1	3	2	0	10
	TOTAL	44	23	28	24	60	36	9	221
Nº 12	PRECIO	10	2	2	8	18	1	4	44
	CALIDAD	21	8	16	13	28	5	5	67
	SATISFACCION	8	3	4	3	14	6	3	39
	DOM. RAP.	17	8	9	8	20	8	4	72
	APOYO TEC.	6	1	2	1	12	14	2	38
	OTRO	3	1	2	0	2	13	0	21
	TOTAL	69	28	36	31	94	46	18	311
Nº 13	Menor de B/ 20.00	14	8	8	12	17	10	3	70
	B/ 20.00 A B/ 30.00	22	10	12	8	30	15	4	101
	B/ 30.00 A B/ 40.00	2	3	5	3	7	7	0	27
	B/ 40.00 A B/ 50.00	6	3	3	1	6	3	1	29
	TOTAL	44	23	28	24	60	36	8	221
Nº 14	Masculino	10	0	10	8	29	10	0	65
	Femenino	34	23	22	21	36	29	10	175
	TOTAL	44	23	32	27	65	39	10	240
Nº 15	Menor de 25 años	38	18	23	18	17	10	7	127
	25 A 35	7	3	8	11	35	12	3	79
	36 A 45	1	2	1	0	12	12	0	28
	Más de 46 años	0	0	0	0	1	3	0	4
	TOTAL	44	23	32	27	65	39	10	240
Nº 18	Menor de B/ 400.00	19	8	8	6	10	4	2	52
	B/ 401.00 A B/ 600.00	14	8	8	12	12	7	1	61
	B/ 601.00 A B/ 800.00	7	2	8	3	18	15	4	55
	Mayor de B/ 801.00	10	7	6	6	27	13	3	72
	TOTAL	44	23	32	27	65	39	10	240

Fuente: Construcción en base a los resultados de las encuestas que aparecen en el Anexo 4.

CUADRO II

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET CONCENTRACION DE LOS RESULTADOS

1. Tiene usted computadora. Si selecciona NO, pase a la pregunta N° 9.

	Total	%
SI	63	28.25
NO	177	73.75
Total	240	100.00

2. Si su respuesta es SI, que marca es su computadora.

	Total	IBM	ACER	Compaq	Digital	Otro
Total	63	5	14	19	2	23
%	100.00	7.94	22.22	30.16	3.17	36.51

3. Tiene usted INTERNET. Si tiene computadora y no tiene Internet pase a la pregunta N° 10.

	Total	%
SI	21	33.33
NO	42	68.67
Total	63	100.00

4. Si contesta SI en la pregunta anterior, con que empresa suscribió usted el servicio.

	Total	Sirfonet	Orbinet	GBM	Charter	C & W	Otro
Total	21	16	1	0	2	0	2
%	100.00	76.19	4.76	0.00	9.52	0.00	9.52

5. Que Tarifa paga usted actualmente por el servicio de Internet.

	Total	B/.15.00	B/.19.95	B/.25.00	B/.35.00	B/.45.00	B/.48.00	Otro
Total	21	2	2	1	6	2	7	1
%	100.00	9.52	9.52	4.76	28.57	9.52	33.33	4.76

6. Tiempo de conexión incluido en Internet. (Horas)

	Total	15	20	25	30	35	45	Ilimitado	En Blanco
Total	21	1	0	3	1	2	0	13	1
%	100.00	4.76	0.00	14.29	4.76	9.52	0.00	61.90	4.76

7. Cargo por tiempo de exceso en la mensualidad. (Cargo por hora).

	Total	B/.0.50	B/.0.75	B/.1.00	B/.1.50	B/.1.75	B/.2.00	En Blanco
Total	21	1	1	3	3	1	2	10
%	100.00	4.76	4.76	14.29	14.29	4.76	9.52	47.62

8. Solicitaría usted a otra empresa el servicio de Internet.

	Total	%	Porqué	%
SI	5	23.81	5	23.81
NO	15	71.43	13	61.80
En blanco	1	4.76	3	14.29
Total	21	100.00	21	100.00

9. Tiene usted pensado adquirir una computadora, indique en que tiempo efectuaría la compra de su equipo.

	Total	- 6 meses	6 meses	+ 6 meses
Total	177	12	18	147
%	100.00	6.78	10.17	83.05

CUADRO II

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET CONCENTRACION DE LOS RESULTADOS

10. Conociendo los beneficios que brinda Internet, solicitaría este servicio cuando adquiriera su computadora.

	Total	%	Porqué	%
SI	221	92.08	202	84.17
NO	5	2.08	3	1.25
En blanco	14	5.83	35	14.58
Total	240	100.00	240	100.00

11. A que empresa proveedora de Internet, solicitaría usted el servicio.

	Total	Sinfonet	Orbinet	GBM	Charter	C & W	Otro
Total	221	144	6	15	5	41	10
%	100.00	65.18	2.71	6.79	2.26	18.55	4.52

12. De acuerdo a su respuesta de la pregunta anterior, indique porque de su preferencia.

	Total	Precio	Calidad	Satisfacción	Com. R.	Apoyo T.	Otro
Total	311	56	106	39	72	29	9
%	100.00	18.01	34.08	12.54	23.15	9.32	2.89

13. Para solicitar este servicio que presupuesto mensual tendría usted disponible:

	Total	- B/.20.00	B/.20.00 a B/.30.00	B/.31.00 a B/.40.00	B/.41.00 a B/.80.00
Total	221	70	101	27	23
%	100.00	31.87	45.70	12.22	10.41

14. Sexo de la persona.

	Total	M	F
Total	240	85	175
%	100.00	27.08	72.92

15. Edad (años).

	Total	- 25	25 a 35	36 a 45	+ 46
Total	240	127	79	28	6
%	100.00	52.82	32.92	11.67	2.50

16. Ingreso Familiar.

	Total	- B/.400.00	B/.401.00 a B/.600.00	B/.601.00 a B/.800.00	+ B/.801.00
Total	240	52	61	55	72
%	100.00	21.67	25.42	22.92	30.00

Fuente: Confeccionado por el Autor en base al Cuadro I.

1. Resultado Según Variable:

La Fig. 2 recolecta gráfica de la Variable N°1 **PRECIO**, Tarifa que se paga por el Servicio de Internet hoy día en Panamá), del total de encuestados solamente veintiuna (21) personas cuentan hoy día con servicio de Internet, que de acuerdo a lo que pagan a cada uno de los proveedores la distribución se dio de la siguiente manera: B/.15.00 (10%), B/.19.95 (10%), B/.25.00 (5%), B/35.00 (28%), B/.45.00 (10%), B/.48.00 (32%) y otra (5%). Porcentualmente la mayor concentración se da en la tarifa ilimitada.

La Fig. 3 a la 3B recolecta la Gráfica de la Variable N° 2 **PRODUCTO**, que está considerada en las preguntas 1, 2, y 3 del cuestionario, debido a que nuestro producto está orientado con el uso de la computadora y debemos saber que relación existe con este equipo con el servicio que pretendemos explotar. A continuación detallamos los resultados obtenidos:

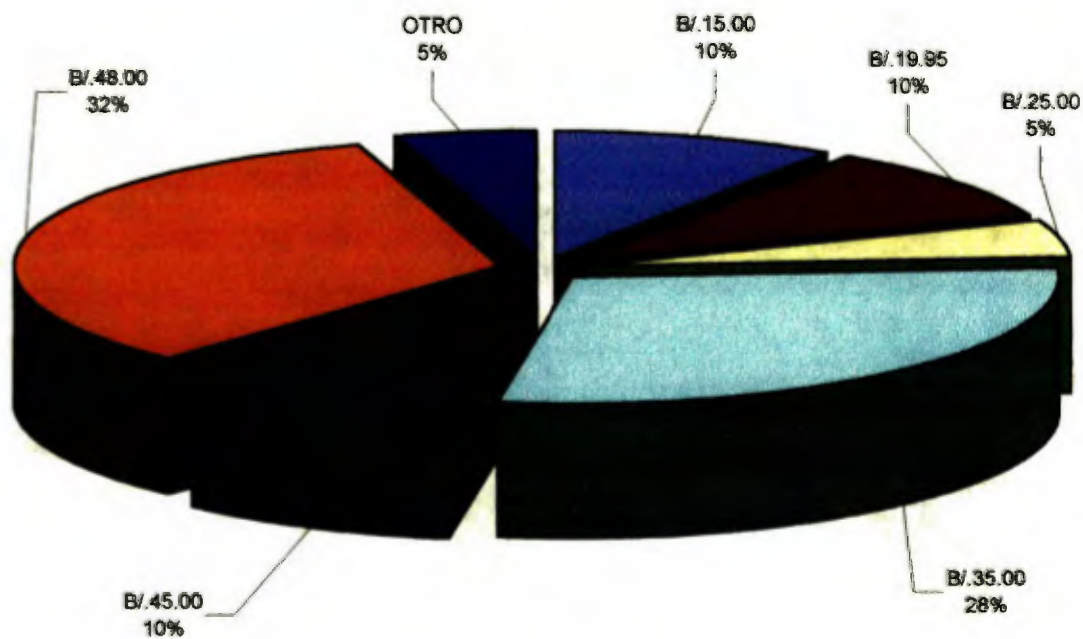
En la Fig. 3 solamente veintiséis por ciento (26%) de los encuestados tienen computadora y setenta y cuatro por ciento (74%), no tienen. La Fig. 3A tiene que ver con la marca de las computadoras, esto es importante debido que algunas de las empresas que distribuyen computadoras son agentes exclusivos de algún proveedor de Internet, el porcentaje de cada una de las computadoras que obtuvimos información es la COMPAQ treinta por ciento (30%), ACER veintidós por ciento (22%), IBM ocho por ciento (8%), DIGITAL tres por ciento (3%) y otras marcas treinta y siete por ciento (37%), esto nos sirve de referencia para investigar con que empresas se puede canalizar la distribución de nuestro servicio.

La Fig. 3B de los estudiantes que tiene computadoras solamente un treinta y tres por ciento (33%) tienen Internet actualmente y sesenta y siete por ciento (67%) restante no cuentan con el servicio.

La Fig. 4 recolecta la Gráfica de la Variable N° 3 **CALIDAD DEL SERVICIO** que está considerada en la pregunta 12 del cuestionario (Porque de su preferencia), está basada en la satisfacción de sus expectativas que recibe de parte de su proveedor del servicio de Internet, que de acuerdo a figura corresponde a treinta y cuatro por ciento (34%), esto nos indica, que los clientes ante todo desean “**CALIDAD**”, que mucha vez es más importante que el precio que pagan por un determinado servicio.

La Fig. 5 y 5A recolectan la Gráfica de la Variable N° 4 **INGRESO**, el gráfico nos indica que la mayor concentración del ingreso familiar de los estudiantes encuestados más de B/.801.00 representa un treinta por ciento (30%), B/.601.00 a B/.800.00 representa veintitrés por ciento (23%), B/.401.00 a B/.600.00 veinticinco por ciento (25%) y menor de B/.400.00 veintidós (22%) y la Fig. 4A indica que un treinta y dos por ciento (32%) pagarían una tarifa menor de B/. 20.00, un cuarenta y seis por ciento pagarían de B/.20.00 a B/. 30.00, un doce por ciento (12%) pagarían de B/.31.00 a B/.40.00 y B/.41.00 a B/.50.00 diez por ciento (10%). Estos datos, nos servirá de base para preparar los diferentes paquetes de precios que estarán de acuerdo al ingreso familiar y lo presupuestado para adquirir el servicio.

Fig. 2.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 1
PRECIO

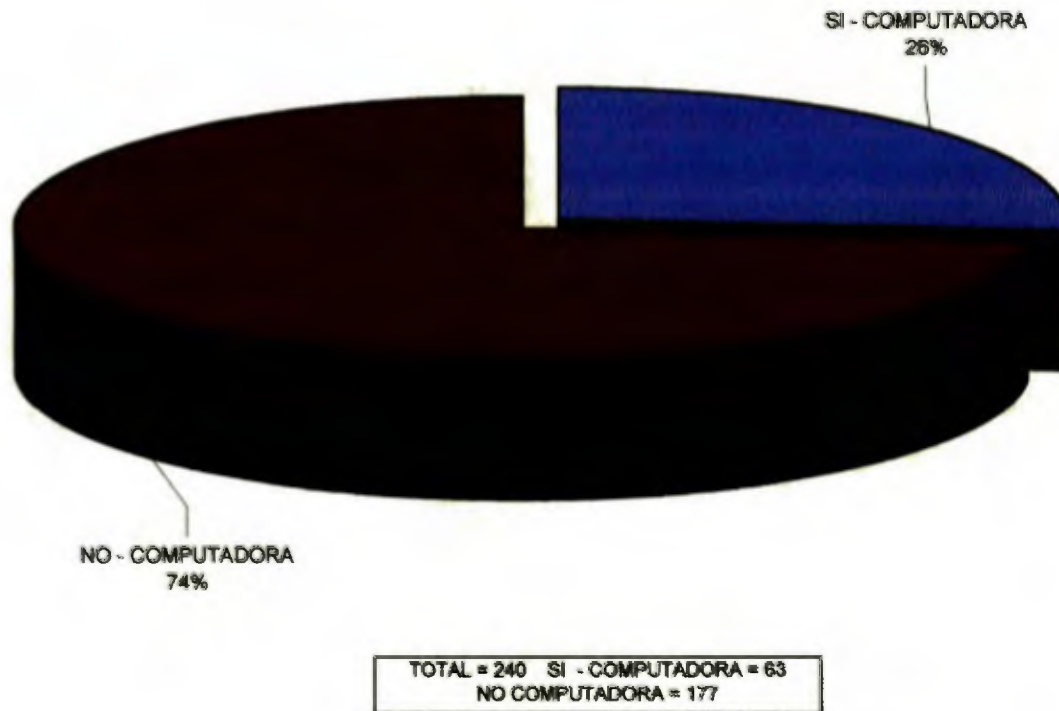


TOTAL = 21	B/.15.00 = 2	B/.19.95 = 2	B/.25.00 = 1	B/.35.00 = 6
	B/.45.00 = 2	B/.48.00 = 7	OTRO = 1	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

Qué tarifa paga usted actualmente por el servicio de Internet.

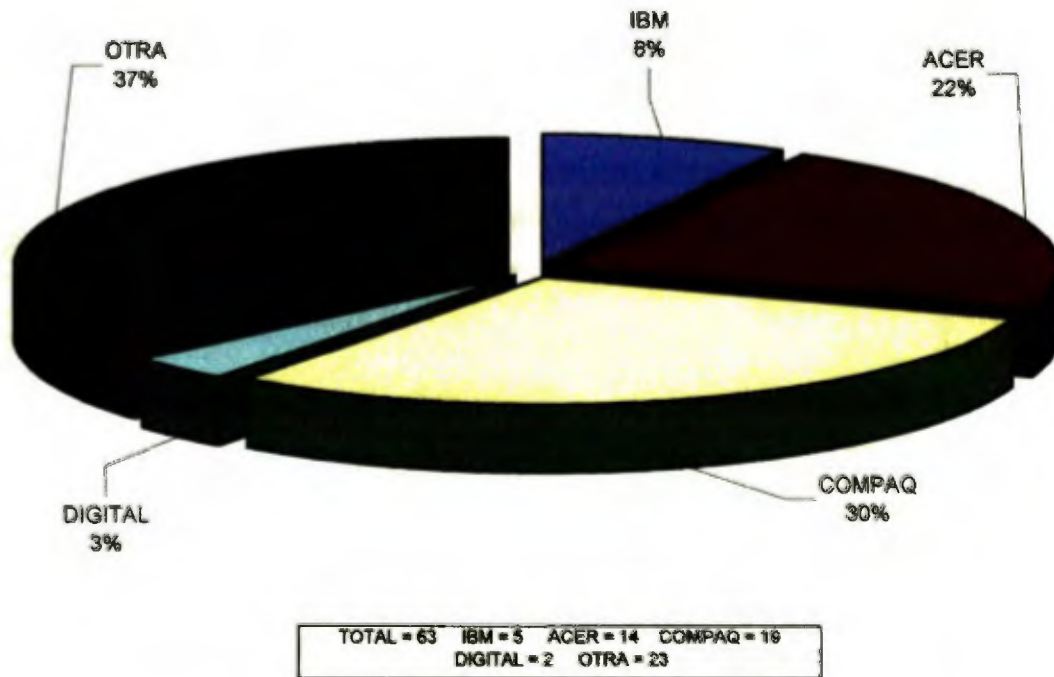
Fig. 3.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 2
PRODUCTO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

Tiene usted computadora.

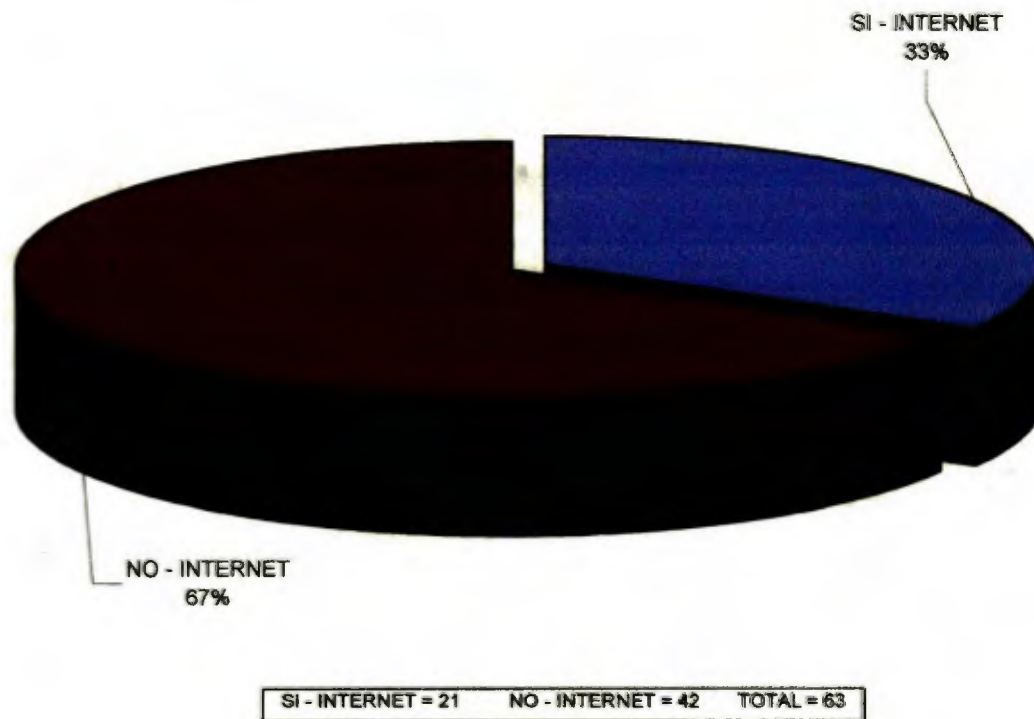
Fig. 3A.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 2
PRODUCTO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

Si su respuesta es sí, que marca es su computadora.

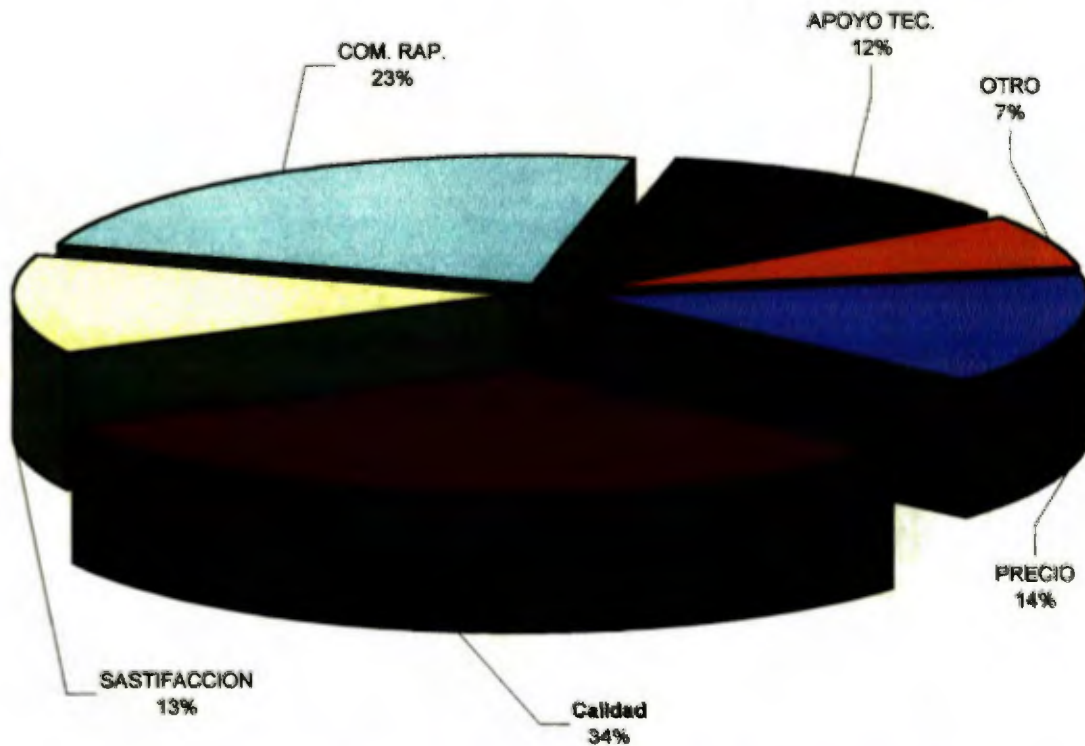
Fig. 3B.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 2
PRODUCTO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

Tiene usted INTERNET.

Fig. 4.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 3
CALIDAD DEL SERVICIO

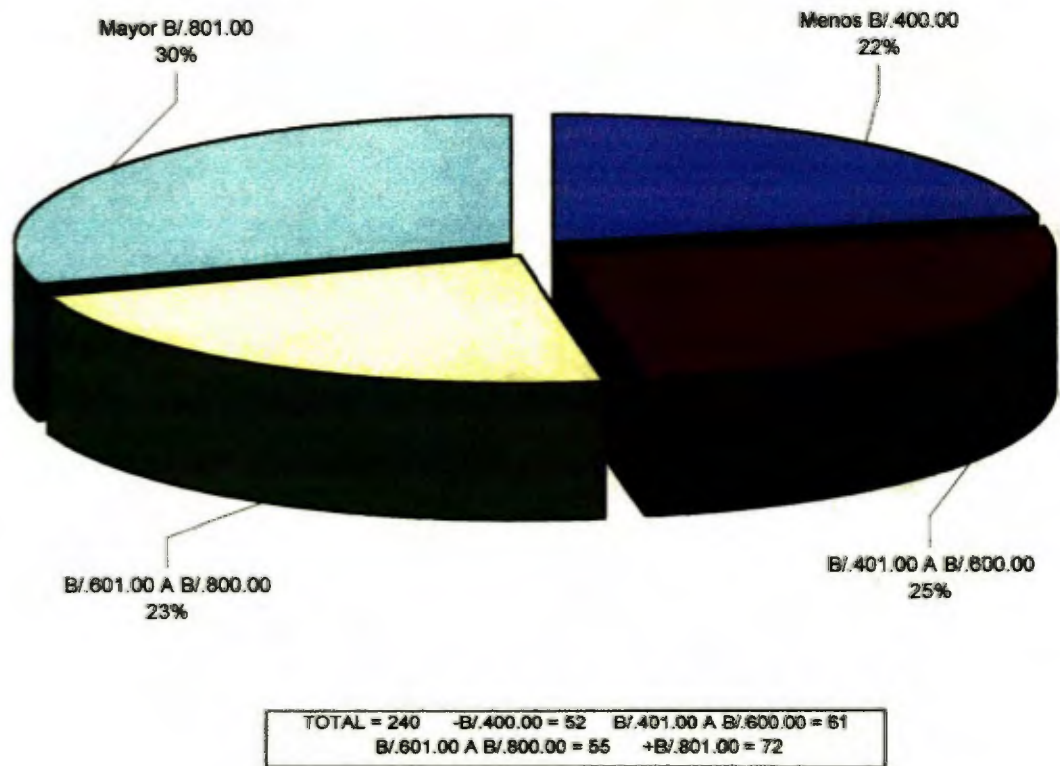


TOTAL = 311	PRECIO = 56	CALIDAD = 106	SASTIFACCION = 39
COMUNICACION R. = 72	APOYO TECNICO = 29	OTRO = 9	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II, Concentración de los Resultados.

De acuerdo a su respuesta a la pregunta anterior, indique porque de su preferencia.

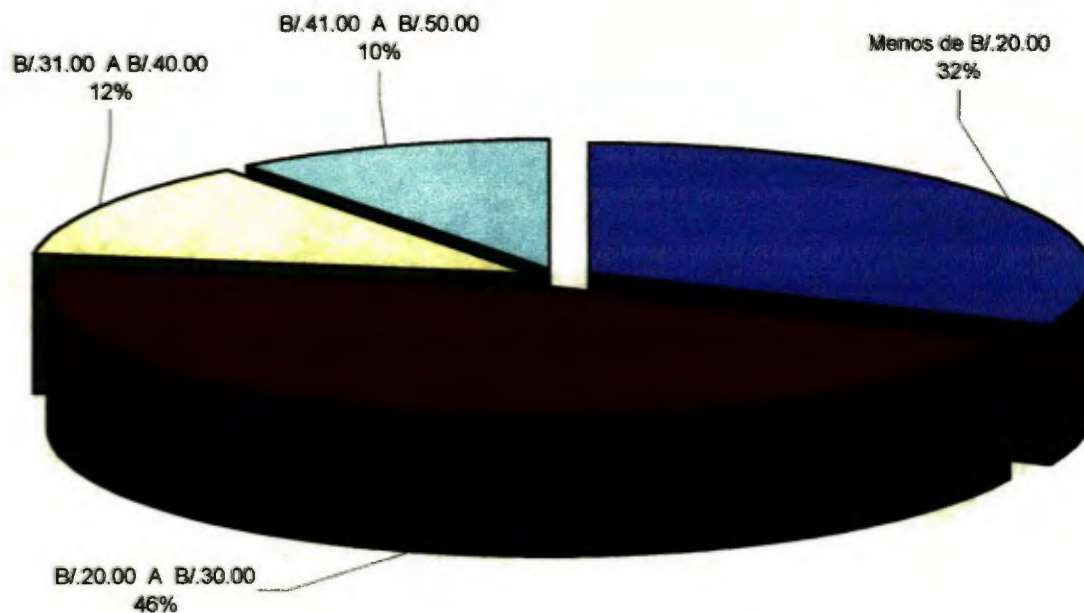
Fig. 5.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 4
INGRESO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

Ingreso Familiar.

Fig. 5A.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 4
INGRESO



TOTAL = 221	-B/.20.00 = 70	B/.20.00 A B/.30.00 = 101
B/.31.00 A B/.40.00 = 27	B/.41.00 A B/.50.00 = 23	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

Para solicitar este servicio que presupuesto mensual tendría usted disponible.

La Fig. 6, gráfica de la Variable N° 5 **INTERES**, que está determinada en la pregunta N° 9 de la encuesta, que solicitaba al encuestado en que tiempo efectuaría la compra de su computadora lo cual nos indica que un ochenta y tres por ciento (83%), compraría sus equipos en un período mayor de seis (6) meses, diez por ciento (10%) dentro de seis (6) meses y siete por ciento (7%) en período menos a seis (6) meses. Esto datos nos servirán para efectuar las proyecciones de ventas basándose en el crecimiento del mercado.

La Fig. 7, recolecta la Gráfica de la Variable N° 6 **UTILIZACION**, en donde sesenta y un por ciento (61%) tiene el plan ilimitado, un diez por ciento (10%) de lo que tienen el servicio de Internet mantienen contratos por 35 horas, cinco por ciento (5%) (30 horas), catorce por ciento (14%) (25 horas), cinco por ciento (5%) (15 horas), de 20 a 45 horas no se obtuvo información y un cinco (5%) contestó en blanco, lo que nos demuestra, que debemos ofrecer otras alternativas, para que los clientes tengan otras opciones para disponer del servicio de Internet.

La Fig. 8 y 8A recolectan la Gráfica de la Variable N° 7 **COMPETENCIA**, en la Fig. 8 que tiene que ver con qué proveedor de Internet mantiene relación las personas que tiene Internet Sinfonet obtuvo setenta y cinco por ciento (75%), Orbinet cinco por ciento (5%), Charter diez por ciento (10%), Otros diez por ciento (10%), GBM y C&W no mantiene contrato de servicios con los encuestados. La Fig. 8A que tiene que ver con que empresa proveedoras de Internet se suscribirían al momento de comprar adquirir su computadora la figura cambia así Sinfonet sesenta y cinco por ciento (65%), Orbinet tres por ciento (3%), GBM siete por ciento (7%), Charter dos por ciento (2%), C&W diecinueve por ciento (19%), y Otros cuatro por ciento (4%).

Al momento de realizar nuestras encuestas comercialmente no existían las siguientes empresas proveedoras de Internet: **Cable Onda, Internet Panamá, Global Net Wolwide.**

La Fig. 9 recolecta la Gráfica de la Variable N° 8 **APOYO TECNICO**, representó un nueve por ciento (9%) de acuerdo a la medición de la preferencia de un proveedor de Internet con relación a que brindan otras empresas similares. Esto está muy ligado también con la conectividad que está asociada a la velocidad de la comunicación que representó un veintitrés por ciento (23%) de las expectativas que tienen los clientes potenciales del servicio Internet.

La Fig. 10 recolecta la Gráfica de la Variable N°9 **SASTIFACCION**, está representó el trece por ciento (13%), que también está en función a la preferencia de los clientes potenciales cuando elijan su proveedor de Internet.

La Fig. 11 recolecta la Gráfica de la Variable N°10 **BENEFICIOS**, están representó noventa y dos por ciento (92%), de las personas que al momento de adquirir su computadora adquirirían también el Servicio de Internet. De los beneficios que recibirían mencionaron entre tantos los siguientes: Ahorro de tiempo al solicitar información, al navegar adquiere conocimientos, correo electrónico que le permite comunicarse con todo el mundo.

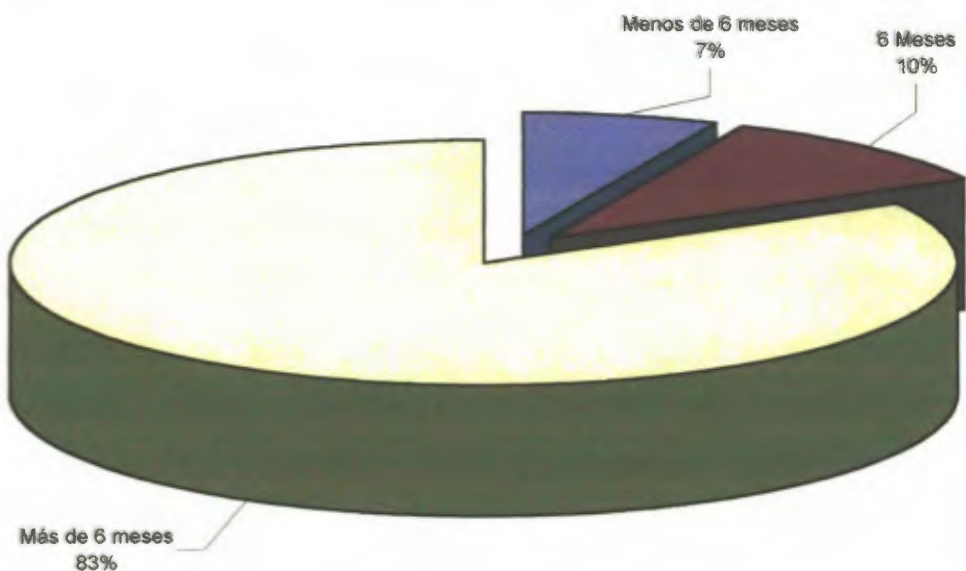
Como habíamos mencionado anteriormente, consideramos las preguntas Demográficas de Sexo y Edad. De las doscientas cuarenta (240) personas encuestadas setenta y tres por ciento (73%) representan el sexo femenino y veintisiete por ciento (27%) masculino.

Con relación a la edad, un cincuenta y dos por ciento (52%) son menor de veinticinco años, treinta y tres por ciento (33%) de veinticinco a treinta y cinco años, doce por ciento (12%) representa las edades de treinta y seis a cuarenta y cinco años y solamente un tres por

ciento (3%) está en el rango de más de cuarenta y seis años, lo que nos indica que la gran mayoría son personas jóvenes que por su edades tendrían mayor inclinación a la utilización de esta innovación tecnológica, para ilustración del lector representamos gráficamente los resultados en las Fig. 12 y 13.

Con la información obtenida en nuestra investigación tenemos todos los elementos para desarrollar los capítulos relacionados a una empresa Proveedora de Internet, que de los resultados que obtengamos podemos determinar que atractivo es este negocio.

Fig. 6.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 5
INTERES

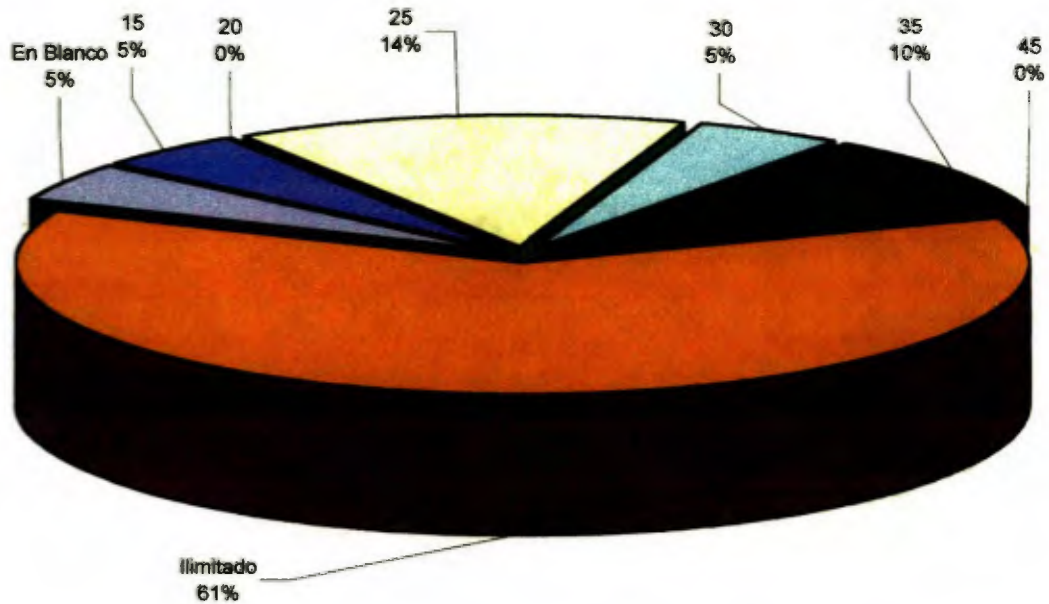


TOTAL = 177	Menos de 6 meses = 12	6 Meses= 18
	Más de seis meses = 147	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

Tiene usted pensado adquirir una computadora, indique en que tiempo
efectuaría la compra de su equipo.

Fig. 7.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 6
UTILIZACIÓN

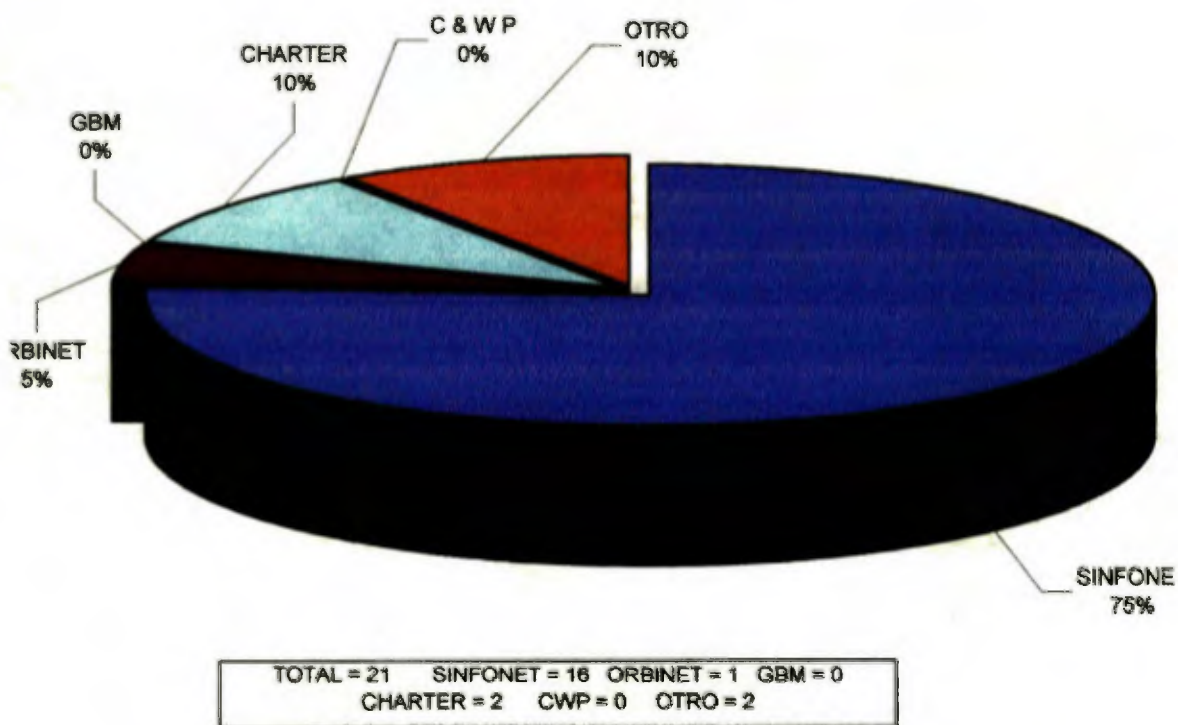


TOTAL = 21	15 = 1	20 = 0	25 = 3	30 = 1
35 = 2	45 = 0	ILIMITADO = 13	En Blanco = 1	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

Tiempo de conexión incluido en su tarifa (horas).

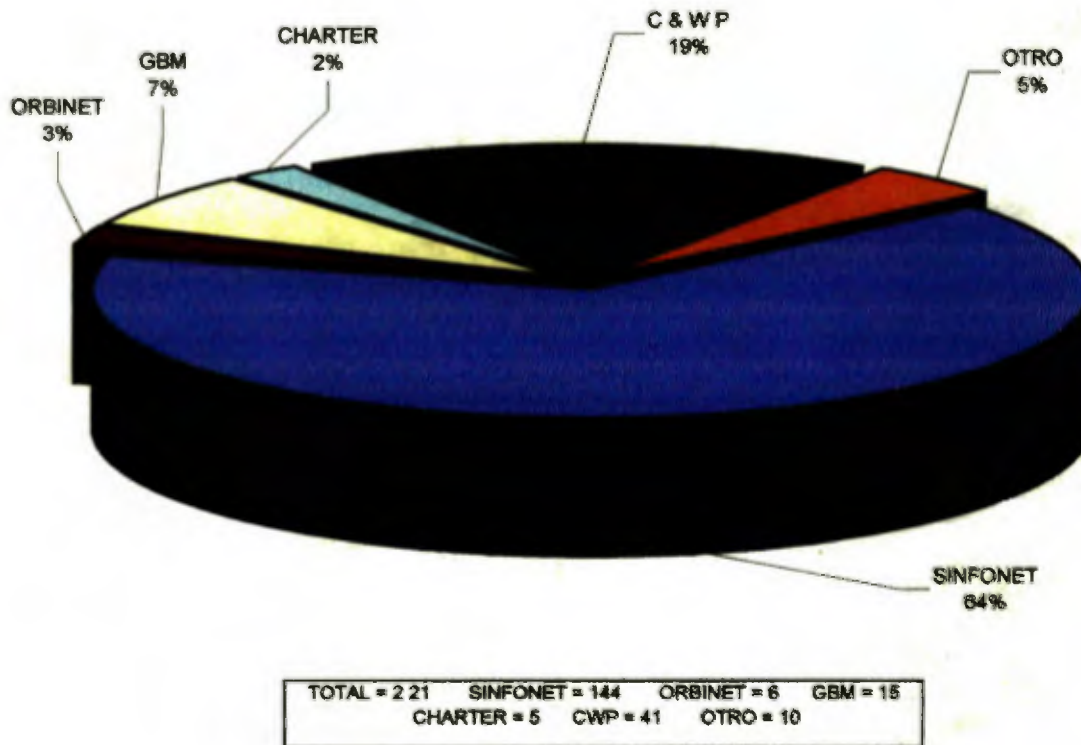
Fig. 8.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 7
COMPETENCIA



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II, Concentración de los Resultados.

Si contesta Si en la pregunta anterior, con que empresa suscribió usted el servicio.

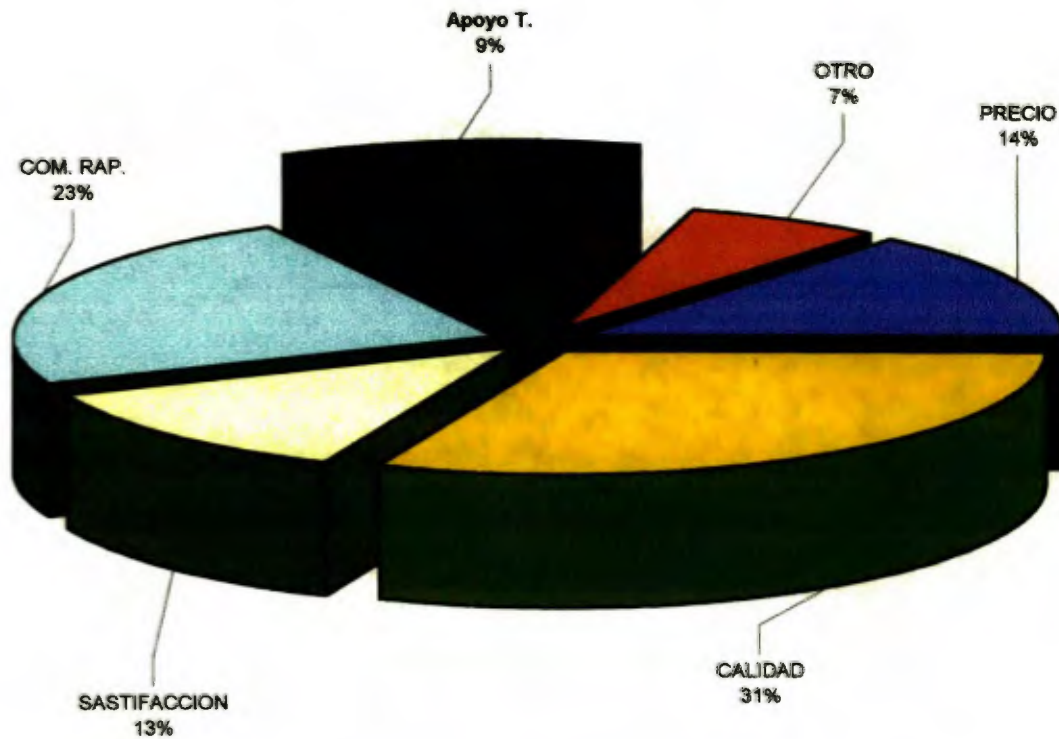
Fig. 8A.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 7
COMPETENCIA



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

A que empresa proveedora de Internet solicitaría usted el servicio.

Fig. 9.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 8
APOYO TÉCNICO

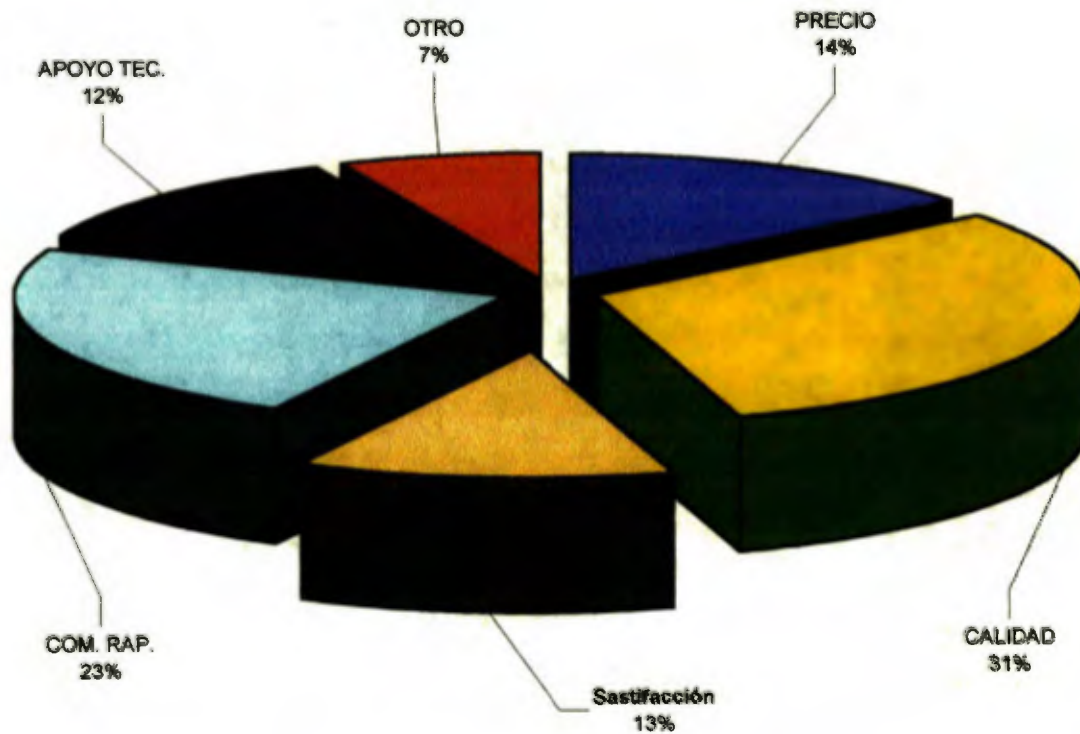


TOTAL = 311	PRECIO = 56	CALIDAD = 106	SASTIFACCION = 39
COMUNICACION R. = 72	APOYO TECNICO = 28	OTRO = 9	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

De acuerdo a su respuesta a la pregunta anterior, indique porque de su preferencia.

Fig. 10.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 9
SASTIFACCIÓN

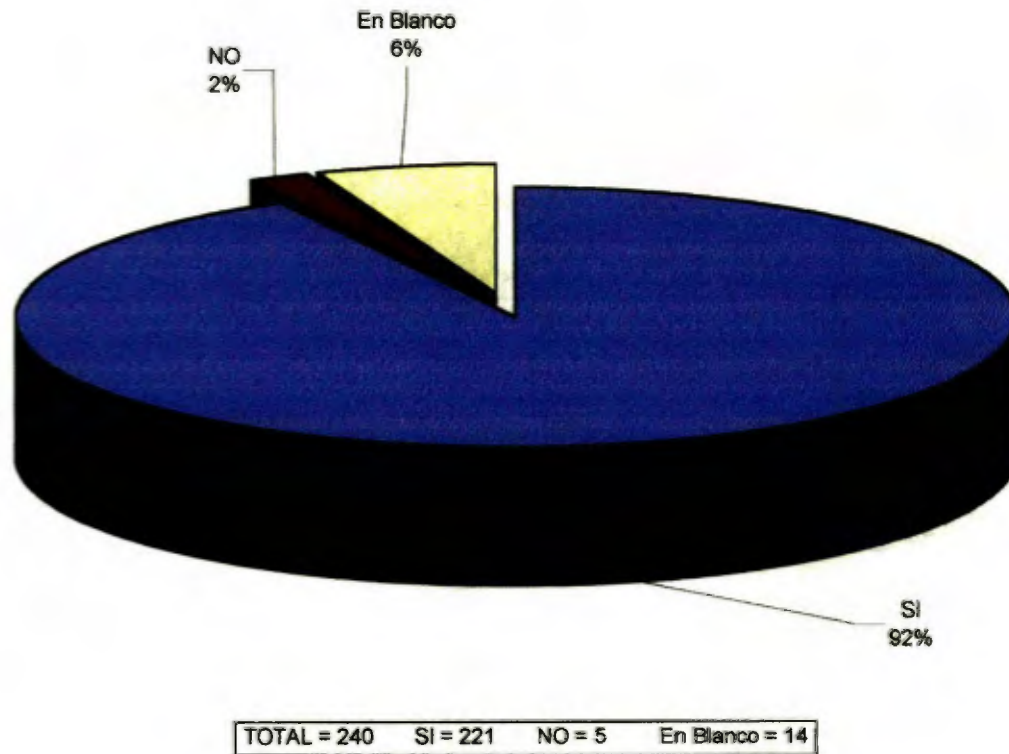


TOTAL = 311	PRECIO = 56	CALIDAD = 106	SASTIFACCION = 39
COMUNICACION R. = 72	APOYO TECNICO = 29	OTRO = 9	

FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
 Concentración de los Resultados.

De acuerdo a su respuesta a la pregunta anterior, indique porque de su preferencia.

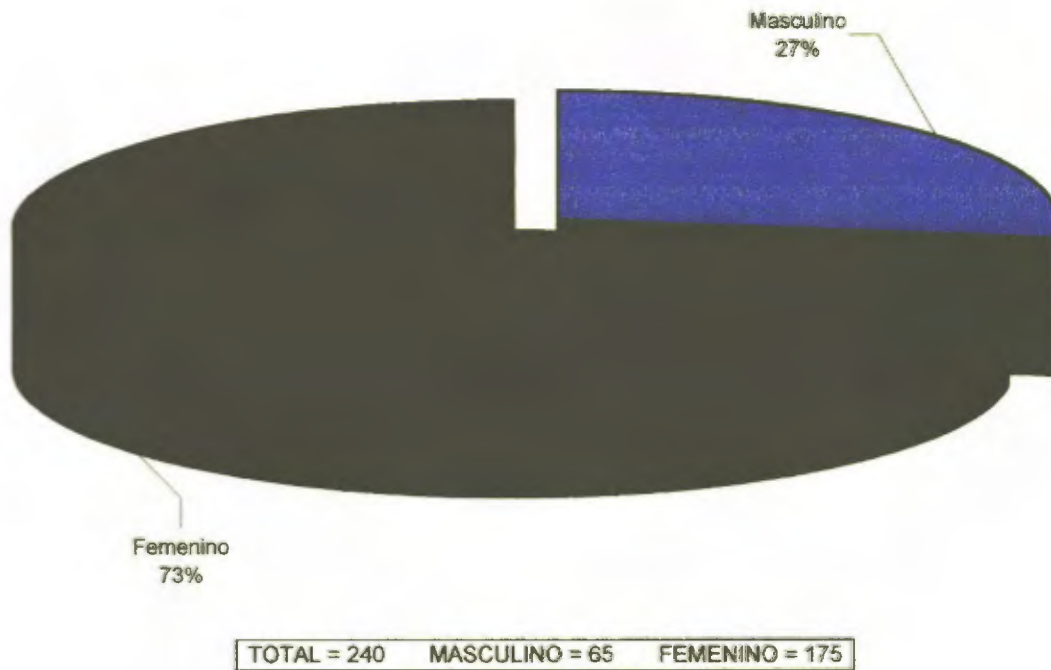
Fig. 11.
GRÁFICA DE LA VARIABLE N° 10
BENEFICIO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II, Concentración de los Resultados.

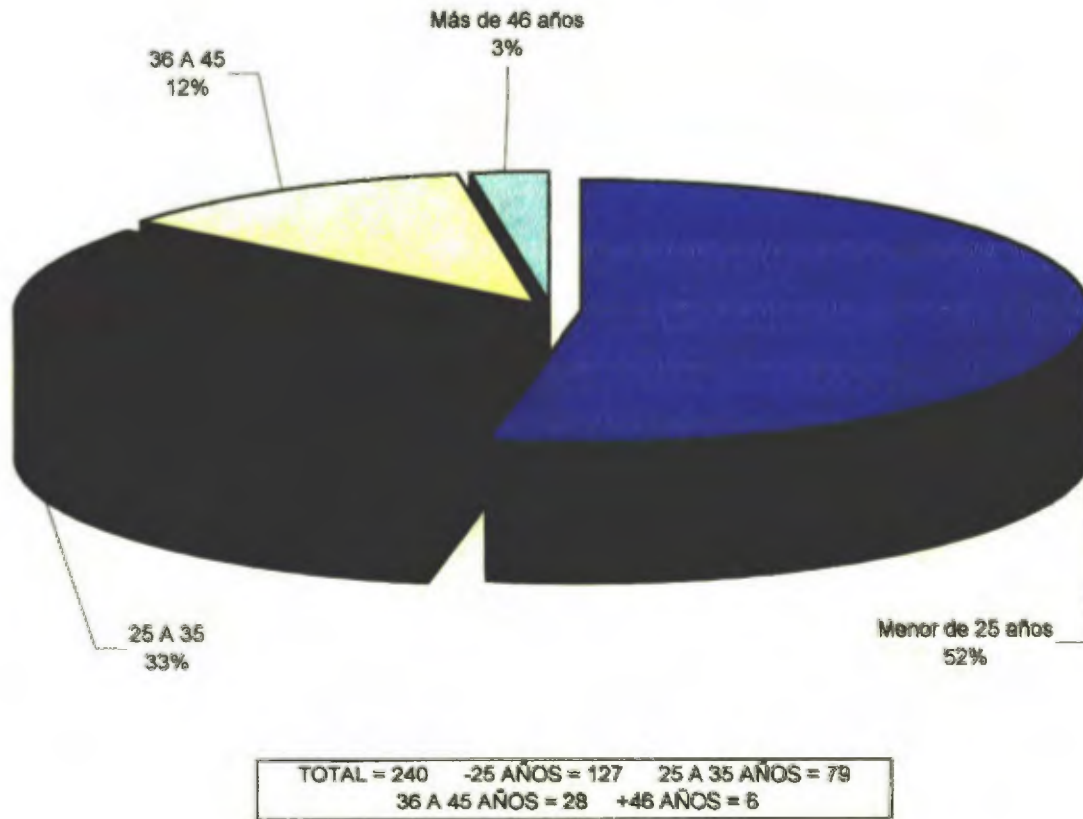
Conociendo los beneficios que brinda Internet, solicitaría este servicio cuando adquiera su computadora.

Fig. 12.
SEXO



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II,
Concentración de los Resultados.

Fig. 13.
EDAD



FUENTE: Elaborado por el autor de la Investigación en base al Cuadro II, Concentración de los Resultados.

CAPÍTULO TERCERO
ENTORNO FINANCIERO

A. INGRESOS DEL PROYECTO

1. PROYECCIONES DE VENTAS

a) Volumen de Ventas

El volumen de ventas en nuestro estudio está en función del Mercado Actual y Potencial, tomando en consideración el mercado cautivo de los actuales proveedores de Internet, como mencionábamos anteriormente existen aproximadamente diez (10) empresas que explotan este servicio, de acuerdo a datos obtenidos, aproximadamente veinte mil personas son las que cuentan con el servicio en sus hogares u oficinas. Para efecto de nuestro análisis, al elaborar la proyección de la población, utilizamos los rangos de edades entre 15 hasta 54 años de edad, datos estos obtenidos del Boletín Especial de la Situación Demográfica, de la Dirección de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República. Se consideraron estos rangos, debido a que las edades de los estudiantes encuestados se encuentran dentro de las edades de 19 a 46 años (Ver Cuadro III).

Según el Censo de Población y Vivienda de 1990, la población estimada de la República de Panamá entre los rangos de las edades de los estudiantes encuestados representa ser de un 57%. La operación para obtener el mercado potencial se dio sobre la base de dividir la cantidad de personas dentro de los rangos considerados y el total promedio de personas por hogar que según el Censo de Población y Vivienda 1990 es de 4.4 personas, el resultado

obtenido de esta operación fue multiplicado por el porcentaje que asumimos que será el crecimiento por año de nuestros clientes. A continuación los resultados obtenidos:

CUADRO III

ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN TOTAL SEGÚN GRUPOS DE EDAD 1999 -2003

Grupos de edad	1999	2000	2001	2002	2003
TOTAL	1,803,818	1,837,096	1,666,793	1,697,218	1,728,174
15-19	268,960	271,684	274,564	277,580	280,626
20-24	254,746	254,773	257,299	259,890	262,502
25-29	246,823	250,152	250,404	250,604	250,757
30-34	225,136	230,835	233,892	237,086	240,324
35-39	196,593	203,446	208,516	213,813	219,219
40-44	164,287	170,180	176,303	182,546	188,932
45-49	135,857	140,684	146,059	151,455	156,977
50-54	111,416	115,342	119,756	124,244	128,837

Fuente: Contraloría General de la República, Dirección de Estadística y Censo, Boletín Especial, Sección 221

CUADRO IV

**PROYECTO DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
ESTIMACIÓN DE CLIENTE RESIDENCIALES
AÑOS 1999 –2003**

AÑO	POBLACIÓN	FAMILIAS	%	ESTIMACIÓN DE CLIENTES
1999	1,603,918	364,526	1	3,645
2000	1,637,096	372,067	1.5	5,581
2001	1,666,793	378,817	2	7,576
2002	1,697,218	385,731	2.5	9,643
2003	1,728,174	392,767	3	11,783

Preparado Por: El autor de la investigación, basado en información obtenida de la Contraloría General de la República.

El porcentaje de crecimiento se basa en la conducta de consumo en otros países, que para aspecto de evaluación puede darse el mismo comportamiento en nuestro medio tomando en consideración las características de este servicio y no podemos perder la perspectiva del impacto que tendrá cuando se liberen totalmente las telecomunicaciones en nuestro país, que permitirá brindar transmisión de voz sobre Internet.

Otros aspectos muy importante que sustentan nuestras proyecciones es la penetración de las computadoras, aspecto importante para la utilización de nuestro servicio, de acuerdo a información obtenida el crecimiento promedio de las computadoras en la República de Panamá está alrededor de un diez por ciento (10%). Los clientes residenciales acumulados en la vida económica del proyecto ascienden aun total de treinta y ocho mil, doscientos treinta y ocho (38,238), el crecimiento anual estimado se puede alcanzar siempre y cuando se tenga previsto un mercadeo agresivo.

Con respecto a los clientes corporativos solamente hemos determinado brindar el servicio de Internet dedicado a los grandes consumidores de servicios de telecomunicaciones como son la industria, la Banca, Comercio, Seguros y Reaseguros, Navieras, y adicionalmente a Colegios y Universidades tanto públicos y privados y Centros de Investigaciones. A las empresas pequeñas y medianas les ofreceremos servicio de Acceso Discado Multiphan que le permitirá tener una red a la cual que podrán tener acceso al correo electrónico que les facilitara envío de información de un departamento a otro en un menor tiempo, evitando así la acumulación de papel

De acuerdo a datos obtenidos en Panamá en Cifras de 1996 y 1997 con datos de 1996, se puede observar un crecimiento promedio de 16% en las actividades de Hoteles, Transporte y Comunicaciones, Intermediación Financiera y Actividades Inmobiliaria y empresariales, esta información se obtiene de encuestas de establecimientos de actividades económicas. Como no podemos precisar cuál será el crecimiento de cada uno de estos sectores mantuvimos un crecimiento conservador, considerando adicionalmente la competencia existente.

Las velocidades que ofreceremos van desde 64 Kbt/s a 512 Kbt/s, esta decisión es más que nada estratégica, nuestra intención es ofrecer un servicio de alta calidad conjuntamente con una buena atención, que nos permitirá mantener a este segmento del mercado por un período aceptable que nos garantice un flujo de ingresos que se valla incrementado en el tiempo. A continuación presentamos nuestra proyección de los clientes corporativos:

CUADRO V

**PROYECTO DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
ESTIMACIÓN DE CLIENTES CORPORATIVOS
AÑOS 1999 –2003**

Acceso Dedicado

AÑO	64 Kbt/s	128 Kbt/s	256 Kbt/s	512 Kbt/s
1999	20	15	10	5
2000	40	20	15	5
2001	60	25	20	5
2003	80	30	25	5
2004	100	40	30	5

Acceso Discado

AÑO	ESTIMACION DE CLIENTES
1999	100
2000	200
2001	300
2002	400
2003	500

Preparado por: El autor de la investigación, basado en información obtenida de la competencia

El requisito para solicitar el servicio de Internet para los clientes residenciales es tener una computadora y una línea telefónica, los corporativos requieren de un circuito punto a punto digital con el ancho de banda de acuerdo a la velocidad del servicio dedicado de Internet y adicionalmente un servidor.

b) Precio de Venta

El precio lo definimos como la cantidad de dinero que los clientes tiene que pagar por un producto o servicio. Este se fija por lo general con base en el costo real del producto o servicio el cual incluye el insumo de tiempo, sueldo del personal, costo del producto físico y de los materiales empleados.

Hoy día esto no deja de ser una realidad, pero los servicios de las telecomunicaciones, los precios se fijan generalmente en función de como actúa la competencia. Podemos observar en nuestro medio como los diferentes proveedores de Internet reaccionan ante sus rivales comerciales, cuando en los medios publicitarios ofrecen una determinada promoción para atraer clientes, inmediatamente observan el efecto que esto puede ocasionar a sus negocios y estudian la estrategia de mercadeo que pueden desarrollar para mantener a sus clientes cautivos y de ser posible reducir el espacio de su competencia.

Después de haber explicado los aspectos que se deben tomar en cuenta para la fijación de precio, debemos considerar los precios de algunos proveedores de Internet para determinar con que precio podemos competir, a su vez que nos permita obtener una rentabilidad aceptable de acuerdo a las inversiones que se realizaran. A continuación podrán observar precios al público de Internet de algunas empresas de Internet:

ORBINET**PRECIOS:****Cuentas Individuales:**

Suscripción	Mensualidad	Horas Incluidas	Horas Adicionales
B/. 30.00	B/. 29.00	Ilimitado	---

Cuentas Corporativas:

Suscripción	Mensualidad	Horas Incluidas	Horas Adicionales
B/. 250.00	B/. 250.00	Ilimitado	---

Beneficios:

- ◆ Soporte Técnico.
- ◆ Un mes gratuito si paga todo un año.
- ◆ Velocidad garantizada de 56 kbp/s dependiendo de lugar donde se encuentre.

Cobertura: En el ámbito nacional exceptuando a Penonomé e Intencional.

Observación:

- ◆ De pagar el cliente con tarjeta de crédito el precio de las cuentas individuales será de B/. 27.00 (Se mantiene el mismo costo de suscripción).
- ◆ Un mes gratuito si paga por adelantado el servicio por un año.

CHARTER COMMUNICATIONS:**PRECIOS:****Cuentas Individuales y Corporativos:**

Suscripción	Mensualidad	Horas Incluidas	Horas Adicionales
B/. 50.00	B/. 25.00	Ilimitado	---

Cuentas Satelitales para clientes Corporativos:

Suscripción	Mensualidad
B/. 2,000.00	B/. 5,000.00

Beneficios:

- ◆ Soporte Técnico.
- ◆ Dos meses gratis se paga por adelantado diez mensualidades

Observación:

- ◆ De pagar el cliente con tarjeta de crédito el precio de las cuentas individuales será de B/. 20. 83. (Se mantiene el mismo costo de suscripción).

SINFONET:**PRECIOS:****Cuentas Individuales:****Plan Premium:**

Suscripción	Mensualidad	Horas Incluidas	Horas Adicionales
B/. 29.95	B/. 29.95	35	B/ 1.00

Plan VIP:

Suscripción	Mensualidad	Horas Incluidas	Horas Adicionales
B/. 48.00	B/. 48.000	Ilimitado	-----

Beneficios:

- ◆ Soporte Técnico.
- ◆ Velocidad garantizada de 134, 400 Bps.

Cobertura: En el ámbito nacional e Internacional.

Estos datos fueron obtenidos por medio de los afiches que distribuyen estas empresas, algunas veces intentamos obtener mayor información, pero no fue posible debido a políticas de las empresas.

Con la información obtenida estamos en capacidad de brindar propuestas atractivas que nos permitirán penetrar en el mercado con la seguridad que mantendrá a nuestra clientela fiel a nuestro servicio.

A continuación presentamos nuestra propuesta de precios.

PRECIOS DIAL UP:

Acceso Discado – Plan Individual:

Plan	Suscripción	Mensualidad	Hora Adicional
5 HORAS	B/. 7.00	B/. 7.00	B/. 1.25
10 HORAS	B/. 12.00	B/. 12.00	B/. 1.00
15 HORAS	B/. 15.00	B/. 15.00	B/. 0.75
30 HORAS	B/. 20.00	B/. 20.00	B/. 0.50
ILIMITADO	B/. 25.00	B/. 25.00	—

Nota: Buzón de correo electrónico adicional tiene B/ 4.00 mensual

Acceso Discado – Plan Multiplan Comercial:

Descripción	No. Cuentas	Suscripción	Mensualidad	Hora Adicional
45 horas	1 a 3	B/. 50.00	B/. 50.00	B/. 2.00
80 horas	1 a 8	B/. 80.00	B/. 80.00	B/. 1.75
150 horas	1 a 15	B/. 150.00	B/. 150.00	B/. 1.50
250 horas	1 a 25	B/. 240.00	B/. 240.00	B/. 1.25
350 horas	1 a 36	B/. 300.00	B/. 300.00	B/. 1.00

Nota: Buzón de correo electrónico adicional tiene B/ 4.00 mensual

PRECIOS ACCESO DEDICADO:

Velocidad	Suscripción	Mensualidad
64 Kbp/s	B/. 495.00	B/. 495.00
128 Kbp/s	B/. 600.00	B/. 600.00
256 Kbp/s	B/. 700.00	B/. 1,200.00
512 Kbp/s	B/. 900.00	B/. 2,500.00

Nota: Buzón de correo electrónico adicional tiene B/ 8.00 mensual.

Obs: Los clientes que solicitan este servicio requieren adquirir su propio Router que se interconectaran con el nodo de nuestra empresa.

Con estos precios procederemos a efectuar nuestras simulaciones que se presentaron en el punto de Medición del flujo de Efectivo. Para proyectar los ingresos asumiremos reducción de precios en los años dos (2) en un veinte por ciento (20%) y en el año cuatro (4) un cuarenta por ciento (40%) sobre los precios originales, utilizamos este criterio asumiendo que existirán otros proveedores en el futuro y adicionalmente la competencia actual mantendrá una guerra de precios y la única forma de subsistir es ofrecer precios atractivos, la incorporación de nuevos clientes es los que mantendrán el nivel de rentabilidad que permitirá que la empresa opere normalmente. Para efecto de análisis sensibilidad se ha asumido reducciones de un quince por ciento (15%) y un veinticinco por ciento (25%) en cada uno de las ofertas presentadas originalmente, con estas asunciones proyectamos los ingresos que se utilizarán en las alternativas presentadas. Para efecto de ilustración en los Cuadros del VI al VIII, presentamos la estimación de ingreso de los clientes residenciales.

CUADRO VI
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
ESTIMACION DE INGRESOS
CLIENTES RESIDENCIALES
AÑOS 1999 -2003

ALTERNATIVA OPTIMISTA

DETALLE	1999	2000	2001	2002	2003
Ingresos	748,683	1,469,944	2,644,288	3,099,799	4,460,520
Suscripción	57,591	70,544	95,761	91,416	111,703
Mensualidad	691,092	1,399,400	2,548,527	3,008,383	4,348,817

Clientes Acumulados	3,645	9,226	16,802	26,445	38,228
Clientes Residenciales	3,645	5,581	7,576	9,643	11,783
Plan de 5 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
7.00	5,103	8,251	8,485	8,100	9,898
Mensualidad					
7.00	61,236	123,987	225,819	266,566	385,338
Plan de 10 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
12.00	8,748	10,716	14,546	13,886	16,968
Mensualidad					
12.00	104,976	212,567	387,118	456,970	660,580
Plan de 15 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
15.00	10,935	13,394	18,182	17,357	21,209
Mensualidad					
15.00	131,220	265,709	483,898	571,212	825,725
Plan de 30 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
20.00	14,580	17,859	24,243	23,143	28,279
Mensualidad					
20.00	174,960	354,276	645,197	761,616	1,100,966
Plan Ilimitado	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
25.00	18,225	22,324	30,304	28,929	36,349
Mensualidad					
25.00	218,700	442,848	806,496	952,020	1,376,208

Preparado por : El autor de la investigación, basado en información obtenida.

CUADRO VII
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
ESTIMACION DE INGRESOS
CLIENTES RESIDENCIALES
AÑOS 1999 -2003

ALTERNATIVA CONSERVADORA

DETALLE	1999	2000	2001	2002	2003
Ingresos	636,381	1,249,452	2,247,645	2,634,829	3,791,442
Suscripción	48,952	59,962	81,397	77,703	94,947
Mensualidad	587,428	1,189,490	2,166,248	2,557,126	3,696,495

Cientes Acumulados	3,645	9,226	16,802	26,445	38,228
Cientes Residenciales	3,645	5,581	7,576	9,643	11,783
Plan de 5 horas					
Suscripción (B/.)	729	1,845	3,360	5,289	7,646
	5.95	4,338	5,313	7,212	8,413
Mensualidad					
	5.95	52,051	105,398	191,948	226,581
Plan de 10 horas					
Suscripción (B/.)	729	1,845	3,360	5,289	7,646
	10.20	7,436	9,108	12,364	14,422
Mensualidad					
	10.20	89,230	180,682	329,050	388,424
Plan de 15 horas					
Suscripción (B/.)	729	1,845	3,360	5,289	7,646
	12.75	9,295	11,385	15,455	18,028
Mensualidad					
	12.75	111,537	225,652	411,313	485,530
Plan de 30 horas					
Suscripción (B/.)	729	1,845	3,360	5,289	7,646
	17.00	12,393	15,180	20,607	24,037
Mensualidad					
	17.00	148,716	301,137	548,417	647,374
Plan ilimitado					
Suscripción (B/.)	729	1,845	3,360	5,289	7,646
	21.25	15,491	18,975	25,758	30,047
Mensualidad					
	21.25	185,895	376,421	685,522	809,217

Preparado por : El autor de la investigación, basado en información obtenida.

CUADRO VIII
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
ESTIMACION DE INGRESOS
CLIENTES RESIDENCIALES
AÑOS 1999 -2003

ALTERNATIVA PESIMISTA

DETALLE	1999	2000	2001	2002	2003
Ingresos	561,512	1,102,458	1,983,216	2,324,849	3,345,390
Suscripción	43,193	52,908	71,820	68,562	83,777
Mensualidad	518,319	1,049,550	1,911,396	2,256,287	3,261,613

Cientes Acumulados	3,645	9,226	16,802	26,445	38,228
Cientes Residenciales	3,645	5,581	7,576	9,643	11,783
Plan de 5 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
5.25	3,827	4,688	6,364	6,075	7,423
Mensualidad					
5.25	45,927	92,998	169,364	199,924	289,004
Plan de 10 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
9.00	6,561	8,037	10,909	10,414	12,726
Mensualidad					
9.00	78,732	159,425	290,339	342,727	495,435
Plan de 15 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
11.25	8,201	10,046	13,637	13,018	15,907
Mensualidad					
11.25	98,415	199,282	362,923	428,409	619,294
Plan de 30 horas	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
15.00	10,935	13,394	18,182	17,357	21,209
Mensualidad					
15.00	131,220	265,709	483,898	571,212	825,725
Plan ilimitado	729	1,845	3,360	5,289	7,646
Suscripción (B/.)					
18.75	13,669	16,743	22,728	21,697	26,512
Mensualidad					
18.75	164,025	332,136	604,872	714,015	1,032,156

Preparado por : El autor de la investigación, basado en información obtenida.

c) Estrategia de Ventas

Antes de entrar a desarrollar este aspecto pasamos a explicar el concepto básico de estrategia que es el enfoque general de las acciones que se ejecutarán para alcanzar los objetivos.

Las estrategias determinan líneas de acción a seguir, que deberán adoptar las actividades a realizar para lograr la razón de ser de un negocio.

Las estrategias en ventas tienen la finalidad de incrementar la rentabilidad que le permita a las empresas subsistir ante los cambios dramáticos que se han dado producto de la “Globalización”.

Algunas empresas utilizan las siguientes estrategias para incrementar su rentabilidad:

- ◆ Aumentando sus precios manteniendo estables los costos.
- ◆ Reduciendo los costos manteniendo estables los precios.
- ◆ Incrementando los precios y simultáneamente se reducen los costos.
- ◆ Aumentando los volúmenes de ventas para que los cambios porcentuales de los gastos generales sea más baja para que mejore la relación ventas beneficios.

Cada una de estas constituye una estrategia diferente que permitirá alcanzar el mismo objetivo.

En el caso de particular de nuestra empresa implementaremos las siguientes estrategias de ventas con el objetivo de posesionarnos en un corto plazo del mercado:

- ◆ Incrementando el volumen de ventas ofreciendo precios más bajos que la competencia.

- ◆ Mantener o aumentar la participación del mercado mediante publicidad masiva en los diferentes medios de comunicación orientada a la captación de nuevos clientes y promociones en diferentes épocas del año, tomando en consideración ciertos eventos entre lo que podemos mencionar ferias nacionales con Expocomer, Expoficina, Colegiales, etc.
- ◆ Estabilizar los precios para hacer frente a la competencia, cuando éstos reducen sus precios y que nos permita competir.
- ◆ Creación de Canales de distribución que nos permita mayor penetración en el mercado.
- ◆ Crear una imagen de líder que nos permita mantener la fidelidad de nuestros clientes.
- ◆ Brindar otras aplicaciones del servicio de Internet que nos permita tener otras fuentes de ingresos.

La aplicación de cada una de estas acciones nos permitirá competir con cada uno de los proveedores actuales y potenciales, sin perder de vista una buena administración financiera de nuestro negocio.

B. PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS

1. Costos de Operación:

a) Costos Fijos:

Los costos fijos son aquellos independientemente del volumen producido, permaneciendo con un monto total igual, cual sea el nivel de actividad de la empresa. Entre estos tenemos, gastos administrativos, alquileres, seguros, impuestos, mantenimiento, publicidad.

◆ Gastos Administrativos:

Se basan en la cantidad de recurso humano necesario para que opere normalmente una empresa proveedora de Internet, en el cuadro IX, detallamos el requerimiento del personal y los salarios de cada uno de los cargos que existirán, el mismo no incluye a las prestaciones laborables por parte del empleador que en un 14.45%, desglosado así: cuota patronal de seguro social (10.75%), Seguro educativo (1.50%), Riesgo profesional (2.20%). En los flujos de efectivos se consideran las prestaciones laborables y las partidas del decimotercer mes tal como lo disponen las leyes laborables existentes en Panamá.

CUADRO IX
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
REQUERIMIENTO DE PERSONAL
SALARIOS SEGÚN CARGOS

DETALLE	UNIDADES	SALARIO		
		SALARIO	MENSUAL	ANUAL
INGENIERO JEFE	1	1,500	1,500	18,000
SOPORTE TECNICO	8	600	4,800	57,600
DISEÑADORES	2	500	1,000	12,000
ADMINISTRADOR DE LA RED	2	750	1,500	18,000
JEFE ADMINISTRATIVO	1	1,000	1,000	12,000
VENDEDORES	8	500	4,000	48,000
CONTADORES	3	400	1,200	14,400
OFICINISTAS	6	250	1,500	18,000
SECRETARIA EJECUTIVA	1	600	600	7,200
SECRETARIA	1	300	300	3,600
TOTAL	33	6,400	17,400	208,800

Preparado por: El autor de la investigación, basado en investigaciones de empresas similares a la analizada.

En el horizonte analizado se mantendrá la misma fuerza laboral, como política de la empresa se establecerá un incremento salarial de un cinco por ciento anual (5%), para aminorar las amenazas de nuevas empresas de servicio similar a la de nuestro estudio que buscaran en el mercado laboral personal especializado en Internet.

◆ Alquileres:

De acuerdo a los arquitectos el espacio requerido por persona está entre seis (6) nueve (9) metros cuadrados, tomando en cuenta las oficinas y las áreas abiertas, en nuestro estudio hemos considerado la utilización de doscientos setenta y cinco (275) metros cuadrados, que incluye el espacio del servidor y las líneas de interconexión en cada uno de los nodos a instalar en los diferentes puntos del país.

El costo del metro cuadrado dentro del área del Cangrejo y alrededores, se puede obtener a nueve balboas (B/.9.00), que representaría un gasto de alquiler de dos mil cuatrocientos con setenta y cinco balboas (B/.2,475.00) y anualmente un monto de veinte nueve mil setecientos balboas (B/.29,700.00). Para efecto de análisis se firmará un contrato por cinco años para mantener el mismo canon de alquiler.

◆ Seguros:

El gasto de seguros considera la recuperación de los activos de una empresa en caso de suceder caso fortuito tales como incendio, terremoto, hurto, etc.

En nuestro análisis hemos considerado una prima con la empresa CONASE, por un valor de dos balboas (B/.2.00) por cada millar, las inversiones totales asciende a un millón ciento nueve mil cuatrocientos sesenta y siete balboas (B/.1,109,467.00),

efectuando la operación aritmética considerando el cinco por ciento (5%). La prima anual a pagar sería de dos mil trescientos treinta balboas (B/.2,330.00).

◆ **Mantenimiento:**

El mantenimiento en los primeros años tiene un nivel relativamente bajo por lo que hemos considerando un cinco por ciento (5%) del valor total de la inversión a realizar. El concepto por mantenimiento anual será de cincuenta y cinco mil, cuatrocientos setenta y tres balboas (B/.105,473.00).

◆ **Publicidad:**

La publicidad es un gasto importante, ya que si no se tiene una buena publicidad que promocióne los servicios que brinda una empresa, hoy día es uno de los rubros donde los empresarios ponen mucho énfasis, no considera este como un gasto no reembolsable, muy por el contrario, tiene entendido que esto va a incrementar sus ventas. Hemos considerado para este gasto una asignación anual de ciento cincuenta mil balboas (B/.150,000.00).

◆ **Impuestos:**

Los impuestos considerado a pagar en nuestras operaciones solamente serán el impuesto sobre la renta; que el porcentaje a pagar sobre la ganancia bruta es de treinta por ciento (30%), tal como lo estipula la ley sobre impuestos a pagar por personas jurídicas.

b) Costos Variables:

Los Costo variables varían directamente en proporción volumen de un negocio, entre lo que podemos mencionar materia prima, salarios de obreros que trabajen por hora, consumo de energía y telefonía que los denominaremos servicios, horas extras, lubricación, etc.

A continuación detallamos los costos variables considerados:

◆ Servicios:

En los servicios hemos considera los gastos que se incurrirán en concepto de electricidad y telefonía, en relación con la electricidad se ha estimado lo siguiente:

De acuerdo a las tarifas de la empresa eléctrica Metro - Oeste, S.A., el consumo de Media Tensión que es un voltaje mayor de 600V y menor de 115KV, tiene los siguientes cargos: Cargo fijo B/6.00, cargo por energía B/0.06722, cargo por demanda máxima B/8.63 y cargo por conexión, los equipos que se instalarán tienen un consumo de 85 KV, se estima un consumo mensual de 3,500 KVH. Siendo el cargo mensual el siguiente:

Cargo fijo	B/6.00
Cargo por energía (3,500 KVH* 0.06722)	B/235.00
Cargo por demanda máxima	B/8.63
Cargo por Conexión	<u>B/100.00</u>
Total	<u>B/349.63</u>

El cargo de Conexión solamente sé considera en el primer mes de operación.

Para estimar el costo de telefonía se tiene previsto contratar 15 líneas telefónicas, para atender los aspectos inherentes de la empresa y para asistir a los clientes en caso que requieran apoyo técnico.

Se tiene previsto contratar dos circuitos internacionales de 1,024 Kbit/s con un valor de B/.24,324.00 anual, cada uno para mantener estos precios se contratara a tres años con la empresa Cable & Wireless.

A continuación presentamos el costo mensual de telefonía

Cargo por instalación (B/.40.00 *15)	B/.600.00
Cargo fijo (B/.12.00*15)	B/.180.00
Cargo por minuto local (1,000min*0.01*15)	B/.150.00
Cargo por minuto Nac. (100min*0.15*0.15)	B/.225.00
Cargo por llamadas Int'l (B/.50.00*15)	B/.750.00
Cargo por llamada a Celular (35 min.*0.29*15)	B/.152.00
Circuitos Internacionales (B/2,027*2)	<u>B/4,054.00</u>
Total	<u>B/6,111.00</u>

A partir del segundo año incrementos un quince por ciento (15%) en concepto de luz y teléfono, debido que a medida que aumente el parque de clientes, se requerirán una mayor cantidad de circuitos satelitales y un consumo mayor de electricidad.

◆ Otros Gastos:

En estos gastos consideramos las compras de materiales de oficina e imprevistos, se ha considerado un monto de B/.15,000.00 anuales en el primer año, los años subsiguientes se considera un incremento anual del cinco por ciento (5%), con la finalidad de cubrir los aumentos por imprevistos. Con relación a horas extras no se están considerando este aspecto, debidos que se tiene estandarizado que todas las tareas se desempeñaran dentro de la jornada normal de trabajo.

c) Depreciación de los Activos:

El costo de depreciación en la reposición del capital utilizado como inversión en los proyectos, este es un factor importante para que no haya una descapitalización desde el punto de vista contable, la depreciación es una partida de valor imputada al costo de la producción debido al desgaste y obsolescencia de los activos.

En nuestro caso en particular hemos utilizado el método de depreciación lineal. Se ha utilizado un horizonte de cinco años como vida económica del proyecto en los Cuadros X y XI presentamos la depreciación anual correspondiente a los equipos para brindar el servicio de Internet y el equipo de oficina requerido para la operación.

CUADRO X
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
DEPRECIACION DE EQUIPOS
(En Balboas)

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
SERVIDOR DE DNS. WWW	2,563	2,563	2,563	2,563	2,563	12,817
SERVIDOR DE E-MAIL, PROXY	17,405	17,405	17,405	17,405	17,405	87,023
ESTACION DE FIREWALL	7,008	7,008	7,008	7,008	7,007	35,040
ESTACION DE ADMINISTRACION DE LA RED	11,108	11,108	11,108	11,108	11,107	55,537
ESTACION PARA IAF SOFTWARE DE FACTURACION	19,544	19,544	19,544	19,544	19,544	97,722
SOFTWARE IAF INTERNET APPLICATION FRAME WORK	23,835	23,835	23,835	23,835	23,835	119,176
EQUIPO DE SOPORTE (ROUTER PRINCIPAL)	104,989	104,989	104,989	104,989	104,991	524,947
ENTRENAMIENTO	14,337	14,337	14,337	14,337	14,337	71,685
SISTEMA DE RESPALDO	16,984	16,984	16,984	16,984	16,984	84,920
TOTAL	217,773	217,773	217,773	217,773	217,773	1,088,867

Preparado por: El autor de la investigación, basado en información suministrado por la empresa SUN MICROSYSTEMS "INTERNET SERVICE PORVIDE"

CUADRO XI
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA
(En Balboas)

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	160	160	160	160	160	800
ESCRITORIO SEMIEJECUTIVO	300	300	300	300	300	1,500
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	70	70	70	70	70	350
SILLA EJECUTIVA	100	100	100	100	100	500
SILA SEMI EJECUTIVA	240	240	240	240	240	1,200
SILLA TIPO SECRETARIA	70	70	70	70	70	350
SILLAS DE ESPERA	150	150	150	150	150	750
MESA DE CENTRO	150	150	150	150	150	750
COMPUTADORAS	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	12,000
IMPRESORAS	480	480	480	480	480	2,400
TOTAL	4,120	4,120	4,120	4,120	4,120	20,600

Preparado por : El autor de la investigación, basado en información suministrada por Rodeiag, S.A.

d) Capital de Trabajo Inicial:

De acuerdo a lo aprendido en clases el capital de trabajo es el capital adicional, que se debe tener disponible antes que inicie operaciones un negocio y se considera independientemente de las inversiones en activo fijo.

En el caso particular nuestro el capital de trabajo considerado en el año 0 será de un 11% de las inversiones de los equipos principales, lo que resulta ciento diecinueve mil setecientos setenta y cinco balboas (B/.119,775.00). Considerando la magnitud de la inversión total del negocio, la asignación prevista cubre los gastos totales incurridos durante la etapa inicial del proyecto y los meses iniciales de operación.

e) Financiamiento Requerido:

Antes de detallar el financiamiento requerido, daremos un vistazo del significado de costo del capital que generalmente se conoce la como la tasa de rendimiento mínima.

Según MARIN, Nicolás y KETELHOHN, Werner, 1993 en su libro **INVERSIONES ESTRATEGICAS**, una empresa puede utilizar diversas clases de financiamiento para costear sus proyectos de inversión.

El costo de estos recursos se denomina “costo del capital ” y se define como aquella tasa de rendimiento que toda inversión debe lograr, a fin de que el valor de mercado de las acciones de la empresa se mantenga igual. No obstante, que el concepto es claro, existen

serias dificultades para determinar esta tasa en la práctica, debido principalmente a que los pronósticos del valor del mercado de las acciones comunes no son confiables: P117.

En nuestro caso en particular hemos asumido como financiamiento requerido, préstamo a mediano plazo que comprende un horizonte de cinco (5) años, esta decisión se basó en las condiciones del costo del dinero actualmente, de acuerdo a información suministrada por la Comisión Bancaria Nacional, la tasa de interés para préstamos de 1 a 5 años para el comercio según entidades Bancarias Privadas está alrededor de 9.94% (Información a diciembre de 1998). Para efecto de análisis aplicamos una tasa de interés del 10% anual.

Adicionalmente la tendencia de la tasa de interés pagada por los bancos por depósitos de ahorros y plazo fijo ha disminuido. De acuerdo a información obtenida del Banco del Istmo el interés pagado en cuentas de ahorros mayores de cinco mil balboas (B/.5,000.00) es seis por ciento (6%), y para depósitos de plazo fijo para montos mayores de cincuenta mil Balboas (B/.50,000.00) por cinco años, el interés máximo pagado es de ocho por ciento (8%).

Basado en lo anterior decidimos financiar nuestra inversión mediante pasivo a mediano plazo, ya que cualquier otro medio de financiamiento debe cubrir rendimientos mayores al diez por ciento (12%) para atraer proveedores de fondos.

El análisis del financiamiento requerido lo presentamos en el Cuadro XII, el cual indica las condiciones del mismo. Hemos asumido un financiamiento del 100% de las inversiones fija a realizar. Deseamos señalar que hoy día de acuerdo a los casos comerciales analizados en grandes empresas, no consideran el pago de intereses en sus simulaciones, ya que se deben considerar como parte del costo de capital.

CUADRO XII
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
FINANCIAMIENTO REQUERIDO
(En Balboas)

PLAN DE FINANCIAMIENTO:

Monto a financiar: B/. 1,109,467

Tasa de Interés: 10%

Gasto de Manejo: 12%

Plazo: 5 años

Pago: Semestrales

PERIODO	MONTO	INTERESES	AMORTIZACION	GASTOS DE MANEJO	SALDO
1	1,109,467	55,473	110,947	25,518	998,520
2	998,520	49,926	110,947	3,217	887,574
3	887,574	44,379	110,947	3,107	776,627
4	776,627	38,831	110,947	2,996	665,680
5	665,680	33,284	110,947	2,885	554,734
6	554,734	27,737	110,947	2,774	443,787
7	443,787	22,189	110,947	2,663	332,840
8	332,840	16,642	110,947	2,552	221,893
9	221,893	11,095	110,947	2,441	110,947
10	110,947	5,547	110,947	2,330	0
TOTAL		305,103	1,109,467	50,481	

Preparado por: El autor de la investigación, basado en información suministrada por la Comisión Bancaria Nacional

C. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

1. Estimación de la Inversión Inicial:

a) Inversión Inicial e Inversiones Posteriores:

La inversión inicial de toda empresa se basa en la formación de capital para la producción de un bien o un servicio, esta enmarcada en adquisición de activos físicos, que en su mayoría pasaran a formar parte de los activos fijos de la empresa.

En nuestro estudio la inversión inicial requerida es la adquisición de un sistema configurado por Sun Microsystems compuesto de un sistema de seguridad "firewall", el cual está compuesto de cuatro puertos para cubrir los puntos más importantes de la Geografía Nacional, además controlará todo tráfico de entrada y salida del enlace satelital que es el que permite la comunicación por la red mundial de Internet. Para ilustración del lector el equipo que pretendemos adquirir tiene renombre mundial, casi un cincuenta por ciento (50%) de su facturación provino de los Estados Unidos y tiene presencia en diferente países Latinoamericanos.

Las inversiones tanto en los equipos para el Servicio de Internet y oficina ascienden a un millón ciento nueve mil cuatrocientos sesenta y siete (B/.1,109,467.00), los Cuadros XIII y XIV, presentamos el detalle de la inversión de los activos de la empresa.

En este estudio no se ha considerado inversiones posteriores al inicio de operaciones de la empresa, debido que las inversiones iniciales satisfacen totalmente la demanda estimada

durante los primeros años, esto se debe que la infraestructura que se instalará permitirá brindar servicios en toda la República, actualmente las empresas que brindan servicios de Internet no tienen punto de acceso en todas las provincias.

CUADRO XIII
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
DETALLE DE INVERSION
(En Balboas)

DESCRIPCIÓN	TOTAL
SERVIDOR DE DNS. WWW	12,817
SERVIDOR DE E-MAIL, PROXY	87,023
ESTACION DE FIREWALL	35,041
ESTACION DE ADMINISTRACION DE LA RED	55,538
ESTACION PARA IAF SOFTWARE DE FACTURACION	97,722
SOFTWARE IAF INTERNET APPLICATION FRAME WORK	119,176
EQUIPO DE SOPORTE (ROUTER PRINCIPAL)	524,945
ENTRENAMIENTO	71,685
SISTEMA DE RESPALDO	84,920
TOTAL	B 1,088,867

Preparado por: El autor de la investigación, basado en información suministrada por la
 Empresa SUN MICROSYSTEMS "INTERNET SERVICIE PROVIDE".

CUADRO XIV
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
DETALLE DE EQUIPO DE OFICINA
(En Balboas)

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
ESCRITORIO EJECUTIVO	400	2	800
ESCRITORIO SEMIEJECUTIVO	250	6	1,500
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	175	2	350
SILLA EJECUTIVA	250	2	500
SILLA SEMI EJECUTIVA	200	6	1,200
SILLA TIPO SECRETARIA	175	2	350
SILLAS DE ESPERA	75	10	750
MESA DE CENTRO	150	1	750
COMPUTADORAS	1500	8	12,000
IMPRESORAS	300	8	2,400
TOTAL			20,600

Preparado por: El autor de la investigación, basado en información suministrada por Rodelag, S.A.

b) Vida Económica y Valores Residuales:

Según MARIN, Nicolás y KETELHOHN, Werner, (1993), *Op. Cit.* el término vida económica es el período de tiempo en el cual una inversión permanece económicamente superior a la inversión alternativa para desempeñar el mismo fin, es decir, el período durante el cual la inversión no se vuelve obsoleta. La vida económica del proyecto es el horizonte de tiempo que se adopta para su evaluación. P. 58

Para efecto de evaluación de inversiones cuando se consideran horizontes de mayor tiempo, el análisis es más completo. En los casos de negocios presentados por empresas multinacionales consideran horizontes que se prolongan por cinco años a partir de la realización de las inversiones.

En el caso que nos compete hemos considerado un horizonte de cinco años posteriormente a la inversión realizada, esta decisión se fundamenta debido que hoy día los cambios tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones son muy acelerados, a pesar que la vida económica prevista no va más de diez años como período máximo para cualquiera programa que se desean evaluar.

Otro aspecto que se debe considera independientemente del período analizado en un proyecto, es que su continuidad dependerá más que nada a las estrategias de mercadeo que se pongan en práctica.

Los valores residuales considerados en los flujos de efectivo son las cantidades que aun no se han depreciado de los activos fijos de una empresa

Según **MARIN, Nicolás y KETELHOHN, Werner, (1993), Op. Cit.** Al finalizar la vida económica de un proyecto, se anotarán, como flujos positivos, los valores residuales de los activos productivos y no depreciables, incluyendo la recuperación del capital de trabajo.

En los análisis de los flujos de efectivo no se considera valor residual, dado que hemos asumido una depreciación acelerada, en relación con el período de evaluación financiera del proyecto.

MARIN Y KETELHOHN, aseveran que las estimaciones de la vida económica y valores residuales están sujetas a incertidumbre y para su mejor estimación, es necesario el concurso de ejecutivos expertos en áreas funcionales, especialmente producción y ventas. A pesar de que la probabilidad de equivocarse en estas estimaciones es alta, el impacto de los errores en las tasas de rendimiento de los proyectos se diluye, debido a que los efectos se manifiestan en los flujos finales del horizonte económico.

c) Medición del flujo de efectivo:

El análisis del flujo de efectivo de un proyecto es ver el impacto de los recursos asignados en su vida económica, de los resultados obtenidos dependerá la motivación de los proveedores de capital de seguir en el proyecto o abandonar la idea.

La elaboración de flujos de efectivo que presentaremos se harán basándose en la información indicada en los puntos anteriores. Para efecto de evaluación hemos considerado el análisis de tres (3) flujos de efectivos bajo los siguientes supuestos:

◆ Alternativa Optimista:

Se mantienen los precios originales de los paquetes y velocidades de los servicios, solamente se consideran reducciones de los precios en forma horizontal.

◆ Alternativa Conservadora:

Se da reducción en los diferentes servicios de un quince por ciento (15%), y a vez horizontalmente se consideran disminuciones horizontalmente, tal como lo mencionamos en el punto precio de venta.

◆ Alternativa Pesimista:

La reducción de los precios de los diferentes opciones que tiene tanto los clientes residenciales como corporativos, tiene un reducción de un veinte por ciento (20%), de los precios originales, se asume la misma reducción horizontal de las alternativas anteriores.

Los cuadros XV al XVII, presentan los resultados de los diferentes métodos de evaluación para decisiones de inversiones.

CUADRO XV
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
FLUJO DE EFECTIVO
(En Balboas)

ALTERNATIVA OPTIMISTA

DETALLE	1998	1999	2000	2001	2002	2003
INGRESOS		1,513,083	3,020,664	5,473,088	6,434,119	9,285,120
Cientes residenciales		748,683	1,469,944	2,644,288	3,099,799	4,460,520
clientes corporativos		764,400	1,550,720	2,828,800	3,334,320	4,824,600
COSTOS FIJOS		785,768	778,687	792,046	806,179	821,018
Costos Administrativos		256,372	269,190	282,650	296,782	311,821
Alquiler		29,700	29,700	29,700	29,700	29,700
Seguros		2,330	2,330	2,330	2,330	2,330
Mantenimiento		105,473	105,473	105,473	105,473	105,473
Depreciación		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
Publicidad		150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
COSTOS VARIABLES		82,532	104,912	119,074	135,281	153,837
Servicios (Elect. + Telefonía.)		77,532	89,162	102,538	117,916	135,604.0
Otros gastos		15,000	15,750	16,536	17,364	18,233
UTILIDAD BRUTA		747,296	2,242,058	4,681,023	5,627,921	8,464,083
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		224,189	672,617	1,404,307	1,688,376	2,539,225
UTILIDAD NETA		523,107	1,569,441	3,276,716	3,939,545	5,924,858
MAS DEPRECIACION		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
INVERSION	(1,109,467)					
CAPITAL DE TRABAJO	(119,775)					
VALOR RESIDUAL	0					
FLUJO DE PROYECTO	(1,229,242)	748,001	1,791,334	3,498,809	4,161,438	8,146,762
PR		1.27				
RC		412%				
TIR		127%				
VAN		9,287,270				

CUADRO XVI
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
FLUJO DE EFECTIVO
(En Balboas)

ALTERNATIVA CONSERVADORA

DETALLE	1998	1999	2000	2001	2002	2003
INGRESOS		1,286,121	2,567,564	4,652,125	5,459,001	7,892,352
Cientes residenciales		636,381	1,249,452	2,247,645	2,634,829	3,791,442
clientes corporativos		649,740	1,318,112	2,404,480	2,834,172	4,100,910
COSTOS FIJOS		765,768	778,687	792,046	806,179	718,198
Costos Administrativos		256,372	269,190	282,650	296,782	208,800
Alquiler		29,700	29,700	29,700	29,700	29,700
Seguros		2,330	2,330	2,330	2,330	2,330
Mantenimiento		105,473	105,473	105,473	105,473	105,473
Depreciación		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
Publicidad		150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
COSTOS VARIABLES		92,532	104,912	119,074	135,281	153,837
Servicios (Elect.+ Telefonía.)		77,532	89,182	102,536	117,918	135,604
Otros gastos		15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
UTILIDAD BRUTA		427,821	1,684,066	3,741,005	4,527,542	7,020,319
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		128,346	505,220	1,122,302	1,358,262	2,106,096
UTILIDAD NETA		299,474	1,178,846	2,618,704	3,169,279	4,914,223
MAS DEPRECIACION		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
INVERSION	(1,109,467)					
CAPITAL DE TRABAJO	(119,775)					
VALOR RESIDUAL	0					
FLUJO DE PROYECTO	(1,229,242)	621,398	1,400,738	2,540,597	3,381,173	5,136,117

PR	1.42
RC	404%
TIR	106%
VAN	7,310,807

CUADRO XVII
EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET
FLUJO DE EFECTIVO
(En Balboas)

ALTERNATIVA PESIMISTA

DETALLE	1998	1999	2000	2001	2002	2003
INGRESOS		1,134,812	2,265,498	4,104,816	4,825,589	6,963,840
Clientes residenciales		561,512	1,102,458	1,983,216	2,324,849	3,345,390
Clientes corporativos		573,300	1,163,040	2,121,600	2,500,740	3,618,450
COSTOS FIJOS		766,768	778,587	792,046	806,179	821,018
Costos Administrativos		256,372	269,190	282,650	296,782	311,621
Alquiler		29,700	29,700	29,700	29,700	29,700
Seguros		2,330	2,330	2,330	2,330	2,330
Mantenimiento		105,473	105,473	105,473	105,473	105,473
Depreciación		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
Publicidad		150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
COSTOS VARIABLES		92,532	104,912	119,074	135,281	153,837
Servicios (Elect.+ Telefonía.)		77,532	89,162	102,536	117,916	135,604
Otros gastos		15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
UTILIDAD BRUTA		276,512	1,381,999	3,193,696	4,019,411	5,988,968
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		82,954	414,600	958,109	1,205,823	1,796,696
UTILIDAD NETA		193,559	967,399	2,235,587	2,813,587	4,192,290
MAS DEPRECIACION		221,893	221,893	221,893	221,893	221,893
INVERSION	(1,109,467)					
CAPITAL DE TRABAJO	(119,775)					
VALOR RESIDUAL	0					
FLUJO DE PROYECTO	(1,229,242)	415,462	1,189,293	2,457,481	3,035,481	4,414,184

PR	1.68
RC	345%
TIR	95%
VAN	6,174,368

D. METODOS DE EVALUACIÓN DE INVERSIONES

1. Período de Recuperación (PR):

Este criterio de evaluación es una medida del desarrollo de una inversión, este ignora el valor del dinero en el tiempo, mide el lapso durante el cual la empresa debe soportar el riesgo en la inversión. Según el presente método las inversiones con un periodo de recuperación corto son las mejores.

Los periodos de recuperación obtenidos fueron lo siguientes:

<u>Alternativas</u>	<u>Periodo de Recuperación</u>
Optimista	1.27 años
Conservadora	1.42 años
Pesimista	1.68 años

Si se observan los resultados en cada una de las alternativas, se determinan una alta tasa de rendimiento producto de los periodos de recuperación obtenidos

2. Rentabilidad Contable (RC):

La rentabilidad contable se fundamenta en relación entre el beneficio neto anual promedio con la inversión inmovilizada promedio durante la vida económica del proyecto. De acuerdo a las simulaciones efectuadas obtuvimos los siguientes resultados:

<u>Alternativas</u>	<u>Rentabilidad Contable</u>
Optimista	412%
Conservadora	404%
Pesimista	345%

Se puede corroborar en cada de los resultados obtenidos el rendimiento la inversión sobre la utilidad neta promedio en el horizonte analizado, en cada una de las alternativas presentadas la rentabilidad contable es totalmente aceptable.

3. Tasa Interna de Rendimiento (TIR):

La tasa interna de interna de rendimiento se emplea como criterio para analizar proyectos por medio de porcentajes que miden el rendimiento de una inversión. De igual modo, se utiliza para evaluar las ventajas financieras, usa además para clasificar de acuerdo el uso más eficiente de los recursos. Presentamos a continuación cada un de la tasa de rendimiento de las alternativas analizadas.

<u>Alternativas</u>	<u>Tasa Interna de Rendimiento</u>
Optimista	127%
Conservadora	106%
Pesimista	95%

Como se puede observar cada uno de los TIR obtenidos están por encima de la tasa mínima de rendimiento, que en nuestro caso es un diez por ciento (10%) del costo del

capital. La tasa interna de rendimiento resultantes determinan que aceptando la alternativa pesimista garantiza la viabilidad del proyecto.

4. Valor Actual Neto (VAN):

El Valor actual neto evalúa los beneficios netos del proyecto, comprando los diferentes flujos anuales de beneficios y costos através de la vida de económica. El valor actual neto estima el monto en que los beneficios actualizados exceden los costos actualizados del proyecto. Para comprobar este criterio presentamos los diferentes VAN resultantes de los flujos actualizados:

<u>Alternativas</u>	<u>Valor Actual Neto</u>
Optimista	9,287,270
Conservadora	7,419,694
Pesimista	6,174,368

De acuerdo a los resultados obtenidos en cada uno de los criterios de evaluación utilizados, refleja que la idea establecer una empresa proveedora de Internet es altamente rentable. Esto es un hecho dado que hoy día aparecen nuevos proveedores de este servicio en la medida que se aproxima el año 2002, fecha que se liberaran las telecomunicaciones en la República de Panamá, esto incidirá en la penetración en el mercado del servicio de Internet, debido que se permitirá legalmente enviar voz e imagen a costos inferiores a las tarifas telefónicas.

CAPÍTULO CUARTO
ANÁLISIS DE RIESGO

A. RIESGO E INCERTIDUMBRE EN LAS DECISIONES DE INVERSIONES

1. Definición del Riesgo:

Según **DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA**, 1984, define el riesgo así:
Dícese de las empresas que se acometen o contratos que se celebran sometidos e influjo de suerte o evento, sin poder reclamar por la acción de estos. P.1,190.

2. Conceptos Básicos:

Las técnicas utilizadas en la administración financiera con relación a las técnicas del presupuesto de capital se basan en suposiciones de los evaluadores al momento de analizar las diferentes alternativas posibles para decidir o no la viabilidad de un proyecto. Se asume, que al momento de la evaluación los analistas tienen pleno conocimiento de la demanda del producto o servicio, de los costos inherentes a la operaciones y otras variables importantes.

Los flujos futuros esperados en nuestro estudio, se analizaron independientemente. Pero debemos considerar y medir el riesgo a asociados con las posibles expectativas en el futuro.

Cuando evaluamos un proyecto se debemos considerar posibles situaciones inciertas, dentro las cuales podemos mencionar las siguientes:

- ◆ Existen varios giros posibles de acción

- ◆ Los diferentes giros de acción deben orientar a los evaluadores de proyectos en la toma de decisiones de inversiones.
- ◆ Existencia de varias probabilidades que resultan de las acciones de un caso en particular.
- ◆ El pago total que determina el ordenamiento parcial de los posibles resultados, que establecen el beneficio resultante de cada una de las alternativas evaluadas.
- ◆ El tener información inadecuada, opera en un mundo de incertidumbre; por lo que determina posibles resultados en cada una de las alternativas analizada.

Con respecto al último aspecto mencionado anteriormente, deseamos enfatizar que en nuestra investigación procuramos obtener la mayor cantidad de información y en adición fuimos asesorados por expertos en la materia.

3. Información Objetiva y Subjetiva en la Determinación del Riesgo:

Como en todo análisis de viabilidad de una nueva empresa, debemos considerar la información objetiva y subjetiva. En nuestro caso, la información objetiva se basó fundamentalmente de las fuentes primarias y secundarias, correspondiendo la primera mediante de encuestas y secunda obtenida a través de datos estadísticas e informaciones técnicas.

La información subjetiva, tiene que ver con el pensar y sentir de las personas que analizan un determinado problema. La admisión de la legitimidad de las distribuciones subjetivas de la probabilidad, derivará en la utilización de la teoría estadística de la

decisión. Por el contrario, la no-admisión de la legitimidad de la información subjetiva conllevará la metodología de la teoría de juegos.

4. Certeza, Riesgo e Incertidumbre:

Cuando la información obtenida es completa, los resultados obtenidos tienen cierta precisión y las decisiones que se asuman bajo estas circunstancias son decisiones de determinísticas o decisiones bajo certeza. En la práctica, cuando se considera una situación bajo este criterio, el futuro no será conocido con certeza, pero sí decisión elegida; supone un futuro predecible, entonces la decisión se considera bajo certeza.

Cuando los resultados posibles preveé una gama de posibilidades, entonces la decisión de inversión se torna incierta. Cuando todos los resultados posibles se conocen con su probabilidad de ocurrencia, se tiene una situación de riesgo que envuelve la decisión. El riesgo de un suceso se mide con la probabilidad de ocurrencia, de manera que pueda utilizarse en el cálculo de los valores esperado.

Los conocimientos fundamentales sobre el riesgo son la medición y la predicción. La probabilidad de ocurrencia puede ser deducida analíticamente o inferida a partir de datos obtenidos de experiencias pasadas.

Cuando los resultados posibles son parcialmente conocidos pero no así su probabilidad de ocurrencia, las decisiones se toma bajo incertidumbre. La incertidumbre, surge por falta de información relacionada con el problema de decisión. Esta falta de información, hace que la decisión revista de un carácter subjetivo.

Los acontecimientos bajo riesgo y la incertidumbre, no pueden incorporarse con complacencia en la toma de decisiones de inversión; el riesgo, puede estimarse bajo certeza, permitiendo así lo proyectado, la incertidumbre tiene por el contrario la característica de la subjetividad, por lo que la actuación se basara únicamente a los eventos previstos.

5. Problema del Riesgo del Proyecto:

El riesgo de un proyecto lo podemos definir como la variabilidad de sus flujos de efectivo en comparación con aquellos que se esperan. Mientras mayor sea la variabilidad es más riesgoso el proyecto. Para cada alternativa se proyectan los flujos de efectivo, y para efecto de análisis, presentamos la derivación del valor esperado y la desviación estándar de los posibles flujos de efectivo de alternativas optimista, conservadora y pesimista.

Se ha asumido para cada período las siguientes probabilidades:

<u>Año</u>	<u>Probabilidad</u>
1	0.10
2	0.20
3	0.40
4	0.20
5	0.10
	<u>1.00</u>

ALTERNATIVA OPTIMISTA

FLUJO DE EFECTIVO POSIBLE CF_{xi}	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA P_{xi}	$(CF_{xi})(P_{xi})$	$(CF_{xi} - CF_1)^2 (P_{xi})$
745	0.10	75	$(745-3,279)^2 (0.10)$
1,791	0.20	358	$(1,791-3,279)^2 (0.20)$
3,499	0.40	1,399	$(3,499-3,279)^2 (0.40)$
4,161	0.20	832	$(4,161-3,279)^2 (0.20)$
6,147	0.10	615	$(6,147-3,279)^2 (0.10)$
	<u>$\Sigma 1.00$</u>	<u>$\Sigma 3,279 = CF_1$</u>	<u>$\Sigma = 2,082,176 = \sigma^2$</u>
			$(2,082,176)^{.5} = 1,443 = \sigma_1$

ALTERNATIVA CONSERVADORA

FLUJO DE EFECTIVO POSIBLE CF_{x1}	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA P_{x1}	$(CF_{x1})(P_{x1})$	$(CF_{x1} - CF_1)^2(P_{x1})$
521	0.10	52	$(521-2,660)^2(0.10)$
1,401	0.20	280	$(1,401-2,660)^2(0.20)$
2,841	0.40	1,136	$(2,841-2,660)^2(0.40)$
3,391	0.20	678	$(3,391-2,660)^2(0.20)$
5,136	0.10	514	$(5,136-2,660)^2(0.10)$
	<u>$\Sigma 1.00$</u>	<u>$\Sigma 2,660 = CF_1$</u>	<u>$\Sigma = 1,507,607 = \sigma^2$</u>
			$(1,507,607)^{\frac{1}{2}} = 1,228 = \sigma_1$

ALTERNATIVA PESIMISTA

FLUJO DE EFECTIVO POSIBLE CF_{x1}	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA P_{x1}	$(CF_{x1}) (P_{x1})$	$(CF_{x1} - CF_1)^2 (P_{x1})$
415	0.10	42	$(415-2,311)^2 (0.10)$
1,189	0.20	238	$(1,189-2,311)^2 (0.20)$
2,457	0.40	983	$(2,457-2,311)^2 (0.40)$
3,035	0.20	607	$(3,035-2,311)^2 (0.20)$
4,414	0.10	441	$(4,414-2,311)^2 (0.10)$
	$\Sigma 1.00$	$\Sigma 2,311 = CF_1$	$\Sigma = 1,166,851 = \sigma^2$
			$(1,166,851)^{1/2} = 1,080 = \sigma_1$

Los resultados obtenidos para cada alternativa del valor esperado y la Desviación Estándar fueron las siguientes:

<u>Alternativas</u>	<u>Valor esperado</u>	<u>Desviación Estándar</u>
Optimista	3,279	1,443
Conservadora	2,660	1,228
Pesimista	2,311	1,080

Se observa que el valor esperado de la alternativa de optimista es el mayor, sin embargo, tiene la desviación estándar más alta, lo que determina tener un riesgo mayor.

Si efectuamos otra medición de riesgo mediante el coeficiente de variación, obtendremos lo siguiente:

$$CV_o = 1,443/3,279 = 0.44$$

$$CV_c = 1,228/2,660 = 0.46$$

$$CV_p = 1,080/2,311 = 0.47$$

Si observamos el coeficiente de variación, en este caso la alternativa pesimista, es la que indica tener un mayor grado de riesgo.

Si validamos los resultados, existe una gran verdad, debido a las comparaciones que efectuamos en cada una de las alternativas. Se utilizó el precio, como medio para establecer hasta donde podríamos reducir este, para competir dentro del mercado.

Cada uno de los resultados obtenidos tanto en el valor esperado y el coeficiente de variación, nos puede decir que se puede asumir los riesgos en este tipo de decisión de inversión.

6. Riesgo Total del Proyecto

Por naturaleza, los inversionistas tiene aversión al riesgo, por analizar la idea de la creación de una nueva empresa debemos considerar los riesgos posibles inherentes a la actividad comercial que se pretende incursionar.

Los riesgos que se deben considerar en una empresa de este tipo de servicio son el siguiente:

- ◆ Existencia de nuevos proveedores de Internet.
- ◆ Precios no competitivos.
- ◆ Crecimiento del mercado.
- ◆ Cambios tecnológicos.
- ◆ Sistema de facturación inadecuado.
- ◆ Intensificación de mercadeo por parte de la competencia.

En cada uno de los riesgos arriba mencionados, se deben tomar las previsiones de los riesgos que podemos controlar y evitar eventualidades.

Toda decisión de inversiones tiene sus niveles de riesgo por tal razón, hay que considerarlos, para llevar a cabo una buena inversión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de haber analizado el **Riesgo y Rendimiento de una Empresa Proveedora del Servicio de Internet**, presentamos las siguientes conclusiones las cuales consideramos son relevantes dentro de la investigación efectuada, a continuación enumeramos las mismas:

1. El servicio de Internet en la República de Panamá, es de reciente explotación, siendo uno de los negocios de mayor crecimiento, esto es así debido a que cada día hay mayor interés de ciertos inversionistas en invertir en es tipo de actividad comercial.
2. Cada día se hacen necesario los servicios de acceso Satelital a Internet para servicios empresariales, con la finalidad de obtener información de índole financiera, bursátil, industrial, que les permita a los Gerentes de las medianas y pequeñas empresas tomar decisiones ante cualquier eventualidad en el estado de la economía mundial.
3. Panamá a diferencia de algunos países de América Latina cuenta con una adecuada infraestructura de comunicaciones, lo que ha permitido hayan establecidos una serie de proveedores de Internet.
4. Los altos costos de algunos proveedores de Internet, han limitado el acceso a ciertos grupos de la población panameña de medianos y bajos ingresos, hacer uso de este servicio.

5. La privatización de la empresa telefónica en Panamá, ha permitido la atracción de capitales, esto es así por las invasiones millonarias que se han dado en este negocio en los dos últimos dos años, caso de ello Intel, hoy día Cable & Wireless.
6. Con el desarrollo de Internet se facilita la comunicación entre las empresas y la clientela, facilitándoles información sobre sus actividades, esto facilita las ventas de las empresas.
7. Las reducciones en los precios de las computadoras, han permitido que un número significativo de los propietarios de estas, se interesen por adquirir el servicio de Internet al proveedor de su preferencia.
8. Internet ha facilitado el acopio de información en un menor tiempo a las empresas, reduciendo sus costos operativos, debido a que se les facilita efectuar sus tareas en un menor tiempo.
9. De los resultados de las alternativas conservadora y pesimista, la tasa interna de rendimiento es relativamente alta, lo que nos demuestra los altos beneficios que perciben cada uno de los propietarios de una empresa que brinda el servicio de Internet.

RECOMENDACIONES

Una vez finalizado nuestra investigación, enumero a continuación algunas recomendaciones, que para nuestro concepto son fundamentales para el desarrollo del Servicio de Internet

1. Debe haber una mayor relación entre las empresas suplidoras de computadoras y los proveedores de Internet, con la finalidad de incentivar a los propietarios de estos equipos, obtener el servicio de Internet.
2. Las autoridades de las diferentes universidades en nuestro medio, deben asociarse con alguna empresa de Internet y distribuidores de computadoras, para la creación, de especies de cafés Internet, así se le facilita a los estudiantes efectuar sus investigaciones.
3. Los precios actuales del servicio de Internet tienen que ser consoná a la realidad socioeconómica del país, por la cual deberían ofrecer precios al alcance de todas las personas independientemente de su posición social.
4. Debe efectuarse una mayor divulgación, a los diferentes niveles educativos, donde se trasmite lo valioso e importante que es la información disponible en la red de Internet, que les permitirá estar actualizados en todos los campos de la ciencia, como poder ampliar el campo del conocimiento.

5. Deben incorporarse nuevos servidores con información en español, debido que la mayoría de la información está presentada en inglés, lo que limita a muchas personas la adquisición de este servicio.

6. Se debe solicitar al gobierno nacional la reducción de los aranceles de las computadoras que utilizaran exclusivamente los estudiantes, esto facilitara a los padres de familias adquirir una computadora a precios módicos, la pérdida estos ingresos fiscales, será compensada vía impuesto sobre la renta en la medida que las empresas proveedoras de Internet aumente su clientela.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

BRAVO, Juan, 1994. EL PLAN DE NEGOCIOS, Ediciones Díaz de Santos, S.A. España, 233 págs.

GRALLA, Preston, 1996. COMO FUNCIONA INTERNET, Editorial Prentice Hall Internacional, USA, 180 págs.

GITMAN, Lawrence, 1996. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial Harla, México, 792 págs.

GUTIERREZ, Luis, 1993. FINANZAS PRÁCTICAS PARA PAISES EN DESARROLLO, Editorial Norma, Colombia, 354 págs.

HARLEY, Hann, 1996. INTERNET MANUAL DE REFERENCIA, Editorial Mc Graw Hill, México, 485 págs

MARIN, José N. Y KETELHOHN, Werner, 1995. INVERSIONES ESTRATEGICAS, Editorial Libro Libre, Costa Rica, 287 págs.

MARTING, Betty, 1994. GUÍA PARA PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, Ediciones Jurídicas, Colombia, 215 págs.

MIQUEL, Salvador, BIGNE, Enrique, LEVY, Jean Pierre, CUENCA, Antonio Carlos, MIQUEL, Ma. José, 1997. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Editorial Mc Graw Hill, España, 453 págs.

ORTIZ, Hector, 1996. ANÁLISIS FINANCIERO APLICADO, Editorial Universidad Externado de Colombia, 727 págs.

SABINO, Carlos, 1995, EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN, Editorial Panamericana, Colombia, 170 págs.

SAPAG, Nassir, SAPAG, Reinaldo, 1995. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc. Graw Hill, México, 307 págs.

SERNA, Humberto, 1994. PLANEACIÓN Y GESTIÓN ESTRATEGICA, Fondo Editorial Legis, Colombia, 374 págs.

VAN HORNE, James, 1988. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA, Editorial Prentice Hall, México, 897 págs.

REVISTAS

ENLACE ANDINO, Editado por Asociación de Empresas de Telecomunicaciones
Del Acuerdo Subregional Andino

INFORMACION TECNICA Y COSTOS

SUN MICROSYSTEMS "INTERNET SERVICE PROVIDE"

DICCIONARIOS

ROSENBERG, J. M. DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS,
Editorial Grupo Editorial Océano, España, 641 págs.

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 1984. Vigésima Edición, Real
Academia Española, Editorial Espasa-Calpe, S.A. España 1,416 págs.

DOCUMENTOS OFICIALES

CÓDIGO DE COMERCIO DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ, Edición
Actualizada, Editado por Sistemas Jurídicos, S.A. Panamá, 654 págs.

ENTREVISTAS PERSONALES

DENIS, Edillbrando. Gerente General, **CHARTER COMUNICACIONES**.

MIRANDA, Orlando. Divisionario de Internet, **CABLE & WIRELESS PANAMÁ**.

ANEXOS

ANEXO N° 1
CODIGO DE COMERCIO
ESTABLECIMIENTO DE SOCIEDADES
COMERCIALES

TÍTULO VIII
De las Sociedades Comerciales

CAPÍTULO I
Disposiciones Generales

Artículo 249. Dos o más personas naturales o jurídicas podrán formar una sociedad de cualquier tipo o una o más de ellas podrán ser accionistas, directores, dignatarios, administradores, apoderados o liquidadores de la misma.

Artículo 250. Las sociedades comerciales se regirán conforme a las estipulaciones lícitas del respectivo contrato y a las disposiciones del presente Código.

Artículo 251. La sociedad mercantil constituida con arreglo a las disposiciones de este Código, tendrá personalidad jurídica propia y distinta de la de los socios para todos sus actos y contratos.

La ley no reconocerá la existencia de las sociedades que no estuvieren constituidas de acuerdo con los trámites y formalidades prescritos por ella; sin embargo, la nulidad del contrato de sociedad o la disolución de ésta no perjudicarán las acciones que correspondan a terceros de buena fe contra todos y cada uno de los asociados por razón de los negocios ejecutados por la compañía.

Jurisprudencia: (Auto de 24 de marzo de 1994 Primer Tribunal Superior; Proceso de José José Chung Yau vs. Alicia Chen Chan) "También debe señalarse que la sociedad mercantil tiene personalidad jurídica propia y distinta de la de los socios para todos sus actos y contratos (véase artículo 251 del Código de Comercio). Sabido es que una de las principales consecuencias de la aplicación del concepto de persona jurídica es el de la autonomía patrimonial y separación de responsabilidad, principio según el cual los bienes que se aporten a una sociedad pertenecen en propiedad a la sociedad como persona jurídica. Es decir, que

el patrimonio de la sociedad es separado del patrimonio de sus socios o accionistas (Revisión Juris. Año 2 Nº 2, Pág. 369)

Artículo 252. Las sociedades accidentales o cuentas en participación carecen de personalidad jurídica propia y no estarán sujetas a ninguna solemnidad; su existencia podrá acreditarse por los medios comunes de prueba.

Artículo 253. Si se formare de hecho una sociedad sin convenio inscrito y publicado que le dé existencia legal, conforme a las disposiciones de este Título, cada socio podrá en cualquier tiempo, retirar sus aportes, debiendo todos ellos rendirse cuenta recíproca, según las reglas del derecho común, del resultado de cuantas operaciones hubieren ejecutado en nombre de la sociedad.

Artículo 254. Los que obraren a nombre de sociedades no constituidas o que no funcionaren de conformidad con las disposiciones de la ley, quedarán en cuanto a los respectivos actos o contratos, obligados personal, limitada y solidariamente.

Artículo 255. No expresándose en el contrato plazo o condición para que tenga principio la sociedad, se entenderá contraída desde el momento mismo de la celebración del convenio; pero respecto de terceros la constitución de una sociedad sólo surtirá efectos desde que la respectiva escritura fuere presentada al Registro Mercantil.

Toda estipulación según la cual la sociedad no haya de funcionar sino después de un determinado periodo posterior a la presentación o inscripción de la escritura, será ineficaz con respecto a terceros.

Artículo 256. El nuevo socio de sociedad ya constituida responderá como los demás, de todas las obligaciones contraídas por ésta antes de su admisión, aunque haya cambiado la razón social.

Toda estipulación en contrario será nula.

Artículo 257. Es de esencia de toda compañía que cada socio aporte alguna parte de capital, sea en dinero, efectos, créditos, industria o trabajo.

¹ Este título no es considerado dentro de la normativa de las sociedades anónimas. VER art. 93 de la Ley 32 de 26 de febrero de 1927 (G.O. 3 067 de 16 de marzo de 1927).

² Aparece tal como fue subrogado por el art. 33 del Decreto Ley 5 de 2 de julio de 1997 (G.O. 23.327 de 9 de julio de 1997).

los quince días siguientes a la celebración del contrato, y un extracto de la misma deberá publicarse dentro del mismo término por tres veces en un periódico de la localidad, y no sabiendo, en uso de la más próxima, caso en el cual la publicación se hará también por medio de carteles fijados en los parajes más públicos del domicilio social.

Si la sociedad estableciera sucursales en diversos lugares de la República la publicación se hará en cada uno de ellos.

La inserción en un periódico se justificará con un ejemplar del mismo certificado por la respectiva autoridad de policía; la publicación por carteles, con certificación de la misma autoridad.

Artículo 289. Cualquier reforma, ampliación o modificación del contrato de sociedad, deberá, para tener efecto, formalizarse con las mismas solemnidades prescritas en los dos artículos anteriores.

La omisión de tales requisitos no podrá ser alegada ni por los socios entre sí, ni por éstos contra terceros.

Artículo 290. Los administradores de las sociedades, bajo su personal responsabilidad, deberán gestionar la inscripción en el Registro Mercantil y hacer la publicación de la escritura social dentro del término señalado.

Artículo 291. Todo socio tendrá el derecho de llenar por cuenta de la sociedad los requisitos de inscripción y publicación de la escritura social, así como la de las modificaciones de la misma. También podrá cualquier socio obligar a los administradores a cumplir con dichas formalidades.

Artículo 292. En las sociedades en comandita por acciones y anónimas, los suscriptores de acciones podrán exigir que se les descargue de las obligaciones de la suscripción si hubieren transcurrido tres meses desde la expiración del plazo señalado para la presentación de la escritura al Registro Mercantil, y la publicación de la misma sin que se hayan efectuado dicha presentación y publicación.

Artículo 293. La escritura de sociedad deberá contener:

1. Los nombres, apellidos y domicilios de los otorgantes;
2. La razón o firma social, así como la denominación de la sociedad en su caso, expresando la clase y el domicilio de la misma;
3. El objeto y duración de la sociedad y la manera de computar dicho término;
4. El capital social especificando el aporte, suscrito y pagado total o parcialmente por cada socio, y los plazos y modo como deba entregarse el resto en este último caso. Si la sociedad fuere anónima o en comandita por acciones, se expresará la naturaleza, número, valor y demás circunstancias de éstas, con indicación de si son nominativas o al portador y si son recíprocamente convertibles o no;
5. Mención de los socios que han de tener a su cargo la dirección o administración de la sociedad y el uso de la firma social. Si se tratare de sociedad en comandita simple, se indicará además el nombre y domicilio de los comanditados. Si la sociedad fuere anónima o en comandita por acciones, se expresará el nombre y domicilio de los administradores, las facultades de éstos y la manera como haya de administrarse, dirigirse y fiscalizarse la sociedad; las facultades de la asamblea general de accionistas, las condiciones para la validez de sus resoluciones y la manera de computar los votos;
6. La manifestación de lo que cada socio aporte a la compañía, sea en industria, dinero, créditos, efectos u otros bienes, con expresión del valor que se les diere;
7. El tanto por ciento destinado a fondo de reserva en sociedades por acciones que no sean cooperativas;
8. La manera y forma de hacer el inventario y balance, así como el reparto de dividendos, los medios de fiscalizar estas operaciones y la época en que deben practicarse;
9. La participación que los fundadores de sociedades anónimas y en comandita por acciones se reserven en las utilidades, y la

forma en que hayan de percibirlos, así como cualquiera otra ventaja que hubiere de corresponderles:

- 10 Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- 11 Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y la manera de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hubiesen sido designados con anterioridad.
- 12 La forma en que hará sus publicaciones la sociedad.
- 13 Todas las demás cláusulas y condiciones lícitas en que los socios hubieren convenido o que fueren necesarias para determinar con precisión sus derechos y obligaciones entre sí, y respecto de terceros.

Artículo 294. La inscripción que debiera practicarse en el Registro de Comercio de la escritura social, debiera contener las circunstancias que expresa el artículo anterior y llevara la fecha del día en que el documento fuere presentado al Registro.

Artículo 295. No será admitida prueba alguna contra el tenor expreso consignado en la escritura social o sus modificaciones legalmente hechas.

Toda cláusula o condición reservada que contradijera las estipulaciones de la escritura social, será absolutamente nula.

Artículo 296. No será admitida en juicio ninguna acción fundada en la existencia de la sociedad, si no se comprueba ésta por medio de la escritura social debidamente registrada o de una certificación de la respectiva inscripción en el Registro de Comercio.

No obstante, los terceros interesados podrán, a falta de escritura social inscrita, acreditar por los medios comunes de prueba la existencia de la sociedad de hecho y las condiciones bajo las cuales haya funcionado.

Jurisprudencia. (Sentencia de 13 de enero de 1994. Primer Tribunal Superior. Proceso de Luz Mary Lasso Ortega vs. Abel Leguizamo Quintero) "Tomando como punto de partida la interpretación de la norma contenida en el artículo 296 del Código de Comercio, la jurisprudencia nacional y en particular este propio Tribunal "ad quem" han convenido en que "La existencia de una sociedad de hecho puede probarse por cualquiera de los medios permitidos por la Ley..." En el desarrollo de la premisa señalada en el párrafo anterior, se

admite la prueba testimonial en la acreditación de una sociedad de hecho, aun cuando la prueba por excelencia para dicho supuesto, es aquella constituida por la presentación de la respectiva Escritura Pública. (Revista Jurídica, Año 3, Nº 1, Pág. 187)

CAPITULO VI
De la Sociedad Anónima

¹ Artículo 417. La Asamblea General de Accionistas constituye el poder supremo de la sociedad anónima, pero en ningún caso podrá por un voto de la mayoría privar a los accionistas de sus derechos adquiridos ni imponerles, salvo lo dispuesto en el presente Código, un acuerdo cualquiera que contradijere los estatutos.

² Artículo 418. Todo accionista tendrá derecho a protestar contra los acuerdos de la Junta General de Accionistas tomados en oposición a la Ley, al Pacto Social o los Estatutos, pidiendo, dentro del término fatal de treinta (30) días, demandar la nulidad ante el Juez competente quien, si lo considera de urgencia, podrá suspender la ejecución de lo acordado hasta que quede resuelta la demanda. En ningún caso se procederá a dicha suspensión si el accionista al demandar escoge la vía ordinaria.

Jurisprudencia. (Sentencia de 11 de febrero de 1994 Primer Tribunal Superior, Proceso de Amado Brizuela v Alicia McLeod vs Sociedad Sibraza, S.A.) "Luego de un análisis de la disposición legal transcrita, esta Colegiatura ha de coincidir con el criterio esbozado por el apoderado legal de la parte actora, en su escrito de oposición a la alzada, en el sentido de que el aludido artículo 418 del Código de Comercio lo que establece es un plazo de caducidad del derecho de los accionistas a protestar contra los acuerdos tomados por la Junta General de Accionistas, en contravención con la ley, el pacto social o los estatutos. Y ello es así, por cuanto que, efectivamente, la norma jurídica en comento, conlleva o lleva implícito un derecho y no una acción, por tanto, el término de los treinta días conlleva la caducidad del derecho, trasciende esta disyuntiva a la

prescripción, tuvo presente también el ejercicio de esta acción." (Revista Juris Año 3, Nº 7, Pág. 191)

Jurisprudencia. (Sentencia de 13 de julio de 1995 Primer Tribunal Superior Proceso Simón Santiago Del Río vs Miesco S.A.)

Al respecto, esta Superioridad reitera el criterio vertido mediante Sentencia de fecha 26 de enero de 1994 dentro del proceso sumario promovido por MERCEDES DE LEÓN DE HEMMERLING, quien solicita la nulidad de la Junta General de Accionistas de la sociedad LUZ DE LUNA, S.A. en español o MOONLIGHT INC. en inglés; en el sentido de que el término a que alude la disposición legal transcrita, tal cual lo sostiene el apoderado judicial de la recurrente, no es aplicable al caso que nos ocupa, por cuanto que en la norma jurídica en cuestión se establecen dos requisitos fundamentales para que tenga lugar su aplicación, como lo son, en primer lugar, que la protesta contra los acuerdos asumidos en una Asamblea General de Accionistas sea presentada por un accionista y en segundo lugar, que los acuerdos hayan sido tomados por la Junta General de Accionistas, lo cual no se ha demostrado en este caso en particular, puesto que el señor AGUSTIN DIAZ COUGLEY, quien aparece en el acta impugnada como accionista mayoritario, no ha demostrado su calidad de accionista mayoritario, por tanto mal puede aplicarse el término de treinta días consagrado por el artículo 418 del Código de Comercio, si no se ha establecido de manera fehaciente que fueron los accionistas en Junta General que tomaron las decisiones que se cuestionan. En otras palabras, quien alega la prescripción debe demostrar que la decisión que se impugna fue tomada con la participación de los accionistas de la sociedad afectada." (Revista Juris, Año 1, Vol. 7, Tomo I, pag. 111, Sistemas Jurídicos, S.A.)

Jurisprudencia. (Sentencia de 11 de abril de 1994 Primer Tribunal Superior, Proceso Andres Robles Cebrian vs. Semirax Corporation) "...el accionista puede impetrar la nulidad de lo acordado en una reunión de accionistas, por considerarlo contrario a la Ley, al Pacto Social o los Estatutos, sin que ello implique en forma necesaria, la nulidad del certificado de acciones emitido en la convocatoria.

Lo que sí constituye un presupuesto que debe reunir quien demande la nulidad del acuerdo de la Junta de Accionistas de la sociedad, es la acreditación de su condición de accionista" (Revista Juris, Año 3, Nº 7, Pág. 186).

³ Artículo 420. La Junta General de Accionistas será convocada por la Junta Directiva por las personas debidamente facultadas para ello por la Ley, el Pacto Social o los Estatutos o por el respectivo Juez del Circuito. La convocatoria

¹ Este Capítulo fue derogado por el art. 95 de la Ley 32 de 26 de febrero de 1927 (G.O. 5 067 de 16 de marzo de 1927) Este Capítulo incluía los artículos 359 a 459.

Los artículos 417, 418, 420, 421, 426, 427, 444, 517, 524, 531, 548 y 556 fueron restablecidos en su vigencia por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946).

² La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946).

³ La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946). Aparece tal como fue subrogado por el art. 38 del Decreto de Gabinete 247 de 16 de julio de 1970 (G.O. 16.652 de 22 de julio de 1970).

⁴ La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946). Aparece tal como fue subrogado por el art. 39 del Decreto de Gabinete 247 de 16 de julio de 1970 (G.O. 16.652 de 22 de julio de 1970).

judicial procedera unicamente cuando asi lo soliciten uno o varios accionistas cuyas acciones representen, por lo menos, una vigesima parte del capital social, si el Pacto Social o los Estatutos no concedieren ese derecho a accionistas con menor representacion. La solicitud de que habla este articulo sera resuelta de plazo.

Articulo 425. La Asamblea General podra acordar el nombramiento de revisores para el examen del balance, o de los antecedentes de construccion de la sociedad, o de la gestion social. Si la proposicion que al efecto se hiciere fuere desechada, podra el Juez, sin mas trámite, nombrar tales revisores a peticion de accionistas cuya participacion represente un vigesimo del capital social. No se atendera dicha solicitud sin previo deposito de las acciones de los petentes en el Juzgado y abanzamiento de los gastos que ocasionare, cuyo monto fijara el Juez prudencialmente.

²Articulo 426. En el caso del articulo anterior, la administracion habra de permitir a los revisores el examen de los libros y papeles de la sociedad, y las existencias metálicas, en mercaderia o en cualquier otra clase de valores. Los revisores entregaran al Juzgado su informe, y éste, si lo estimare oportuno, ordenara la convocatoria de una asamblea general para conocer de él, y resolvera si los gastos causados han de abonarse por la sociedad.

³Articulo 427. Si el Juez desestimare la solicitud del nombramiento de revisores, o ésta resultare injustificada por el dictamen de los mismos, los accionistas solicitantes seran condenados en las costas y responderan mancomunada y solidariamente a la sociedad, de los perjuicios que le ocasionaren.

⁴Articulo 444. Los directores no contrairan responsabilidad personal por las obligaciones de la sociedad, pero responderan personal o solidariamente, segun el caso, para con ella y para con los terceros: de la efectividad de los pagos que aparezcan hechos por los socios, de la existencia real de los dividendos acordados, del buen manejo de la contabilidad y en general de la ejecucion o mal desempeño del mandato o de la violacion de las leyes, pacto social, estatutos o acuerdos de la asamblea general. Quedaran exentos de responsabilidad los directores que hubieren protestado en tiempo habilitado contra la resolucion de la mayoria o los que no hubieren asistido con causa justificada. La responsabilidad solo podra ser exigida en virtud de un acuerdo de la asamblea general de accionistas.

¹ La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946).

² La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946).

³ La vigencia de este artículo fue restablecida por el art. 1 de la Ley 9 de 2 de julio de 1946 (G.O. 10.051 de 19 de julio de 1946).

No podrá obligarse a los socios a aumentar el aporte convenido ni a reponerlo en caso de pérdida, a menos que otra cosa estuviera estipulada.

Artículo 258. Ningún socio podrá, sin el consentimiento unánime de los otros, reducir o de alguna manera modificar su aporte o cuota en el fondo social.

Artículo 259. Perdida la cosa aportada en usufructo, el aportante podrá reponerla con otra que preste a la sociedad el mismo servicio que aquella y los demás socios estarán obligados a aceptarla siempre que la cosa perdida no fuere exclusivamente el objeto que la sociedad se hubiera propuesto explotar.

Artículo 260. Los aportes de los socios, en dinero u otros valores apreciables, pasaran a ser propiedad de la sociedad si otra cosa no estuviera convenida; y se incluirán en el inventario por el valor que se les hubiera dado en el contrato. A falta de determinación de este valor, se reputará que tienen el corriente en el mercado del domicilio social; y en caso de duda, se apreciarán por peritos.

Jurisprudencia: (Auto de 14 de marzo de 1994. Primer Tribunal Superior. Proceso de José Juan Cheng Yau vs. *Utera Chen Chen*). El artículo 260 de nuestro Código de Comercio dispone que los aportes de los socios, en dinero y otros valores apreciables, pasaran a ser propiedad de la sociedad. En ese orden de ideas, censuro que crezca que por el hecho de una persona ser accionista de una sociedad dicha persona no es propietaria de los bienes de dicha sociedad en proporción de sus acciones, ya que los bienes, bienes, bienes, son propiedad de la sociedad. En todo caso el accionista es propietario de las acciones o de las ganancias líquidas o dividendos que le correspondan, bienes que sí podrán ser perseguidos conforme al artículo 529 del Código Judicial y 273 del Código de Comercio, respectivamente. Siguiendo la misma línea, el artículo 273 citado dispone indirectamente que los acreedores personales de los socios no podrán secuestrar los bienes de la sociedad. (Revista Jurs, Año 3, N° 6, Pág. 289).

Artículo 261. El socio cuyo aporte no fuere en dinero efectivo, estará obligado a la evicción y saneamiento de las cosas o efectos que lo constituyeran.

¹ Aparece así como fue subrogado por el art. 9 de la Ley 43 de 19 de marzo de 1919 (G.O. 3.091 de 15 de marzo de 1919).

Si el aporte consistiere en créditos y no fueren pagados a su vencimiento, deberá el socio entrar en la caja social el valor de estos con intereses desde el día en que el crédito fuere exigible. No haciéndolo después de requerido al efecto, se considerará en mora para el pago de su aporte.

Exceptuase de esta disposición los efectos o créditos que el socio aporte, por un valor convenido, para su explotación por la sociedad.

Artículo 262. Los socios deberán hacer entrega de sus respectivos aportes en la forma y plazo que disponga el contrato. En ausencia de estipulación deberán ser entregados en el domicilio social dentro de los tres días siguientes a la celebración del convenio.

Artículo 263. El socio moroso en pagar su aporte, sea cual fuere la causa de la omisión, responderá de los daños y perjuicios ocasionados a la sociedad con su falta, debiendo además reconocer el interés de la suma debida al tipo comercial corriente. La sociedad podrá en tal caso proceder ejecutivamente contra los bienes del moroso.

Esto no obsta a que los otros socios, si lo prefieren, puedan excluir desde luego al omiso.

Artículo 264. Los asientos de los libros de la sociedad serán prueba suficiente de que un socio ha hecho entrega de su aporte; pero los socios administradores deberán además acreditar esta circunstancia por otro medio satisfactorio de prueba.

Artículo 265. El socio no podrá oponer a la sociedad en compensación de los daños que le ocasionare con su morosidad, falta o cualquier otro motivo, las ganancias que de cualquier modo le hubiere proporcionado.

Artículo 266. Será nula la convención por la cual se estipulare que la totalidad de los beneficios haya de pertenecer a uno o uno de los asociados o que alguno de ellos no haya de tener parte en las ganancias.

Sera nulo asimismo toda la estipulación que exonere de toda contribución en las pérdidas a uno de los socios; sin embargo, podrá

validamente estipularse que el socio que aportare su industria, quede relevado de participacion en las perdidas.

Artículo 267. La participacion de los socios en los beneficios o las perdidas se ajustara a lo que estuviere convenido. A falta de estipulacion, cada socio capitalista debera tener una parte en los beneficios o las perdidas, proporcional al valor de su aporte. La parte del socio de industria será determinada por partes, si otra cosa no estuviere convenida.

Si solo se hubiere pactado la parte de cada socio en las ganancias, será igual su parte en las perdidas.

Artículo 268. Toda estipulacion por la cual deba alguno de los socios recibir intereses o cuota fija como retribucion de su capital o industria, será nula; salvo el caso de acciones de prioridad en las compañías anonimas.

Artículo 269. La participacion en las ganancias concedida a empleados o agentes de la sociedad a titulo de remuneración total o parcial de sus servicios, no les atribuirá la calidad de socios.

Artículo 270. En ninguna sociedad podra negarse a los socios el derecho de investigar el curso de los negocios sociales, de examinar los libros, correspondencia y demás documentos referentes a la administración.

Toda estipulación en contrario será nula.

Será asimismo nula aquella en cuya virtud los herederos del socio que muere, hubieren de quedar privados del derecho de exigir cuentas y pago de capital y utilidades, conforme corresponderia a su causante.

Artículo 271. El contrato de sociedad no podrá ser modificado sin el consentimiento unánime de todos los socios.

Artículo 272. Salvo lo dispuesto para casos especiales, las cuestiones relativas a la ejecución del contrato de sociedad serán decididas por la mayoría de los socios con derecho a administrar, si otra cosa no estuviere convenida; pero si tratase de transacciones o actos extraños a la gestión ordinaria y corriente de los negocios, será necesario el consentimiento expreso de todos ellos.

Artículo 273. Mientras subsista la sociedad, los acredores personales de un socio solo podrán perseguir la parte de ganancias líquidas que resulte corresponderle conforme al ultimo balance; y caso de disolucion de la sociedad, podrán ejercitar sus derechos sobre la parte que en la liquidacion le alcanzare; pero en uno y otro caso, no podrán percibir lo embargado sino en la forma y plazo que el socio mismo debiera recibirlo de la sociedad.

Sin embargo, los títulos de las sociedades por acciones podrán ser objeto de persecucion judicial por parte de los acredores del dueño de aquellos con sujecion en todo caso a lo dispuesto en el artículo 278.

Artículo 274. Los derechos que el artículo anterior acuerde al acreedor personal del socio, no podrán ejercitarse sino despues de hecha exclusion en los bienes particulares de éste.

Artículo 275. Los bienes aportados al fondo social no podrán ser reclamados para el pago de deudas personales de un socio o de un accionista, sino en virtud de gravamen constituido en favor de un tercero antes de que fueran aportados a la sociedad.

La enajenación o gravamen de los bienes sociales se hará por los suscriptores, los socios, el accionista o los accionistas, administradores o directores, apoderados o liquidadores, segun lo dispuesto en el pacto social, y en defecto de alguna disposicion en el pacto social, se hará conforme a la Ley.

Artículo 276. Tampoco podrán los acredores personales de un socio concurrir en la quiebra de la sociedad con los acredores de esta, quedándose a salvo su derecho para perseguir la parte que tocare a su deudor en el residuo de la masa del concurso.

Artículo 277. Antes de la liquidación y partición del capital social, ningún crédito en favor de la sociedad podrá ser compensado con una obligación existente contra uno de los socios; y

¹ Aparece así como fue subrogado por el art. 34 del Decreto Ley 5 de 2 de julio de 1997 (G.O. 23.327 de 9 de julio de 1997).

del mismo modo el crédito de un socio no podrá ser compensado con una deuda de la sociedad.

Artículo 178. Los socios tendrán siempre el derecho de tanteo en las cesiones o ventas de la parte de alguno de ellos en la sociedad. Para este efecto el enajenante con derecho a la venta o cesion habrá de comunicar a la sociedad su propósito con quince días de anticipación, y dentro de este término cualquier socio o la sociedad misma, podrán tomar por su cuenta el trato.

Artículo 179. No podrá la sociedad reducir el capital con que se constituyó, sino después de transcurrido un término de noventa días contados desde la publicación que deberá hacerse en el periódico oficial y en uno del lugar o de la localidad mas próxima, si no lo hubiere, del acuerdo que al efecto se tomare.

Si dentro del término expresado se hiciera reclamo contra la pretendida reducción de capital, quedara en suspenso el acuerdo hasta que la reclamación sea decidida o retirada.

Artículo 180. Expirado el término de duración de una sociedad, ésta no podrá prorrogarlo sin inscribir y publicar el convenio respectivo.

Los acreedores personales de los socios con título ejecutivo gozarán de un término de treinta días para oponerse a la prórroga de la sociedad.

La oposición hecha durante el término expresado, el cual se contará desde el día de la publicación, suspenderá respecto de los oponentes, los efectos de la prórroga de la sociedad.

Artículo 181. La disolución de la sociedad no modifica en manera alguna los compromisos contraídos por ella con respecto a terceros, ni surtirán efectos respecto a éstos sino después de inscrita y transcurrido un mes de la publicación del acuerdo respectivo.

Artículo 182. En todo contrato escrito otorgado en interés de la sociedad y en toda acta, carta, publicación o anuncio que emane de ella, deberá indicarse con claridad la naturaleza y domicilio de la sociedad.

Tratándose de sociedades en comandita por acciones o anónimas, se indicará también el capital pagado conforme resulte del último balance.

Artículo 183. Las sociedades legalmente constituidas en país extranjero serán reconocidas en la República una vez que hayan llenado los requisitos señalados en el artículo 60, pudiendo desde entonces ejercitar en ella derechos civiles conforme a la respectiva escritura social; mas para el ejercicio de los actos de comercio comprendidos en el objeto de su institución, deberán sujetarse a las disposiciones de la ley panameña y a la jurisdicción de los tribunales nacionales por las controversias a que dieren lugar las operaciones que ejecutaren.

Artículo 184. Las sucursales o agencias constituidas en la República por una sociedad radicada en el extranjero, se considerarán domiciliadas en el país y sujetas a la jurisdicción y leyes panameñas en lo concerniente a las operaciones que practicaren.

Artículo 185. Los representantes de dichas sociedades o los encargados de las sucursales, tendrán para con los terceros, la misma responsabilidad que los administradores de sociedades nacionales.

Para este efecto deberán tener poder bastante de la sociedad, debidamente registrado.

Artículo 186. Las sociedades extranjeras por acciones españolas obligadas a hacer y publicar en épocas fijas, que no distaren una de otra mas de seis meses, un balance que manifieste las operaciones que ejecutaren en la República.

CAPITULO II

De la Forma del Contrato de Sociedad

Artículo 187. Toda sociedad deberá constituirse en escritura pública. El contrato consignado en documento privado no producirá otro efecto entre los socios que el de obligarlos a otorgar la escritura respectiva.

Artículo 188. La escritura de constitución de la sociedad deberá ser presentada para su inscripción en el Registro Mercantil, dentro de

ANEXO N° 2
LEY N° 25, DEL 26 DE AGOSTO DE 1994
LICENCIAS COMERCIALES E INDUSTRIALES

ASAMBLEA LEGISLATIVA

LEY N°25

(De 26 de agosto de 1994)

"Por la cual se reglamenta el ejercicio del Comercio y la explotación de la industria, se modifica la Ley N°20 de 24 de noviembre de 1986, la Ley N°4 de 17 de mayo de 1994 y los Artículos 318 y 966 del Código Fiscal, y se adoptan otras medidas"

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA

DECRETA:

CAPITULO I

Licencias Comerciales e Industriales

Artículo 1. Podrán realizar actividades comerciales o industriales dentro del territorio nacional las personas naturales o jurídicas que sean titulares de una licencia, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución y de acuerdo con las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes.

La contravención de lo dispuesto en este artículo podrá acarrear la imposición de las sanciones establecidas por los artículos 19 y 20 de la presente Ley.

Artículo 2. No requerirán licencia las personas naturales o jurídicas que se dediquen exclusivamente a:

1. Las actividades del agro, tales como agricultura, ganadería, apicultura, avicultura, acuicultura o agroforestería.
2. La elaboración y venta de artesanías y otras industrias manuales nacionales o caseras, siempre y cuando se utilice el trabajo asalariado de terceros, hasta cinco (5) trabajadores.
3. El ejercicio de actividades sin fines de lucro u otras que por disposiciones de leyes especiales no requieran licencia.
4. La realización de actividades comerciales o industriales con un capital invertido que no exceda los diez mil balboas (B/.10,000.00). Las personas naturales o jurídicas que se encuentren dentro de esta categoría deberán registrarse

previamente en la Dirección General de Comercio Interior, o la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industrias, o en cualquier otra oficina que para estos efectos designe el Órgano Ejecutivo: Este registro hará las veces de una licencia comercial o industrial, según corresponda, y su titular estará sujeto al pago de un derecho único de diez balboas (B/.10.00). El Órgano Ejecutivo por conducto del Ministerio de Comercio e Industrias, podrá reglamentar este registro, y queda facultado para variar el monto mínimo de capital invertido para el cual no se requerirá licencia.

Artículo 3. Habrá tres clases de licencias:

1. Licencia Comercial tipo A, para ejercer exclusivamente el comercio al por mayor.
2. Licencia Comercial tipo B, para ejercer indistintamente el comercio al por mayor y menor.
3. Licencia Industrial.

Artículo 4. Para efectos de esta Ley, se entenderá por comercio al por mayor:

1. La prestación de servicios, exceptuando aquellos calificados como comercio al por menor por la legislación vigente.
2. Las ventas al Estado.
3. El ejercicio de toda clase de actividades comerciales, exceptuando aquellas calificadas como comercio al por menor.

Artículo 5. Para efectos de esta Ley se entenderá por comercio al por menor:

1. La venta de bienes destinados al consumidor.
2. La representación o agencia de empresas productoras o mercantiles.
3. Cualquier otra actividad que la ley califique como tal.

Artículo 6. Deberán obtener una licencia industrial las personas naturales o jurídicas que:

1. Se dediquen a actividades extractivas o manufactureras así como a las ventas al por mayor y al Estado de los productos extraídos o manufacturados por ellas.
2. Las empresas constructoras que utilicen el trabajo asalariado de terceros y las industrias manuales, caseras o de artesanías que utilicen más de cinco (5) trabajadores.

Artículo 7. Una licencia podrá ser utilizada por su titular para ejercer todas aquellas actividades amparadas por una misma clase de licencia, sin perjuicio de los permisos, licencias y demás requisitos que exijan la ley y las disposiciones reglamentarias aplicables a cada actividad en particular.

Artículo 8. Las sucursales, depósitos y aquellas actividades que se consideren una ampliación de la capacidad productiva o el incremento del tráfico mercantil de un negocio o empresa, podrán ampararse con una misma licencia aunque operen en locales distintos, siempre que ésta sea utilizada por su titular y que lleve el nombre de aquél a cuyo favor se expidió. Estas sucursales podrán operar previa expedición de una copia debidamente autenticada de la licencia original, la cual debe ser expedida por la Dirección General de Comercio Interior o la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industrias.

Las oficinas administrativas de un establecimiento comercial ubicadas en locales diferentes no requerirán licencia adicional ni la copia autenticada que exige el presente artículo.

Artículo 9. No podrán operar en el territorio de la República de Panamá, dos (2) establecimientos comerciales o industriales con igual denominación, salvo que pertenezcan a la misma persona natural o jurídica. La exclusividad en el uso del nombre sólo podrá adquirirse de conformidad con la ley.

Artículo 10. Las licencias y sus copias autenticadas deberán mantenerse en lugar visible dentro del establecimiento respectivo, para conocimiento del público y para facilitar las inspecciones que realicen los funcionarios del Ministerio de Comercio e Industrias.

CAPITULO II

Tramitación de las Licencias

Artículo 11. Toda persona natural o jurídica que se proponga iniciar una actividad comercial o industrial salvo las exclusivas expresadas por esta ley, deberá solicitar la Dirección General de Comercio Interior a la dirección provincial respectiva del ministerio de comercio e industrias, según sea el caso, el otorgamiento de la licencia correspondiente.

La solicitud se hará en formulario que al efecto facilitará gratuitamente el Ministerio de Comercio e Industrias o, en su defecto, en papel simple que no causará derecho alguno, y contendrá el nombre o razón social del solicitante, la actividad a la cual se dedicará, la dirección física del establecimiento y cualquier otro dato que sea básico para identificarlo. La información contenida en la solicitud se entenderá dada bajo gravedad de juramento.

En caso de las personas jurídicas se requerirá de apoderado legal.

Artículo 12. La solicitud de que trata el artículo anterior debe presentarse acompañada únicamente de los documentos que sean estrictamente necesarios, para identificar al solicitante y la actividad que se proponga realizar.

El Órgano Ejecutivo, por conducto del Ministerio del Comercio e Industrias, reglamentará lo concerniente al contenido de la solicitud y los documentos que deben acompañarla.

Las licencias se otorgarán sin perjuicio del cumplimiento, por parte de su titular, de las disposiciones legales, municipales y reglamentarias vigentes en materia tributaria, de salubridad, seguridad pública, moralidad y otras de naturaleza análoga.

Artículo 13. Presentada la solicitud y habiéndose comprobado que reúne los requisitos exigidos por los artículos anteriores, se extenderá al interesado, previo pago del derecho que establece el Artículo 25 de la presente Ley, una licencia provisional numerada que tendrá vigencia hasta que se expida o rechace la concesión de la licencia solicitada.

Si transcurridos noventa (90) días calendario de haberse otorgado la licencia provisional, la Dirección General de Comercio Interior o la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industria no ha conferido o rechazado la licencia definitiva, tendrá la obligación de expedirla, salvo que la demora sea atribuible al solicitante.

La licencia otorgada deberá ser inscrita en el Registro Comercial del Ministerio de Comercio e Industrias.

Artículo 14. Completada la tramitación y cumplidos los requisitos legales, la Dirección General de Comercio Interior o la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industrias, según sea el caso, expedirá la licencia correspondiente, que expresará los

siguientes datos:

- 1) Número de licencia.
- 2) Clase y tipo de licencia.
- 3) Fecha de expedición.
- 4) Nombre y domicilio de la persona a cuyo favor se expide.
- 5) Nombre y dirección del establecimiento amparado por la licencia.
- 6) Actividades a que se dedicará.

Artículo 15. Todo cambio o modificación que afecte la propiedad de la licencia o la titularidad de las acciones de una persona jurídica que ejerza el comercio al por menor, deberá notificarse dentro de los treinta (30) días siguientes a la Dirección General de Comercio Interior, o a la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industrias, según sea el caso, para que expida una nueva licencia que contenga las modificaciones.

Cualquier otro cambio que afecte los datos contenidos en la licencia deberá comunicarse dentro del mismo término a la Dirección General de Comercio Interior, o a la Dirección Provincial respectiva del Ministerio de Comercio e Industrias, según corresponda. Estas circunstancias se harán constar en la inscripción respectiva en el Registro Comercial.

Artículo 16. Las licencias comerciales e industriales son personales e intransferibles, y en ningún caso podrán amparar actividades desarrolladas por interpuesta persona.

La persona que en cualquier forma adquiera, alquile o arriende un negocio o establecimiento comercial o industrial amparado por una licencia, debe solicitar una nueva licencia a su nombre en un plazo no mayor de treinta (30) días, contados a partir de la fecha en que lo adquirió o arrendó, y puede operar con la licencia provisional a que se refiere el Artículo 12 de la presente Ley, hasta tanto se conceda o rechace la licencia definitiva.

ANEXO N° 3
ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PUBLICOS
SOLICITUD DE CONCESION TIPO B

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PUBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-01
DATOS DEL SOLICITANTE Y
DECLARACIÓN JURADA

1. Día Mes Año

2. Marque uno de los cuatro según corresponda:

Entidad del Estado: Persona Natural: Persona Jurídica: Otros:
Especificar: _____

3. Nombre del Solicitante: _____

4. Domicilio Principal: _____

5. Teléfonos: _____

6. Fax: _____

7. Apartado Postal: _____ Zona: _____

8. Dirección en Internet (e-Mail): _____

9. Fecha en que iniciará operaciones del servicio solicitado: Día Mes Año

10. Área Geográfica de Cobertura del Servicio: _____

11. El solicitante deberá listar a continuación otras Concesiones o Permisos Temporales que le hayan sido otorgadas a él o a sus accionistas:

No. de Resolución	Fecha	No. de Servicio (según la resolución JD-025)

El Suscrito declara bajo la gravedad del juramento que toda la información que suministre mediante la presente solicitud es verdadera y correcta y acepta que, en el evento que se compruebe falsedad en la información suministrada, se aplicarán las sanciones del caso que pueden incluir la cancelación de la concesión que se otorgue como resultado de esta solicitud.

12. _____
Firma Responsable

No. de Cédula o Pasaporte
País: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-01

A. Indicaciones de carácter general :

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B. Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario :

1. Anotar en números, en los cuadros señalados, los datos correspondientes al día, al mes y al año en que ha sido llenada la solicitud.
2. Dependiendo de la naturaleza del solicitante, marque con una X en el cuadro correspondiente si se trata de una Entidad del Estado, de una Persona Natural, de una Persona Jurídica u otros. En este último caso especificar.
3. Anote en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presenta la solicitud.
4. Indique en forma completa los datos correspondientes al domicilio principal de la persona natural o jurídica solicitante.
5. Anote los números de los teléfonos de la persona natural o jurídica solicitante.
6. Anote el número de fax de la persona natural o jurídica solicitante.
7. Indique el Apartado Postal y la zona correspondiente de la persona natural o jurídica solicitante.
8. Especifique la Dirección en Internet del solicitante. De no estar inscrito en Internet indicar en este punto No Aplica.
9. Anotar en números en los cuadros correspondientes, el día, el mes y el año en que iniciará operaciones el servicio de telecomunicaciones solicitado.
10. Indique el área geográfica de cobertura del servicio, especificando provincia, distrito y áreas aledañas.
11. Se deberá indicar, en los cuadros correspondientes, el número de la resolución, la fecha de expedición y el número del servicio según la resolución JD-025, de cada una de las concesiones o permisos temporales que le hayan sido otorgadas al solicitante o a sus accionistas.
12. En caso de Persona jurídica este formulario deberá ser firmado por el Representante Legal. Cuando se trate de una persona natural, este formulario deberá ser firmado por la misma. En ambos casos, según corresponda, deberá anotarse el número de Cédula o Pasaporte del solicitante y adjuntar a este formulario copia fotostática de la misma. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición.

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-02
DATOS DE LA PERSONA JURÍDICA

ESTE FORMULARIO SOLO SE DEBE LLENAR PARA LOS CASOS EN QUE EL SOLICITANTE ES UNA PERSONA JURÍDICA

1. Aplica No Aplica
2. Nombre del solicitante: _____
3. R.U.C. No. _____
4. El Representante Legal de la empresa es: _____
5. Con cedula de identidad personal o pasaporte No.: _____
6. Domicilio del Representante Legal: _____
7. Teléfono del Representante Legal: _____
8. Apartado Postal del Representante Legal _____ Zona _____
9. X en su ausencia actúa como Representante Legal:
Nombre: _____
10. Con cédula de identidad personal o pasaporte No.: _____
11. Domicilio de esta persona: _____
12. Teléfono de esta persona: _____
13. Apartado Postal de esta persona _____ Zona _____
14. El tipo de Sociedad inscrita por el solicitante es: Anónima
Otra
- Especifique: _____
15. Se adjunta a este formulario el Certificado actualizado expedido por el Registro Público Número _____ donde constan los datos de inscripción, el nombre del Representante Legal, sus Directores, Dignatarios y Vigencia de la Sociedad.

Firma Responsable

No. de Cédula o Pasaporte
País: _____

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-02

A. Indicaciones de carácter general :

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario :

1. Marcar con una X el cuadro correspondiente según si el solicitante es una persona jurídica. Si no aplica marque el casillero correspondiente y proceda a la firma y anotar el número de cédula o Pasaporte del solicitante.
2. Anote en forma completa el nombre de la persona jurídica que presenta la solicitud.
3. Indicar los números del Registro Unico de Contribuyente (R.U.C.) de la persona jurídica solicitante.
4. Anotar en forma completa el nombre del Representante legal de la empresa.
5. Indicar el número de la Cédula de Identidad Personal o de Pasaporte del Representante Legal de la empresa.
6. Indique en forma completa los datos correspondientes al domicilio principal del Representante Legal de la empresa.
7. Anote los números de los teléfonos del Representante Legal de la empresa.
8. Indique el Apartado Postal y la Zona correspondiente del representante legal de la empresa.
9. Anotar en forma completa el nombre de la persona que, en ausencia del Representante legal de la empresa, actúa como tal.
10. Indicar el número de la Cédula de Identidad Personal o de Pasaporte de la persona que, en ausencia del Representante Legal de la empresa, actúa como tal.
11. Indique en forma completa los datos correspondientes al domicilio principal de la persona que, en ausencia del Representante Legal de la empresa, actúa como tal.
12. Anote los números de los teléfonos de la persona que, en ausencia del Representante Legal de la empresa, actúa como tal.
13. Indique el apartado postal y la zona correspondiente de la persona que, en ausencia del Representante Legal de la empresa, actúa como tal.
14. Indicar en el cuadro correspondiente si la sociedad inscrita por el solicitante es una sociedad anónima, si es de otro tipo especificarlo.
15. Anotar el número del certificado del Registro Público que se adjunta a la presente solicitud donde constan los datos de inscripción de la empresa solicitante.
16. Este formulario deberá ser firmado por el Representante Legal de la empresa solicitante y deberá anotarse el número de Cédula o Pasaporte del mismo. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición.

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PUBLICOS

Solicitud de Concesion Tipo B

Formulario No. SCT-211-03
DATOS DEL SOLICITANTE Y
DECLARACION JURADA

1. Nombre del solicitante: _____

2. Declara El Solicitante bajo la gravedad de juramento que cumple con lo establecido en el Artículo 23 de la Ley 26 de 29 de enero de 1996 y con lo dispuesto en el Artículo 21 de la Ley 31 de 8 de febrero de 1996

3. El solicitante adjunta al presente formulario copia autenticada de la Licencia Comercial Tipo A

4. El solicitante adjunta al presente formulario un listado contentivo del nombre, dirección y cedula de identidad o RUC de sus accionistas, sean estos Personas Naturales o Juridicas, propietarios de más de: 10% de las acciones.

5. El solicitante adjunta al presente formulario copia autenticada de la certificación del registro (s) de su/s Dominio (s) en INTERNIC, el (los) cual (es) es (son):

5.1. _____

5.2. _____

5.3. _____

5.4. _____

5.5. _____

6. Indique el nivel de proveedor de servicio INTERNET (ISP) que le fue otorgado: _____

7. _____

Firma Responsable

No. de Cédula o Pasaporte

País: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-03

A. Indicaciones de carácter general

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario

1. Anote en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presenta la solicitud.
2. Para los efectos de la declaración jurada objeto del presente formulario No. SCT-211-03 el solicitante declara que conoce el texto de las siguientes disposiciones:

a. Artículo 23 de la Ley 26 del 29 de enero de 1996, establece:

"Artículo 23. Prohibición. Los servicios públicos a los que se incorpore la participación del sector privado por medio de concesiones o contratos, serán otorgados a través de competencia. Se prohíbe a las empresas prestadoras de servicios públicos, al socio operador, o a cualquiera de sus accionistas, socios directos o indirectos, y a empresas afiliadas o subsidiarias, tener acciones o participar, por sí o por interpuesta persona, en el capital, en la operación o administración de sociedades o consorcios a los que se les hubiera otorgado otra concesión o contrato, para prestar un servicio público similar.

Igualmente, se prohíbe a las empresas prestadoras de los servicios públicos, al socio operador, o a cualquiera de sus accionistas, socios directos o indirectos, y a empresas afiliadas o subsidiarias, participar en licitaciones públicas que tengan por objeto el otorgamiento de una concesión o contrato para la prestación de un servicio público, cuando a cualquiera de éstos se le hubiera otorgado una concesión o contrato para la prestación de un servicio público similar".

b. Artículo 21 de la Ley 31 de 8 de febrero de 1996, establece:

"Artículo 21. Para efecto de lo establecido en el artículo 280 de la Constitución Política, se autoriza la participación mayoritaria privada extranjera en el capital de las empresas que explotan servicios de telecomunicaciones, de conformidad con las disposiciones de la presente Ley.

En ningún caso un gobierno extranjero o una empresa o consorcio en el que tenga dominio, control o participación mayoritaria un gobierno extranjero, podrá explotar por sí o por interpuesta persona, los servicios de telecomunicaciones; o ser accionista o socio mayoritario, directa o indirectamente, de empresas que exploten servicios de telecomunicaciones de acuerdo con la presente Ley".

3. El solicitante deberá adjuntar al presente formulario copia autenticada de la licencia comercial tipo A.
4. El solicitante deberá adjuntar al presente formulario un listado contentivo del nombre, dirección y cédula de identidad o RUC de sus accionistas, sean estos Personas Naturales o Jurídicas, propietarios de más del 10% de las acciones.
5. El solicitante deberá adjuntar al presente formulario copia autenticada de la certificación del registro(s) de su(s) Dominio(s) en INTERNIC.
6. Indicar el nivel de proveedor de servicio INTERNET (ISP) que le fue otorgado, para operar el servicio.
7. Este formulario deberá ser firmado por la persona natural o jurídica solicitante y deberá anotarse su correspondiente número de Cédula o Pasaporte. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición.

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-04
PRECIOS Y MODELOS DE CONTRATOS

1. Cantidad de formularios No.SCT-211-04 que se incluyen en la solicitud:
2. Hoja número: _____
3. Nombre del solicitante: _____
4. El solicitante declara que los precios que cobrará, por el servicio que ofrezca a su clientes serán los siguientes:

5. El solicitante debe adjuntar al presente formulario copia del (de los) modelo (s) de Contrato (s) de Servicio que aplicará a sus clientes.

6. Nota: En caso de requerir espacio adicional se deberá utilizar copia de este formulario.

7. _____
Firma Responsable

_____ No. de Cédula o Pasaporte
País: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-04

A. Indicaciones de carácter general

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B. Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario :

- 1 Indicar la cantidad de formularios N° SCT-211-04 que incorpore el solicitante según su necesidad.
- 2 Indicar el número de hoja según la secuencia correspondiente al formulario SCT-211-04.
- 3 Anotar en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presenta la solicitud.
- 4 El solicitante debe listar los precios que cobrará por el servicio que ofrecerá a sus clientes. Con tal propósito, deberá especificar los diferentes precios, modalidades del servicio y periodos de pago.
- 5 El solicitante debe adjuntar copia de todos y cada uno de los modelos de contratos de servicio que utilizará para sus clientes.
- 6 Cuando se requiera espacio adicional el solicitante debe utilizar copia de este formulario.
- 7 Este formulario deberá ser firmado por la persona natural o jurídica solicitante y deberá anotarse su correspondiente número de Cédula o Pasaporte. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición.

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PUBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-05
ESTÁNDARES DE EQUIPOS TERMINALES

1. Nombre del solicitante: _____

2. Cantidad de formulario No. SCT-211-05 que se le incluyen en la solicitud:

3. Hoja No.

4. El Solicitante declara que los equipos terminales compatibles con el sistema que operará, deberán cumplir con los siguientes estándares:

5. En caso de requerir espacio adicional, se deberá utilizar copia de este formulario.

6. _____
Firma Responsable

No. de Cédula o Pasaporte
Pais: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-05

A. Indicaciones de carácter general

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario .

- 1 Anotar en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presente la solicitud**
- 2. Indicar la cantidad de formularios SCT-211-05 que incorpore el solicitante según su necesidad.**
- 3 Escribir el número de hoja según la secuencia correspondiente al formulario SCT-211-05.**
- 4 El Solicitante deberá listar los estándares de los equipos terminales compatibles con el sistema que operará.**
- 5. Cuando se requiera espacio adicional el solicitante debe utilizar copia de este formulario.**
- 6. Este formulario deberá ser firmado por la persona natural o jurídica solicitante y deberá anotarse su correspondiente número de cédula o pasaporte. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición.**

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-06
CONTABILIDAD Y REVENDEDORES

1. Nombre del solicitante _____

2. Período Fiscal de la Empresa: Inicia: Día ___ Mes ___ Finaliza: Día ___ Mes ___

3. El Solicitante declara que presta más de un servicio de telecomunicaciones y que, en consecuencia, se acoge a la siguiente forma de mantener su contabilidad de los servicios prestados, en atención al Artículo 86 del Reglamento General de Telecomunicaciones (Decreto Ejecutivo 73 de 9 de abril de 1997):

Aplica No Aplica

3.1. Contabilidad separada de acuerdo al Artículo 86.1.1.

3.2. Contabilidad separada de acuerdo al Artículo 86.1.2.

3.3. Prestaba servicio a la entrada en vigencia del Reglamento por lo que registrará su procedimiento antes del 1 de Julio de 1998 (Artículo 86.2.)

4. El Solicitante declara que ha autorizado a las siguientes empresas para que sean sus revendedores:

Aplica No Aplica

5. Nombre de la (s) Empresa (s):

R.U.C. No.

_____	_____
_____	_____
_____	_____

(Se puede utilizar una hoja separada para ampliar esta información).

6. El Solicitante se asegurará que cada revendedor presente su solicitud de Concesión Tipo B ante el Ente Regulador.

7. El Solicitante adjunta al presente formulario copia autenticada de cada contrato de autorización de reventa.

8. _____
Firma Responsable

_____ No. de Cédula o Pasaporte
País: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-06

A. Indicaciones de carácter general

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario :

- 1 Anotar en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presenta la solicitud.
2. Anotar en número el día y el mes en que se inicia y finaliza el periodo fiscal de la empresa.
3. Marcar con una X el cuadro correspondiente según si el solicitante presta más de un servicio de telecomunicaciones .
Si aplica en este punto, el solicitante se deberá acoger a una de las formas de mantener su contabilidad de los servicios prestados , en atención al Artículo 86 del Reglamento General de Telecomunicaciones de la siguiente forma :
 - 4.1 Marcar con una X si el solicitante mantendrá una contabilidad separada para cada uno de los servicios que operará conforme a la clasificación vigente adoptada por el Ente Regulador.
 - 4.2 Marcar con una X si el solicitante mantendrá una contabilidad separada por Tipo de servicio (Tipo A y Tipo B) .
 - 4.3 Marcar con una X si el solicitante prestaba servicio de telecomunicaciones a la entrada en vigencia del reglamento por lo que registrará su procedimiento antes del 1° de julio de 1999 de acuerdo al artículo 86.2
- 4 Marcar con una X, según corresponda si el solicitante ha autorizado o no a otras empresas para que sean sus revendedores.
- 5 En caso de que fuera aplicable el punto 5 anterior, se deberá listar el nombre completo de las empresas revendedoras con su correspondiente número de Registro Unico de Contribuyente (R.U.C.). Cuando se requiere espacio adicional el solicitante podrá utilizar copia de este formulario.
6. El solicitante se asegurará que cada revendedor presente su solicitud de concesión para el servicio 500 ante el Ente Regulador.
7. El solicitante debe adjuntar copia autenticada de todos y cada uno de los contratos de autorización de reventa.
8. En caso de Persona jurídica este formulario deberá ser firmado por el Representante Legal. Cuando se trate de una persona natural, este formulario deberá ser firmado por la misma. En ambos casos, según corresponda, deberá anotarse el número de cédula o Pasaporte del solicitante. En caso de Pasaporte, indique el país de expedición

ENTE REGULADOR DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Solicitud de Concesión Tipo B

Formulario No. SCT-211-07

CIRCUITOS, REDES, INTERCONEXIÓN Y NUMERACIÓN

1. Nombre del Solicitante: _____

2. Para la prestación del servicio solicitado, el Solicitante:

2.1. Alquilará (En caso afirmativo especificar la empresa)

	Si	No	EMPRESA
2.1 a. Líneas Telefónicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2.1 b. Circuitos dedicados Locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2.1 c. Circuitos dedicados Nacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
2.1 d. Circuitos dedicados Internacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

2.2. Operará Redes Físicas de su propiedad que incluirán:

2.2.a. Planta Externa	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
2.2.b. Centros de Conmutación	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
2.2.c. Servidores de Datos	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
2.2.d. Otros equipos: Especifique: _____	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

2.3. Requerirá Interconexión? [En caso afirmativo especificar la (s) empresa (s)]:

Si	No	EMPRESA (S)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

2.4. En caso afirmativo del punto 2.3., indique si requerirá series numéricas del Plan Nacional de Numeración.

Si Cuántos Números: _____ No

3. El Solicitante deberá adjuntar al presente documento en hoja(s) tamaño carta (8 1/2" x 11"), un diagrama conceptual del sistema que utilizará para la prestación del servicio solicitado.

4.

Firma Responsable

No. de Cédula o Pasaporte

País: _____

(En caso de Persona Jurídica debe firmar el Representante Legal)

Instructivo para llenar el Formulario N° SCT-211-07

A. Indicaciones de carácter general

El presente formulario se deberá llenar en forma clara, a máquina o en tinta, utilizando letra imprenta, sin borraduras ni tachaduras.

B. Indicaciones de carácter particular de acuerdo a la numeración que contiene el presente formulario

1. Anotar en forma completa el nombre de la persona natural o jurídica que presenta la solicitud.
2. Marcar con una X el cuadro correspondiente según si el solicitante :
 - 2.1. Alquila, líneas y/o circuitos.
 - 2.1.a. Marcar con una X según corresponda si alquila o no Líneas Telefónicas. Especificar la empresa
 - 2.1.b. Marcar con una X según corresponda si alquila o no Circuitos dedicados Locales. Especificar la empresa
 - 2.1.c. Marcar con una X según corresponda si alquila o no Circuitos dedicados Nacionales. Especificar la empresa.
 - 2.1.d. Marcar con una X según corresponda si alquila o no Circuitos dedicados Internacionales. Especificar la empresa.
 - 2.2. Si opera Redes Físicas de su propiedad,
 - 2.2.a. Marcar con una X según corresponda si incluyen o no Planta Externa.
 - 2.2.b. Marcar con una X según corresponda si incluyen o no Centros de Conmutación.
 - 2.2.c. Marcar con una X según corresponda si incluyen o no Servidores de Datos.
 - 2.2.d. Marcar con una X según corresponda si incluyen o no otros equipos, especifique estos equipos.
 - 2.3. Marcar con una X según corresponda si requerirá interconexión, en caso afirmativo especificar la(s) empresa(s).
 - 2.4. En caso afirmativo del punto 2.3, indique si requerirá de series numéricas del Plan nacional de numeración, especifique cuantos números.
3. Se deberá adjuntar al presente formulario en hoja(s) tamaño carta (8 1/2" x 11"), un diagrama conceptual formal del sistema que utiliza para la prestación del servicio solicitado, mostrando la interconexión entre los equipos, redes y facilidades.
4. En caso de Persona jurídica este formulario deberá ser firmado por el Representante Legal. Cuando se trate de una persona natural, este formulario deberá ser firmado por la misma. En ambos casos, según corresponda, deberá anotarse el número de Cédula o Pasaporte del solicitante. En caso de Pasaporte, indique el País de expedición.

**CONCESIONES OTORGADAS A
CABLE & WIRELESS - PANAMA**

No.	SERVICIO (Tipo A)	DOCUM. LEGAL
101	Servicio de Telecomunicaciones Básica Local	Contrato No.134
102	Servicio de Telecomunicaciones Básica Nacional	Contrato No.134
103	Servicio de Telecomunicaciones Básica Internacional	Contrato No.134
104	Servicio de Terminales Públicos y Semipúblicos	Contrato No.134
105	Servicio de Alquiler de Circuitos Dedicados de Voz	Contrato No.134
106	Servicio de Comunicaciones Personales	
107	Servicio de Telefonía Móvil Celular	Contrato No.309

No.	SERVICIO (Tipo B)	DOCUM. LEGAL
201	Servicio de Sistemas Troncales Convencionales para Uso Público o Privado	Resolución No. CT-001
202	Servicio de Radiocomunicación Fija y Móvil	Resolución No. CT-002
203	Servicio de Telex Nacional	Resolución No. CT-003
204	Servicio de Telex Internacional	Resolución No. CT-004
205	Servicio de Telegrafía Internacional	Resolución No. CT-005
206	Servicio Empresarial Digital Internacional	Resolución No. CT-006
207	Servicio de Terminales de Muy Pequeña Apertura (VSAT)	Resolución No. CT-007
208	Servicio de Transmisión de Datos	Resolución No. CT-008
209	Servicio de Conmutación de Datos	Resolución No. CT-009
210	Servicio de Busca Personas	
211	Servicio de Internet para Uso Público	Resolución No. CT-067
212	Servicio de Retransmisión de Facsimil	Resolución No. CT-010
213	Servicio de Conmutación Marítima para Uso Público	Resolución No. CT-011
214	Servicio de Comunicación Aérea Móvil para Uso Público	
215	Servicio de Comunicación Marítima Móvil para Uso Privado	
216	Servicio de Comunicación Aérea Móvil para Uso Privado	
217	Servicio de Telecomunicación por Satélite de Baja Órbita	
218	Servicio de Enlace para Estaciones de Radiodifusión	
219	Servicio de Enlace para Estaciones de Televisión	
220	Servicio de Enlace de Señales de Audio, Datos y/o Video para Uso Privado con o sin Uso del Espectro Radioeléctrico	Resolución No. CT-012
221	Servicio de Transmisiones Ocasionales o Permanentes de Radio o Televisión Vía Satélite	Resolución No. CT-013
300	Servicio de Televisión Interactiva con o sin Uso del Espectro	Resolución No. CT-014
400	Servicio de Valor Agregado de Telecomunicaciones: - Línea temporal; - Correo de Voz (Buscapersonas) - Contestador automático; - DID simulado; - Telefonía Virtual;	Resolución No. CT-014
500	Servicio de Reventa de Servicios de Telecomunicaciones: - Buscapersonas; - Correo de Voz (Valor Agregado) - Audio Texto; - Línea Virtual (Valor Agregado) - Conmutación de Datos.	Resolución No. CT-015 Resolución No. CT-068

ANEXO N° 4
HOJA DE TABULACION
ENCUESTAS DE CLIENTES ACTUALES Y
POTENCIALES DE INTERNET

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES/POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

CATEGORIA	Pregunta N° 1			Pregunta N° 2					Pregunta N° 3			Pregunta N° 4								
	SI	NO	Total	MARCA					SI	NO	Total	MARCAS								
				IBM	ACER	COMPAG	DIGITAL	OTRA	Total				Amstel	Orinot	IBM	Charis	CASA	Clm	Total	
182	0	0	1						0	0									0	1
183	0	0	1						0	0									0	1
184	0	0	1						0	0									0	1
185	0	0	1						0	0									0	1
186	0	0	1						0	0									0	1
187	0	0	1						0	0									0	1
188	0	0	1						0	0									0	1
189	0	0	1						0	0									0	1
190	0	0	1						0	0									0	1
191	0	0	1						0	0									0	1
192	0	0	1						0	0									0	1
193	0	0	1						0	0									0	1
194	0	0	1						0	0									0	1
195	0	0	1						0	0									0	1
196	0	0	1						0	0									0	1
197	0	0	1						0	0									0	1
198	0	0	1						0	0									0	1
199	0	0	1						0	0									0	1
200	0	0	1						0	0									0	1
201	0	0	1						0	0									0	1
Sub-total AN41	1	0	10	0	1	0	1	2	4	1	3	4	0	0	0	0	0	1	0	10
202	0	0	1						0	0									0	1
203	0	0	1						0	0									0	1
204	0	0	1						0	0									0	1
205	0	0	1						0	0									0	1
206	0	0	1						0	0									0	1
207	0	0	1						0	0									0	1
208	0	0	1						0	0									0	1
209	0	0	1						0	0									0	1
210	0	0	1						0	0									0	1
211	0	0	1						0	0									0	1
212	0	0	1						0	0									0	1
213	0	0	1						0	0									0	1
214	0	0	1						0	0									0	1
215	0	0	1						0	0									0	1
Sub-total AN42	4	10	14	0	1	1	0	2	4	2	1	4	2	0	0	1	0	0	0	14
216	0	0	1						0	0									0	1
217	0	0	1						0	0									0	1
218	0	0	1						0	0									0	1
219	0	0	1						0	0									0	1
220	0	0	1						0	0									0	1
221	0	0	1						0	0									0	1
222	0	0	1						0	0									0	1
223	0	0	1						0	0									0	1
224	0	0	1						0	0									0	1
225	0	0	1						0	0									0	1
226	0	0	1						0	0									0	1
227	0	0	1						0	0									0	1
228	0	0	1						0	0									0	1
229	0	0	1						0	0									0	1
230	0	0	1						0	0									0	1
Sub-total AN43C	0	0	15	2	0	2	0	2	6	2	4	6	2	0	0	0	0	0	0	15
231	0	0	1						0	0									0	1
232	0	0	1						0	0									0	1
233	0	0	1						0	0									0	1
234	0	0	1						0	0									0	1
235	0	0	1						0	0									0	1
236	0	0	1						0	0									0	1
237	0	0	1						0	0									0	1
238	0	0	1						0	0									0	1
239	0	0	1						0	0									0	1
240	0	0	1						0	0									0	1
241	0	0	1						0	0									0	1
242	0	0	1						0	0									0	1
243	0	0	1						0	0									0	1
244	0	0	1						0	0									0	1
245	0	0	1						0	0									0	1
246	0	0	1						0	0									0	1
Sub-total AN44	2	0	10	0	1	0	0	1	2	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	10
Total General	65	177	242	5	14	10	2	23	55	21	42	63	15	1	0	2	0	0	0	21

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABLACION

GRUPO	Programa N° 1			Programa N° 2					Programa N° 3			Programa N° 4							
	SI	NO	Total	MAIL	AGENCI	COMPAQ	DIGITAL	O	Total	SI	NO	Total	Equipos	PC	Mouse	C & W	Disq	Total	
127																			
128	0	0	0		0				0		0	0							
129	0	0	0						0		0	0							
130	0	0	0						0		0	0							
131	0	0	0						0		0	0							
132	0	0	0						0		0	0							
133	0	0	0						0		0	0							
134	0	0	0						0		0	0							
135	0	0	0						0		0	0							
136	0	0	0						0		0	0							
137	0	0	0		0				0		0	0							
138	0	0	0						0		0	0							
139	0	0	0						0		0	0							
140	0	0	0						0		0	0							
141	0	0	0						0		0	0							
142	0	0	0						0		0	0							
143	0	0	0						0		0	0							
144	0	0	0						0		0	0							
145	0	0	0						0		0	0							
146	0	0	0						0		0	0							
147	0	0	0						0		0	0							
148	0	0	0						0		0	0							
149	0	0	0						0		0	0							
150	0	0	0						0		0	0							
151	0	0	0						0		0	0							
152	0	0	0						0		0	0							
153	0	0	0						0		0	0							
154	0	0	0						0		0	0							
155	0	0	0						0		0	0							
156	0	0	0						0		0	0							
157	0	0	0						0		0	0							
158	0	0	0						0		0	0							
159	0	0	0						0		0	0							
160	0	0	0						0		0	0							
161	0	0	0						0		0	0							
162	0	0	0						0		0	0							
163	0	0	0						0		0	0							
164	0	0	0						0		0	0							
165	0	0	0						0		0	0							
166	0	0	0						0		0	0							
167	0	0	0						0		0	0							
168	0	0	0						0		0	0							
169	0	0	0						0		0	0							
170	0	0	0						0		0	0							
171	0	0	0						0		0	0							
172	0	0	0						0		0	0							
173	0	0	0						0		0	0							
174	0	0	0						0		0	0							
175	0	0	0						0		0	0							
176	0	0	0						0		0	0							
177	0	0	0						0		0	0							
178	0	0	0						0		0	0							
179	0	0	0						0		0	0							
180	0	0	0						0		0	0							
181	0	0	0						0		0	0							
182	0	0	0						0		0	0							
183	0	0	0						0		0	0							
184	0	0	0						0		0	0							
185	0	0	0						0		0	0							
186	0	0	0						0		0	0							
187	0	0	0						0		0	0							
188	0	0	0						0		0	0							
189	0	0	0						0		0	0							
190	0	0	0						0		0	0							
191	0	0	0						0		0	0							
Sub-total CN55	0	0	0		0	0	0	0	0		0	0		0	0	0	0	0	0

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 1 TIENE C?			Pregunta N° 2 MARCAS					Pregunta N° 3 INTERNET		Pregunta N° 4 EMPRESA						
	SI	NO	Total	BM	ACER	COMPAC	DIGITAL	OTRA	Total	Total	Sinfoneal	Orbimel	Globel	Internet	C. & W	Otra	Total
68	0	1	1							0							0
69	0	1	1							0							0
70	0	1	1			0				0							0
71	0	1	1							0							0
72	0	1	1							0							0
73	0	1	1							0							0
74	0	1	1							0							0
75	0	1	1							0							0
76	0	1	1							0							0
Sub-total CV41	2	7	9	0	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1
77	0	1	1							0							0
78	0	1	1							0							0
79	0	1	1							0							0
80	0	1	1							0							0
81	0	1	1							0							0
82	0	1	1							0							0
83	0	1	1							0							0
84	0	1	1							0							0
85	0	1	1							0							0
86	0	1	1							0							0
87	0	1	1							0							0
88	0	1	1		0					0							0
89	0	1	1							0							0
Sub-total CV43	2	11	13	0	1	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	2
90	0	1	1							0							0
91	0	1	1							0							0
92	0	1	1							0							0
93	0	1	1							0							0
94	0	1	1							0							0
95	0	1	1							0							0
96	0	1	1							0							0
97	0	1	1							0							0
98	0	1	1							0							0
99	0	1	1					0		0		0					0
Sub-total CV42	1	11	12	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1
100	0	1	1							0							0
101	0	1	1							0							0
102	0	1	1							0							0
103	0	1	1							0							0
104	0	1	1							0							0
105	0	1	1							0							0
106	0	1	1							0							0
107	0	1	1							0							0
108	0	1	1							0							0
109	0	1	1							0							0
110	0	1	1							0							0
Sub-total AV31T	0	11	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
111	0	1	1							0							0
112	0	1	1					0		0							0
113	0	1	1							0							0
114	0	1	1							0							0
115	0	1	1			0				0							0
Sub-total AV31V	2	3	5	0	0	1	0	1	2	1	1	0	0	0	0	1	1
116	0	1	1							0							0
117	0	1	1							0							0
118	0	1	1							0							0
119	0	1	1							0							0
120	0	1	1	0						0							0
121	0	1	1							0							0
122	0	1	1							0							0
123	0	1	1							0							0
124	0	1	1					0		0							0
125	0	1	1							0							0
126	0	1	1							0							0
Sub-total AV31P	2	6	8	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 6					Total	Pregunta N° 6					Total	Pregunta N° 7					Total	
	TARIFA						TIEMPO DE CONEXION (Horas)						CARGO POR EXCESO (Por Hora)						
	B/15.00	B/19.95	B/25.00	B/35.00	B/45.00	B/49.95	10	20	30	35	45	55	B/0.50	B/0.75	B/1.00	B/1.30	B/1.75	B/2.00	
68																			
69																			
70																			
71																			
72																			
73																			
74																			
75																			
76																			
Sub-total CV41	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
77																			
78																			
79																			
80																			
81																			
82																			
83																			
84																			
85																			
86																			
87																			
88																			
89																			
Sub-total CV43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
90																			
91																			
92																			
93																			
94																			
95																			
96																			
97																			
98																			
99																			
Sub-total CV42	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
100																			
101																			
102																			
103																			
104																			
105																			
106																			
107																			
108																			
109																			
110																			
Sub-total AV31T	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
111																			
112																			
113																			
114																			
115																			
Sub-total AV31V	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
116																			
117																			
118																			
119																			
120																			
121																			
122																			
123																			
124																			
125																			
126																			
127																			
128																			
129																			
Sub-total AV31P	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 1							Pregunta N° 2					Pregunta N° 3						
	TIPO A							TIEMPO DE CONEXION (Minutos)					CARGO POR INTERNET (Por Hora)						
	B/0.00	B/1.00	B/2.00	B/3.00	B/4.00	B/4.00	Total	1	2	3	4	5	6	B/0.50	B/0.75	B/1.00	B/1.50	B/2.00	Total
127																			
128																			
129																			
130																			
131																			
132																			
133				0			1		0							0			
134																			
135																			
136																			
137																			
138																			
139																			
140			0						0									0	
141																			
142																			
143																			
Sub-total CNE1	0	0	1	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
144																			
145																			
146																			
147																			
148																			
149																			
150																			
151																			
152																			
153	0									0									
154																			
155																			
Sub-total CNE2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
156																			
157																			
158																			
159				0													0		
160																			
161																			
162																			
163																			
164																			
165																			
166																			
167																			
168																			
169																			
170																			
171		0																0	
172																			
173																			
Sub-total CNE3	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
174																			
175																			
176																			
177																			
178																			
179																			
180																			
181																			
182																			
Sub-total CNE4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 6						Pregunta N° 6						Pregunta N° 7									
	TARIFA						TIEMPO DE CONEXION (Horas)						CARGO POR EXCESO (Por Hora)									
	B/19.00	B/18.95	B/25.00	B/35.00	B/45.00	B/48.00	Total	20	30	35	45	Ilimitado	Total	B/0.50	B/0.75	B/1.00	B/1.50	B/1.75	B/2.00	Total		
183																						
184																						
185																						
186																						
187																						
188																						
189																						
190																						
191																						
Sub-total CA85	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1		
B/3.00																						
192																						
193																						
194																						
195																						
196																						
197																						
198																						
199																						
200																						
201																						
Sub-total AN51	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
202																						
203																						
204																						
205																						
206																						
207																						
208																						
209																						
210																						
211																						
212																						
213																						
214																						
215																						
Sub-total AN52	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
216																						
217																						
218																						
219																						
220																						
221																						
222																						
223																						
224																						
225																						
226																						
227																						
228																						
229																						
230																						
Sub-total AN31C	0	0	0	1	0	1	2	0	0	1	0	1	2	0	0	1	0	0	0	1		
231																						
232																						
233																						
234																						
235																						
236																						
237																						
238																						
239																						
240																						
Sub-total SA41	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1		
Total General	2	2	1	0	2	2	20	1	0	3	1	2	0	13	20	1	1	5	3	1	2	11

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES (POTENCIALES) DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 8				Pregunta N° 9				Pregunta N° 10				Pregunta N° 11						
	SERVICIO A OTRA EMPRESA				TIEMPO DE COMPRA				SOLICITARIA SERVICIO				A QUE EMPRESA						
	SI	NO	Ot	Total	- 8 m	8 m	+ 8 m	Total	SI	NO	Ot	Total	Sinfone	Orbitel	GBM	Chavez	C & W	Otra	Total
1				0				1	0		0	2							1
2				0	0			1	0		0	2						0	1
3				0				1	0		0	2							1
4				0				1	0		0	2							1
5				0				1	0		0	2						0	1
6				0				1	0		0	2							1
7				0				1	0		0	2						0	1
8				0				1	0		0	2							1
9				0				1	0		0	2							1
10				0				1	0		0	2							1
11				0				1	0		0	2							1
12				0				1	0		0	2							1
13				0				1	0		0	2							1
Sub-total CD41	0	0	0	0	0	1	9	10	13	0	13	26	7	0	1	0	4	1	15
14				0				1	0		0	2							1
15				0				1	0		0	2							1
16				0				1	0		0	2							1
17				0				1	0		0	2							1
18				0				1	0		0	2							1
19				0				1	0		0	2							1
20				0				1	0		0	2							1
21				0				1	0		0	2							1
22				0				1	0		0	2							1
23				0				1	0		0	2							1
Sub-total CD42	0	0	0	0	0	8	8	10	0	10	20	8	1	0	1	0	0	0	10
24				0				1	0		0	2							1
25				0				1	0		0	2							1
26				0				1	0		0	2							1
27				0				1	0		0	2							1
28				0				1	0		0	2							1
29				0				1	0		0	2							1
30				0				1	0		0	2							1
31	0	0		1				1	0		0	2							1
32				0				1	0		0	2							1
33				0				1	0		0	2							1
34				0				1	0		0	2							1
35				0				1	0		0	2							1
36				0				1	0		0	2							1
37				0				1	0		0	2							1
38				0				1	0		0	2							1
39				0				1	0		0	2							1
40				0				1	0		0	2							1
41				0				1	0		0	2							1
42				0				1	0		0	2							1
43				0				1	0		0	2							1
44				0				1	0		0	2							1
Sub-total CD43	0	1	1	2	0	0	15	15	21	0	21	42	6	0	1	1	2	1	21
45				0				1	0		0	2							1
46				0				1	0		0	2							1
47				0				1	0		0	2							1
48				0				1	0		0	2							1
49				0				1	0		0	2							1
50				0				1	0		0	2							1
51	0		0	2				0			0	2							2
52				0				1	0		0	2							1
53				0				1	0		0	2							1
54				0				1	0		0	2							1
55				0				1	0		0	2							1
56				0				1	0		0	2							1
Sub-total AD42	1	0	1	2	1	1	7	9	11	0	10	21	6	0	1	0	1	0	11
57				0				1	0		0	2							1
58				0				1	0		0	2							1
59				0				1	0		0	2							1
60				0				1	0		0	2							1
61				0				1	0		0	2							1
62				0				1	0		0	2							1
63				0				1	0		0	2							1
64				0				1	0		0	2							1
65				0				1	0		0	2							1
66				0				1	0		0	2							1
67				0				1	0		0	2							1
Sub-total AD41	0	0	0	0	1	3	6	10	11	0	11	22	7	1	1	0	2	0	14

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 8 SERVICIO A OTRA EMPRESA				Pregunta N° 9 TIEMPO DE COMPRA				Pregunta N° 10 SOLICITARIA SERVICIO				Pregunta N° 11 A QUE EMPRESA						
	SI	NO	OI	Total	-6 m	6 m	+6 m	Total	SI	NO	OI	Total	Sidonet	Orbitel	GBM	Charter	C & W	Otro	Total
68				5				1	0	0	2	0							1
69				0			0	1	0	0	2							0	1
70	0	0		2			0	0			0								0
71				0			0	1	0	0	2						0		1
72				0			0	1	0	0	2						0		1
73				0			0	1	0	0	2						0		1
74				0			0	0	0	0	2	0							1
75				0		0		1	0	0	2	0							1
76				0			0	1	0	0	2								1
Sub-total CV41	0	1	1	2	0	1	0	7	8	0	7	16	3	0	1	0	3	1	8
77				0			0	0	0	0	2								0
78				0			0	1	0	0	2					0			1
79				0	0			1	0	0	2	0							1
80				0			0	1	0	0	2	0							1
81				0			0	1	0	0	2								0
82				0			0	1	0	0	2	0							1
83				0			0	1	0	0	2					0			1
84				0			0	1	0	0	2	0							1
85				0			0	1	0	0	2	0							1
86				0			0	1	0	0	2							0	1
87				0	0			1	0	0	2	0							1
88				0			0	0	0	0	2	0							1
89				0		0		1	0	0	2						0		1
Sub-total CV43	0	0	0	0	2	1	0	11	11	2	13	28	7	0	0	0	3	1	11
90				0			0	1	0	0	2	0							1
91				0			0	1	0	0	2	0							1
92				0			0	1	0	0	2	0							1
93				0			0	1	0	0	2	0							1
94				0			0	1	0	0	2	0				0			1
95				0			0	1	0	0	2	0							1
96				0			0	1	0	0	2	0							1
97				0			0	1	0	0	2	0							1
98				0			0	1	0	0	2	0							1
99	0		0	2			0	0			0	0							0
Sub-total CV42	1	0	1	2	0	0	0	9	9	0	9	18	8	0	0	1	0	0	9
100				0			0	1	0	0	2	0							0
101				0		0		1	0	0	2								0
102				0			0	1	0	0	2								0
103				0			0	1	0	0	2						0		1
104				0			0	1	0	0	2	0							1
105				0			0	1	0	0	2	0							1
106				0			0	1	0	0	2						0		1
107				0			0	1	0	0	2	0							1
108				0	0			1	0	0	2							0	1
109				0	0			1	0	0	2	0							1
110				0			0	1	0	0	2	0							1
Sub-total AV31T	0	0	0	0	2	2	7	11	9	2	8	19	8	0	0	0	2	1	8
111				0			0	1	0	0	2	0							1
112		0	0	2				0	0	0	2	0							1
113				0			0	1	0	0	2	0							1
114				0			0	1	0	0	2	0							1
115				0			0	0	0	0	1	0							1
Sub-total AV31V	0	1	1	2	0	1	2	3	5	0	3	8	5	0	0	0	0	0	5
116				0			0	1	0	0	2	0							1
117				0			0	1	0	0	2						0		1
118				0			0	1	0	0	2	0							1
119				0			0	1	0	0	2	0							1
120				0			0	0	0	0	2						0		1
121				0			0	1	0	0	2	0							1
122				0			0	1	0	0	2	0							1
123				0			0	1	0	0	2	0							1
124	0		1	0			0	0			0	0							0
125				0			0	1	0	0	2	0							1
126				0			0	1	0	0	2						0		1
Sub-total AV31P	0	1	0	1	0	1	0	9	10	0	9	19	7	0	0	0	3	0	10

ENCUESTA DE CUENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 8				Pregunta N° 9				Pregunta N° 10				Pregunta N° 11						
	SERVICIO A OTRA EMPRESA				TIEMPO DE COMPRA				SOLICITARIA SERVICIO				A QUE EMPRESA						
	SI	NO	CI	Total	0 m	1 m	+ 5 m	Total	SI	NO	CI	Total	Sinfonet	Orbitel	GBM	Cherter	C & W	Otra	Total
127				0		1	1	2				1							1
128				0			0	0				2	0						1
129				0		1	1	0				1					0		1
130				0		0	1	0			0	2	0						1
131				0		0	1	0				1	0						1
132				0		1	1	0				1			0				1
133	0	0		2			0	0				0							0
134				0			0	0			0	2	0						1
135				0		0	1	0			0	2			0				1
136				0		0	1	0				1	0						1
137				0			0	0			0	2	0						1
138				0		0	1	0			0	2	0						1
139				0		0	1	0			0	2	0						1
140	0	0		2			0	0				0							0
141				0		0	1	0				1			0				1
142				0		0	1	0				1	0						1
143				0		0	1	0				2	0						1
Sub-total CM51	0	2	2	4	0	2	10	12	25	0	8	23	10	0	3	0	2	0	15
144				0		0	1	0			0	2						0	1
146				0		0	1	0			0	2	0						1
148				0		0	1	0			0	2	0						1
147				0		0	1	0			0	2	0						1
148				0			0	0			0	2	0						1
148				0			0	0			0	2	0						1
180				0		0	1	0			0	2	0						1
151				0		0	1	0			0	2	0						1
152				0			0	0			0	2	0						0
153	0	0		2			0	0			0	1			0				1
154				0			0	0			0	2	0						1
154				0	0		1	0			0	2	0						1
185				0			0	0			0	2	0				0		1
186				0			0	1			0	2	0						1
187				0			0	1			0	1			0				1
187				0			0	0			0	2							1
188				0		0	1	0			0	2		0					1
188	0			1			0	0			0	2	0						1
189				0		0	1	0			0	2			0				1
191				0		0	1	0			0	2	0						1
192				0		0	1	0			0	2	0				0		1
193				0		0	1	0			0	2					0		1
194				0	0		1	0			0	2	0						1
185				0			0	0			0	2	0					0	1
186				0			0	1			0	2	0						1
187				0		0	1	0			0	1			0				1
188				0		0	1	0			0	2	0						1
189				0		0	0	0			0	2				0			1
170	0	0		2			0	0			0	0							0
171	0	0	0	2			0	0			0	2	0						1
172				0		0	0	0			0	2	0						1
173				0		0	1	0			0	2	0						1
Sub-total CM63	0	3	2	5	1	0	10	11	22	0	16	33	8	1	3	0	4	1	31
174	0	0		2			0	0			0	0							0
175				0		0	1	0			0	2	0						1
176				0		0	1	0			0	2	0						1
177				0		0	1	0			0	2			0				1
178				0		0	1	0			0	2			0				1
178				0		0	1	0			0	2					0		1
180				0		0	0	0			0	2	0						1
181				0		0	0	0			0	2	0						1
182				0		0	1	0			0	2	0						1
Sub-total CM54	0	1	1	2	0	1	5	6	9	0	8	16	4	0	2	1	1	0	18
183				0		0	1	0			0	2						0	1
184				0			0	0			0	2	0						1
185				0			0	0			0	2	0						1
186				0		0	1	0			0	2	0						1
187				0		0	1	0			0	2	0						1
188				0	0		1	0			0	2					0		1
189				0		0	1	0			0	2	0						1
190				0		0	1	0			0	2					0		1
191				0		0	0	0			0	0							0
Sub-total CM65	1	0	1	2	1	2	8	8	0	8	16	3	0	0	0	0	2	1	18

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET

HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 8				Pregunta N° 9				Pregunta N° 10				Pregunta N° 11							
	SERVICIO A OTRA EMPRESA				TIEMPO DE COMPRA				SOLICITARIA SERVICIO				A QUE EMPRESA							
	SI	NO	Ot	Total	- 6 m.	6 m	+ 6 m	Total	SI	NO	Ot	Total	Subtotal	Orbitel	GBM	Cheser	C & M	Otra	Total	
192				0				1	0			1								1
193				0				0	0	0	2									0
194				0				0	0		1									1
195				0			0	1	0	0	2									1
196				0				0	0	0	2									1
197				0			0	1	0	0	2	0								1
198				0				0	0	0	2									1
199				0			0	1	0	0	2	0								1
200				0			0	1	0	0	2	0								1
201				0			0	1	0	0	2	0								1
Sub-total ANS1	0	0	0	0	0	0	6	9	1	8	18	4	1	0	0	0	3	1	0	9
202				0				1	0	0	2				0					1
203				0				1	0	0	2	0								1
204				0				1	0	0	2	0								1
205		0	0	2				0	0	0	0									0
206				0				0	0	0	2	0								1
207				0			0	1	0	0	2	0								1
208				0		0		1	0	0	2	0								1
209				0	0			1	0	0	2	0								1
210				0			0	1	0	0	2	0								1
211				0			0	1	0	0	2	0								1
212				0			0	1	0	0	2	0								1
213		0	0	2				0	0	0	0									0
214		0		0				0	0	0	2									1
215				0				0	0	0	2									1
Sub-total ANS2	1	2	3	6	1	1	8	10	12	0	12	6	0	1	0	0	1	1	1	12
216				0				1	0	0	1	0								1
217		0		0				0	0	0	0									0
218				0				0	0	0	1									1
219				0			0	1	0	0	2	0								1
220				0			0	1	0	0	2									1
221		0	0	2				0	0	0	1	0								1
222				0	0			1	0	0	2	0								1
223				0			0	1	0	0	2									1
224				0				0	0	0	2									1
225				0			0	1	0	0	2									1
226				0	0			1	0	0	2					0				1
227				0			0	1	0	0	2	0								1
228				0				0	0	0	2	0								1
229				0				0	0	0	2	0								1
230				0			0	1	0	0	2									1
Sub-total AN31C	1	1	2	4	2	0	7	9	14	0	14	7	0	0	1	0	0	0	14	14
231				0				1	0	0	2	0								1
232				0				1	0	0	2	0								1
233				0				0	0	0	2									1
234				0			0	1	0	0	2									1
235				0			0	1	0	0	2	0								1
236				0			0	1	0	0	2	0								1
237				0			0	1	0	0	2	0								1
238				0			0	1	0	0	2			0						1
239		0	0	2				0	0	0	0									0
240				0				0	1	0	1									0
Sub-total SN41	0	1	1	2	0	0	8	8	8	0	17	5	2	0	0	1	0	0	0	8
Total General	5	15	18	38	11	17	149	177	221	5	205	431	144	6	15	5	41	10	221	221

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 12							Pregunta N° 13				Pregunta N° 14			
	PORQUE SU PREFERENCIA							PRESUPUESTO MENSUAL				SEXO			
	Practic	Calidad	Satisfacción	Comunicación R.	Apoyo Técnico	Otro	Total	B/.20.00	a B/.30.00	a B/.40.00	a B/.50.00	Total	M	F	Total
1			0				1		0			1	0	1	
2	0						1		0			1	0	1	
3	0				0		2	0				1	0	1	
4		0					1			0		1	0	1	
5	0						1			0		1	0	1	
6			0				1	0				1	0	1	
7	0						1		0			1	0	1	
8					0		1		0			1	0	1	
9			0				1		0			1	0	1	
10		0					1		0			1	0	1	
11			0				1		0			1	0	1	
12		0					1		0		0	1	0	1	
13			0				1	0				1	0	1	
Sub-total CD41	4	3	1	4	1	1	14	3	7	1	2	13	7	12	13
14	0	0					2		0			1	0	1	
15			0				1		0			1	0	1	
16		0					1		0			1	0	1	
17		0					1		0			1	0	1	
18			0				1	0				1	0	1	
19		0					1			0		1	0	1	
20		0	0				2		0			1	0	1	
21		0		0			2		0			1	0	1	
22		0	0				2		0			1	0	1	
23			0				1	0				1	0	1	
Sub-total CD42	1	7	2	4	0	0	14	2	7	0	1	10	1	9	10
24		0					1	0				1	0	1	
25		0					1	0				1	0	1	
26		0		0			3	0				1	0	1	
27	0	0		0	0		4	0				1	0	1	
28						0	1	0				1	0	1	
29		0		0			2	0				1	0	1	
30			0				1		0			1	0	1	
31		0	0			0	3			0		1	0	1	
32	0						1		0			1	0	1	
33				0			1	0				1	0	1	
34		0		0			2	0				1	0	1	
35	0						1		0			1	0	1	
36		0		0			2	0				1	0	1	
37		0		0			3			0		1	0	1	
38	0						2		0			1	0	1	
39	0						2		0			1	0	1	
40			0				1		0			1	0	1	
41			0		0		2		0			1	0	1	
42		0					1		0			1	0	1	
43		0					1			0		1	0	1	
44			0				1		0			1	0	1	
Sub-total CD43	5	11	2	8	5	2	35	9	5	1	3	21	8	13	21
45			0				1	0				1	0	1	
46	0						1	0				1	0	1	
47				0			1		0			1	0	1	
48		0					1		0			1	0	1	
49		0					1		0			1	0	1	
50		0	0	0			3		0			1	0	1	
51							0					0	0	0	
52			0				1		0			1	0	1	
53				0			1	0				1	0	1	
54		0					1	0				1	0	1	
55	0						1			0		1	0	1	
56			0				1			0		1	0	1	
Sub-total AD42	2	4	2	4	1	0	13	4	4	3	0	11	0	12	12
57						0	1		0			1	0	1	
58				0			1		0			1	0	1	
59				0			1		0			1	0	1	
60		0					1		0			1	0	1	
61				0			1		0			1	0	1	
62			0	0			2	0				1	0	1	
63		0					1	0				1	0	1	
64		0					1			0		1	0	1	
65		0					1			0		1	0	1	
66	0						1		0			1	0	1	
67		0					1			0		1	0	1	
Sub-total AD41	1	5	1	4	0	1	12	2	8	0	3	11	0	11	11

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 13						Pregunta N° 13				Pregunta N° 14		
	PORQUE SU PREFERENCIA						PRESUPUESTO MENSUAL				SEXO		
	Precio	Calidad	Satisfacción	Comunicación R.	Apoyo Técnico		B/.20.00	a B/.30.00	a B/.40.00	a B/.50.00	Total	M	F
66	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1
69	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
70	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
72	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
73	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
74	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
75	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
76	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
Sub-total CV41	0	0	2	2	0	11	2	3	3	0	6	3	9
77	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
79	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
80	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
81	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
83	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
84	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
85	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
86	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
87	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
88	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
89	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
Sub-total CV43	1	4	1	4	1	1	4	3	2	2	11	8	19
90	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
91	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
92	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
93	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
94	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
95	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0	3
96	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
97	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
98	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sub-total CV42	1	4	1	3	1	0	12	2	6	0	1	9	10
100	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
101	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
102	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
103	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
104	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
105	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
106	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0	3
107	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
108	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
109	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
110	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
Sub-total AV31T	3	6	1	2	2	0	12	4	3	2	0	11	11
111	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
112	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
113	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
114	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
115	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
Sub-total AV31V	0	2	2	2	0	0	1	2	1	1	0	2	3
116	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
117	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
118	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
119	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
120	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
121	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
122	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
123	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	2
124	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
125	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
126	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
Sub-total AV31P	3	5	0	4	1	0	13	7	3	0	10	4	14

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta Nº 12						Pregunta Nº 13				Pregunta Nº 14			
	PORQUE SU PREFERENCIA						PRESTAMO ESTO MENSUAL				SEXO			
	Precio	Calidad	Servicio	Comunicación R.	Apoyo Técnico	Otro	Tarifa	B/ 20.00	a B/ 30.00	a B/ 40.00	a B/ 50.00	Total	M	F
127	0						1	0	0			1	0	1
128	0	0	0				1	0	0			1	0	1
130	0	0					1	0	0			1	0	1
131	0						1	0	0			1	0	1
132			0	0			2	0				1	0	1
133							0	0				0	0	1
134	0						1	0				1	0	1
135	0						1			0		1	0	1
136	0						1					1	0	1
137	0	0					2	0				1	0	1
138			0		0		2	0				1	0	1
139					0		1			0		1	0	1
140							0					0	0	1
141					0		1	0				1	0	1
142					0		1		0			1	0	1
143		0			0		1	0				1	0	1
Sub-total CN51	4	7	3	2	4	0	20	3	2	2	15	8	9	17
144				0			1	0				1	0	1
145	0				0		2	0				1	0	1
146					0		1	0				1	0	1
147	0	0					2		0			1	0	1
148	0	0			0		2			0		1	0	1
149	0	0	0	0	0		5				0	1	0	1
150	0	0					2	0				1	0	1
151			0				1	0				1	0	1
152	0	0					2	0				1	0	1
153	0	0	0				3	0				1	0	1
154	0						1	0				1	0	1
155	0			0			2	0				1	0	1
Sub-total C N52	5	9	3	3	4	0	25	3	1	2	12	5	7	12
156		0					1	0				1	0	1
157						0	1	0				1	0	1
158				0			1	0				1	0	1
159	0	0		0			2		0			1	0	1
160					0		1	0				1	0	1
161		0					1	0				1	0	1
162	0						1	0				1	0	1
163				0			1		0			1	0	1
164	0	0					2	0				1	0	1
165	0						1	0				1	0	1
166			0	0			2	0				1	0	1
167			0				1	0				1	0	1
168		0		0			2	0				1	0	1
169	0			0			1		0			1	0	1
170							0		0			0	0	1
171				0			1	0				1	0	1
172				0			1			0		1	0	1
173				0			1					1	0	1
Sub-total CN53	5	5	2	0	1	1	22	0	3	1	17	9	8	16
174							0	0				0	0	1
175	0	0	0	0			4	0				1	0	1
176	0	0		0			3	0				1	0	1
177							1	0				1	0	1
178	0	0			0		2	0				1	0	1
179					0		1	0				1	0	1
180			0	0			2	0				1	0	1
181	0	0					2		0			1	0	1
182	0						1	0				1	0	1
Sub-total CN54	4	4	3	0	3	0	17	1	1	0	6	3	4	7
183							0	1	0			1	0	1
184		0					1			0		1	0	1
185				0			1	0				1	0	1
186		0					0	0				1	0	1
187			0	0			2	0				1	0	1
188			0	0			2	0				1	0	1
189		0	0		0		0	0				1	0	1
190				0			0	0				1	0	1
191							0					0	0	1
Sub-total CN55	0	3	3	4	0	1	10	4	3	0	1	2	7	9

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 12							Pregunta N° 13				Pregunta N° 14			
	PORQUE SU PREFERENCIA							PRESUPUESTO MENSUAL				SEXO			
	Precio	Cantidad	Satisfacción	Comunicación R.	Apoyo Técnico	Otro	Total	B/ 20.00 a B/ 30.00	B/ 31.00 a B/ 40.00	B/ 41.00 a B/ 50.00	Total	M	F	Total	
192	0	0					2	0				1	0	1	
193							0					0	0	0	
194		0					1	0				1	0	1	
195		0					1					1	0	1	
198	0						1	0				1	0	1	
197			0				1					1	0	1	
198	0						1	0				1	0	1	
199	0	0					2	0				1	0	1	
200		0					1		0			1	0	1	
201			0				1		0			1	0	1	
Sub-total ANS1	4	5	2	0	0	0	11	3	3	2	1	9	5	10	
202			0				1	0				1	0	1	
203					0		1	0				1	0	1	
204		0					1		0			1	0	1	
205							0					0	0	0	
206		0					1	0				1	0	1	
207	0	0					2	0				1	0	1	
208		0					1	0				1	0	1	
209				0			1	0				1	0	1	
210				0			1			0		1	0	1	
211			0				1			0		1	0	1	
212				0			1		0	0		1	0	1	
213							0					0	0	0	
214	0						1		0			1	0	1	
215	0						1		0			1	0	1	
Sub-total ANS2	3	4	2	3	1	0	13	4	4	2	2	12	2	14	
218			0	0	0		3	0				1	0	1	
217							0					0	0	0	
218						0	1	0				1	0	1	
219		0					1	0				1	0	1	
220	0						1	0				1	0	1	
221							0					0	0	0	
222	0	0					2	0				1	0	1	
223	0						1		0			1	0	1	
224	0	0					2	0		0		1	0	1	
225				0			1	0				1	0	1	
226	0	0		0	0		1	0				1	0	1	
227		0					1		0			1	0	1	
228					0		1	0				1	0	1	
229			0		0		2		0			1	0	1	
230	0						1	0				1	0	1	
Sub-total AN31C	6	5	2	3	4	1	27	6	3	0		14	3	15	
231			0				1	0				1	0	1	
232	0	0					2	0				1	0	1	
233				0			1	0				1	0	1	
234		0		0			2	0				1	0	1	
235	0	0	0	0	0		0					0	0	0	
236	0	0		0			3			0		1	0	1	
237			0				1	0				1	0	1	
238	0	0			0		1	0				1	0	1	
239							0					0	0	0	
240							0					0	0	0	
Sub-total AN41	4	5	3	4	2	0	18	3	4	0	1	8	10	10	
Total	56	106	39	72	29	9	311	70	101	27	23	221	65	175	246

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 14					Pregunta N° 16				
	EDAD (años)				Total	INGRESO FAMILIAR				Total
	-25	25 a 35	36 a 45	+ 46		- B/.400.00	a B/.600.00	B/.800.00	+ B/.801.00	
66	0				1	0				1
68			0		1		0			1
70	0				1				0	1
71		0			1				0	1
72		0			1			0		1
73	0				1				0	1
74		0			1		0			1
75		0			1				0	1
76	0				1	0				1
Sub-total CV41	4	4	1	0	9	2	2	1	4	9
77		0			1			0		1
78	0				1			0		1
79	0				1		0			1
80	0				1		0			1
81		0			1	0				1
82	0				1		0			1
83	0				1	0				1
84	0				1			0		1
85	0				1			0		1
86	0				1			0		1
87	0				1				0	1
88	0				1	0				1
89	0				1		0			1
Sub-total CV42	11	2	0	0	13	3	4	5	1	13
90	0				1		0			1
91		0			1	0				1
92	0				1				0	1
93		0			1	0				1
94	0				1			0		1
95	0				1		0			1
96	0				1		0			1
97	0				1			0		1
98	0				1			0		1
99	0				1	0				1
Sub-total CV43	8	2	0	0	10	4	3	2	1	10
100		0			1		0			1
101	0				1				0	1
102		0			1		0			1
103	0				1		0			1
104		0			1				0	1
105	0				1		0			1
106	0				1				0	1
107	0				1			0		1
108	0				1		0			1
109		0			1		0			1
110		0			1		0			1
Sub-total AV31T	6	5	0	0	11	0	7	1	3	11
111	0				1		0			1
112	0				1			0		1
113	0				1				0	1
114		0			1	0				1
115	0				1		0			1
Sub-total AV31V	4	1	0	0	5	1	2	1	1	5
116		0			1	0				1
117	0				1		0			1
118	0				1		0			1
119	0				1	0				1
120	0				1				0	1
121	0				1		0			1
122		0			1	0				1
123		0			1	0				1
124		0			1				0	1
125	0				1			0		1
126		0			1	0				1
Sub-total AV31P	6	5	0	0	11	5	3	1	2	11

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABLACION

GRUPO	Pregunta N° 13				Pregunta N° 14					
	EDAD (años)				INGRESO FAMILIAR					
	- 25	25 a 35	35 a 45	+ 45	Total	- B/.400.00	a B/.600.00	B/.600.00	+ B/.801.00	Total
127	0				1			0		1
128	0				1				0	1
128			0		1				0	1
130	0				1			0		1
131	0				1	0				1
132	0				1		0			1
133	0				1	0				1
134	0				1		0			1
135	0				1				0	1
135	0				1		0			1
137	0				1				0	1
138	0				1			0		1
138	0				1	0				1
139	0				1				0	1
139	0				1		0			1
140	0				1		0			1
141	0				1			0		1
142	0				1	0				1
143	0				1	0				1
Sub-total C#51	0	11	1	0	17	4	4	5	4	17
144	0				1			0		1
145	0				1				0	1
146	0				1	0				1
147	0				1				0	1
148	0				1				0	1
149	0				1				0	1
150	0				1			0		1
151	0				1		0			1
152	0				1		0			1
153	0				1			0		1
154	0				1	0				1
155	0				1			0		1
Sub-total C#52	0	7	2	0	12	2	2	3	4	12
156	0				1			0		1
157	0				1			0		1
158	0				1	0				1
159	0				1			0		1
160	0				1				0	1
161	0				1		0			1
162	0				1				0	1
163	0				1		0			1
164	0				1			0		1
165	0				1				0	1
166	0				1				0	1
167	0				1			0		1
168	0				1			0		1
169	0				1				0	1
170	0				1				0	1
171	0				1				0	1
172	0				1			0		1
173	0				1		0			1
Sub-total C#53	2	11	4	1	18	1	3	7	7	18
174	0				1			0		1
175	0				1				0	1
176	0				1			0		1
177	0				1	0				1
178	0				1				0	1
179	0				1	0				1
180	0				1				0	1
181	0				1				0	1
182	0				1				0	1
Sub-total C#54	0	2	2	0	4	2	1	1	5	9
183	0				1				0	1
184	0				1				0	1
185	0				1				0	1
186	0				1	0				1
187	0				1		0			1
188	0				1				0	1
189	0				1				0	1
190	0				1				0	1
191	0				1				0	1
Sub-total C#55	2	4	3	0	9	1	1	0	7	9

ENCUESTA DE CLIENTES ACTUALES POTENCIALES DE INTERNET
HOJA DE TABULACION

GRUPO	Pregunta N° 15					Pregunta N° 16				
	EDAD (años)					INGRESO FAMILIAR				
	- 25	25 a 35	35 a 45	+ 45	Total	- B/ 400.00	a B/ 600.00	B/ 600.00	+ B/ 600.00	Total
192				0	1			0		1
193	0				1				0	1
194			0		1		0			1
195	0				1	0				1
196			0		1	0				1
197	0				1		0			1
198			0		1				0	1
199			0		1				0	1
200			0		1				0	1
201		0			1			0		1
Sub-total AN51	2	2	5	1	10	2	2	2	4	10
202		0			1			0		1
203		0			1			0		1
204	0				1		0			1
205	0				1				0	1
206	0				1	0				1
207			0		1		0			1
208	0				1				0	1
209	0				1			0		1
210	0				1			0		1
211		0			1				0	1
212		0			1	0				1
213	0				1				0	1
214				0	1				0	1
215			0		1		0			1
Sub-total AN52	7	4	2	1	14	2	3	4	5	14
216		0			1			0		1
217	0				1				0	1
218		0			1			0		1
219		0			1		0			1
220			0		1			0		1
221		0			1				0	1
222			0		1			0		1
223		0			1			0		1
224			0		1				0	1
225			0		1			0		1
226				0	1				0	1
227				0	1				0	1
228			0		1		0			1
229		0			1			0		1
230				0	1			0		1
Sub-total AN31C	4	0	5	3	15	0	2	0	4	15
231	0				1			0		1
232	0				1		0			1
233		0			1			0		1
234	0				1			0		1
235	0				1	0				1
236	0				1				0	1
237		0			1	0				1
238	0				1			0		1
239		0			1				0	1
240	0				1				0	1
Sub-total SN41	7	3	0	0	10	2	1	4	3	10
Total	127	79	28	0	240	52	61	55	72	240