

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA EN ADMINISTRACIÓN

DE NEGOCIOS

NUEVAS TENDENCIAS FINANCIERAS

ENFOCADAS EN EL MERCADO ELECTRÓNICO

FRANCISCO GABRIEL ALMEIDA

VACACELA DE LA CALLE

DIRECTOR DE TESIS: ING. SALOMÓN QUITO

QUITO, FEBRERO DEL 2002

Declaración:

Yo, Francisco Gabriel Almeida Vacacela de la Calle, con cédula 170825021-0, declaro que la presente tesis con título "Nuevas Tendencias Financieras Enfocadas en el Mercado Electrónico" es de mi propia autoría.

Francisco Almeida.

Agradecimiento:

***A los profesores de nuestra universidad
quienes, con responsabilidad y sabiduría
han ayudado a modelar mi porvenir.***

Dedicatoria:

A mis padres y abuelos, que ocupan el mismo espacio de afecto en mi corazón.

A mi hermano, con quien comparto el mismo anhelo de superación.

A Dios.

INTRODUCCIÓN

La aparición del Internet en los últimos años ha traído como consecuencia la búsqueda de nuevas formas de realizar negocios, al mismo tiempo muchas empresas han aprovechado de este servicio para estar en contacto con sus clientes y proveedores de una forma más dinámica.

En el Ecuador aún no se aprovecha la utilidad que puede presentar para ciertos negocios, ya que tenemos a todo el mundo a nuestro alcance tan solo con un “clic” y en cuestión de segundos.

Es por eso mi curiosidad por saber como se están manejando las finanzas por este medio, que tipos de proveedores de Internet tenemos en el Ecuador, que servicios nos presenta un banco y como funciona una empresa en el mundo virtual.

Una vez entendido su funcionamiento veremos que la creación de un negocio virtual no es difícil, pues no requerimos de grandes capitales, solo necesitamos un poco de iniciativa y confiar en el producto ecuatoriano.

Índice General

	Pág.
CAPÍTULO 1	4
"EL INTERNET".....	4
1.1 <i>Como nace el Internet</i>	4
1.2 <i>¿ Qué entendemos por Internet ?</i>	6
1.2.1 El Intranet.....	7
1.2.2 El Extranet.....	8
1.3 <i>Los Servicios del Internet</i>	11
a. El correo electrónico.....	11
b. La World Wide Web.....	11
c. Usenet: los grupos de noticias.....	13
d. FTP: transmisión de ficheros.....	14
e. IRC: canales de charla.....	14
f. Otros servicios.....	15
CAPÍTULO 2	17
"ACCESOS A INTERNET".....	17
2.1 <i>Proveedores de Internet</i>	17
2.2 <i>Publicidad en el Internet</i>	19
2.2.1 Pull vs. Push.....	21
2.2.2 Las posibilidades de la multimedia.....	21
2.2.3 La Bidireccionalidad.....	22
2.2.4 Los Banners.....	22
2.3 <i>Barreras y Limitaciones del Internet</i>	23

CAPITULO 3.....	24
"LAS FINANZAS EN EL INTERNET"	24
3.1 <i>Comercialización de Productos</i>	24
3.1.1 El Ebay.....	24
3.1.2 Como funciona el Ebay	25
3.1.3 Como vendemos en Ebay.....	26
3.1.4 Formas de Pago en el Ebay.....	28
3.1.5 Formas de Envío en Ebay	28
3.2 <i>Los Bancos y el Internet</i>	29
3.3 <i>Otros servicios financieros en Internet</i>	32
3.3.1 Patagon.....	33
 CAPITULO 4.....	 34
"CASO PRÁCTICO"	34
4.1 <i>Historia de Grado cero</i>	34
4.2 <i>La industria, la compañía y sus productos</i>	35
4.2.1 La Industria.....	35
4.2.2 La Compañía y el Concepto.....	36
4.2.3 Productos	37
4.3 PLAN DE FABRICACIÓN Y OPERACIÓN	40
4.3.1 <i>El Ciclo Operativo</i>	40
4.4 <i>Análisis e Investigación de Mercado</i>	45
4.4.1 Tamaño de Mercado y su Tendencia	45
4.4.2 Mercado Estimado	45
4.4.3 Evolución del Mercado.....	46

4.5	<i>Plan Estratégico de la Compañía</i>	47
	Misión.....	47
	Visión.....	47
	Filosofía de la Empresa.....	47
4.6	<i>Plan Estratégico de Marketing</i>	48
	Plaza.....	48
	Producto.....	48
	Precio.....	49
	Promoción.....	50
4.7	<i>Plan Financiero</i>	51
CAPÍTULO 5		56
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
ANEXO A:	CAPÍTULO 2	
ANEXO B:	CAPÍTULO 3	
ANEXO C:	CAPÍTULO 4	

Capítulo 1

“El Internet”

1.1 Como nace el Internet

El Internet se crea en el año 1962, antes de que la palabra Internet fuera conocida. Todo comenzó a partir de esa época, con la creación de un proyecto estratégico del Departamento de Defensa de los Estados Unidos denominado ARPA, (*Agencia para Proyectos de Investigación Avanzada*).

Como era de suponerse su finalidad era la investigación y desarrollo de proyectos de comunicación para redes de área amplia, para unir así redes de transmisión de paquetes de diferentes tipos, con la particularidad de operar en las condiciones más adversas y continuar trabajando aún con la pérdida de una parte de la red. Por ejemplo:

En caso de que Estados Unidos entrara en una guerra.

Años más tarde todas estas investigaciones dieron como resultado el protocolo TCP/IP, (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) "Protocolo de Control de Transmisión sobre Protocolo Internet", el cual es un sistema de comunicaciones muy sólido y fuerte, bajo el cual se integran todas las redes que conforman lo que se conoce actualmente como Internet.

Cuando la información sale de un ordenador lo hace de forma fragmentada, cada paquete contiene etiquetas de identificación que indican el lugar que ocupa esa fracción en el conjunto de la información y las direcciones del remitente y del destinatario.

De esta forma cada paquete puede viajar independientemente por rutas diferentes para llegar al mismo destino. Estas vías son seleccionadas por los *ROUTTERS*, que no

son mas que son unos computadores especiales instalados a lo largo de las redes que, encaminan los paquetes de una red a otra, a fin de que recorran el camino más corto.

De manera abreviada y fácil de entender, podemos decir que el TCP es el que se encarga de transformar la información en paquetes y viceversa, y el IP es el responsable del correcto traslado de los datos por la ruta mas apropiada. El usuario no interviene en la ejecución del primero, pero sí en la del segundo, ya que es indispensable que se indique a quién va a dirigir un mensaje o con qué ordenador desea conectarse.

Durante el desarrollo de este protocolo se incrementó notablemente el número de redes locales, de agencias gubernamentales y de universidades que participaban en el proyecto. Dando a lugar a la red de redes más grande del mundo.

Mas tarde las actividades militares se apartaron y la red se dividió en una subred de lo que conocemos actualmente como INTERNET que permitió el acceso al sistema a todo aquel que lo requiriera sin importar de que país provenía. Su finalidad era académica o de investigación y cada uno de los interesados debía pagar los gastos de conexión.

Al poco tiempo los usuarios encontraron que la información que había en la red era por demás útil, y si todos los navegantes aportaban con mayor cantidad de datos se enriquecería aún más el servicio.

Pero ahora surgió otro problema, el cual era quien coordinaba y dirigía el desarrollo de la red. Esta tarea recayó en varios grupos, uno de ellos era la Fundación Nacional de Ciencia, dicha organización popularizo el uso de la red, ya que conecto cinco centros de súper cómputo, que podían ser accesados desde cualquier parte.

Esto funcionó bien al principio, pero al poco tiempo fueron superadas las cargas de tráfico previstas para ese entonces, en aquel momento se dio la concesión a Merit Network Inc. Para que administrara y actualizara la red. Hubo una mejoría sobre todo en las líneas de comunicación dando un servicio mucho más rápido, pero debido a la gran demanda este proceso de mejora nunca terminará.

El grupo de mayor autoridad sobre el desarrollo de la red es la Sociedad de Internet creado en 1990 y formado por miembros voluntarios, puede decirse que este grupo es como un consejo de ancianos, que tiene la responsabilidad de la administración técnica y dirección de Internet, cuya finalidad es promover el intercambio de información global a través de la tecnología del Internet.

Pero no es el único grupo que puede tomar decisiones importantes, existen otros tres grupos que tienen un rol significativo:

- *El Internet Architecture Board (IAB)*, toma las decisiones acerca de los estándares de comunicaciones entre las diferentes plataformas para que puedan interactuar máquinas de diferentes fabricantes sin problemas.
- *Network Information Center (NIC)*, este grupo es responsable de cómo se deben asignar las direcciones y otros recursos en la red, es administrado por el departamento de defensa de los Estados Unidos.
- *El Internet Engineering Task Force (IETF)* en el cuál todos nosotros como clientes o usuarios de Internet podemos expresar nuestras opiniones sobre cómo se deben de implementar soluciones para problemas operacionales.

1.2 ¿ Qué entendemos por Internet ?

Anteriormente hemos visto los orígenes del Internet, pero no tenemos una idea clara de que es realmente el Internet, como ya sabemos es un sistema en el cual las computadoras están conectadas entre sí, entonces podemos deducir que El Internet es un sistema que significa *INTERconnected NETworks* (Redes Interconectadas), en concreto es una inmensa fuente de recursos de información y conocimientos compartidos a escala mundial.

Es también la vía de comunicación que permite establecer la cooperación y colaboración entre un gran número de comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el planeta.

Como podemos ver el Internet puede entenderse de distintas formas, y su gran éxito ha sido por su funcionalidad para personas y empresas. Vale la pena mencionar en este punto dos conceptos fundamentales, para poder realizar negocios en el Internet, me refiero al Intranet y al Extranet.

1.2.1 El Intranet

Probablemente el campo de acción más importante en el desarrollo de las telecomunicaciones es el Internet y más aun la creación de los intranets. Si la introducción de los computadores constituyó una revolución en las operaciones de todas las empresas, grandes o pequeñas, un segundo paso más importante en estas operaciones se da con el acceso al Internet.

Hubo una época, en la cual todos los controles de una organización se computarizaron. Nóminas, inventarios, ordenes de producción, de compra y de venta, costos, entradas y salidas de almacén, facturación, etc. Pasaron a ser documentación electrónica en computadoras personales, mini computadores y redes de empresas.

El Intranet se trata de un sistema privado basado en los mismos principios básicos del Internet, la diferencia es lo que se hace con esa misma tecnología. La intranet es un tipo de red basada en los mismos protocolos, equipamientos y servicios que la Internet, pero los utiliza para aumentar la comunicación y la productividad dentro de una empresa, es por eso que se usa el prefijo "intra". Así como el Internet revolucionó la forma en que las personas se comunican globalmente, la intranet revoluciona la comunicación interna de una empresa.

Con el pasar del tiempo y con el boom del propio Internet, las experiencias con tecnología Internet dentro de las empresas fueron cada vez más serias y relevantes

tanto es así que, en muchos casos, fueron incorporadas a los propios planes estratégicos y apoyadas decisivamente por la dirección de las empresas.

Sin embargo, el intranet es un fenómeno más reciente que el Internet. En 1998, hubo en todo el mundo empresas que se encontraban en diversas etapas de uso de la tecnología Internet: aquellas que ya aplicaban la tecnología, entre las cuales, típicamente, existen casos de gran éxito; aquellas que todavía estudiaban el uso del intranet y también, obviamente, las que ignoraban completamente el fenómeno.

El intranet permite una gran interacción entre el personal de la empresa, aumentando al máximo el servicio al cliente, optimiza el tiempo y permitiendo fácilmente el acceso a información clasificada para la empresa.

Al administrar de forma efectiva la información de la organización, se asegura el incremento de la producción y se obtiene múltiples beneficios en tiempos de respuesta para el servicio al cliente

En resumen podemos decir que el intranet es una red de acceso privado y cuyos usuarios son solamente el personal de una empresa. Puede estar formada por distintas redes para cada sector de la empresa, aún si estas estuvieran ubicadas en distintos puntos geográficos.

1.2.2 El Extranet

Existe otro sistema tan beneficioso como el anteriormente visto, me refiero al extranet puede definirse como una extensión privada de una empresa establecida a través de su intranet corporativa, que permite a sus clientes, socios y proveedores comunicarse y hacer negocios al acceder sus procesos internos.

Por ejemplo, una empresa puede conectar el sistema de pedidos de compra de ya existente en su intranet, basado en navegadores, al banco de datos del catálogo de productos de su proveedor instalado en la intranet, creando una extranet.

En algunas universidades de todo el mundo ya existe este servicio, pues los alumnos pueden acceder a sus calificaciones o más aún pueden reservar y cancelar su matrícula.

Un Extranet requiere de seguridad y respeto a la intimidad, sus beneficios son amplios para una empresa, donde distintas organizaciones pueden vincularse formando grupos, logrando así una integración muy fuerte entre ellas.

De esta manera, una institución puede intercambiar y compartir información con los miembros de dichos grupos. Pueden crearse asociaciones con otras organizaciones con el fin de llevar a cabo un programa en conjunto.

El extranet permite incrementar la productividad de una empresa y reducir costos, haciendo llegar productos y servicios de manera segura a socios, proveedores y clientes.

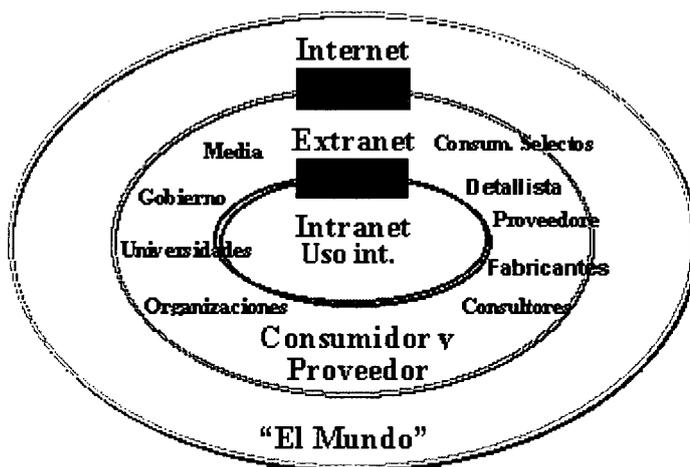
Por tratarse de una evolución de la aplicación de los conceptos de Internet e intranet, una buena manera de entender a las extranets consiste en efectuar la siguiente comparación:

Internet	Internet	Intranet	Extranet
Acceso	Público	Restringido a empleados de la empresa	Restringido a clientes, socios y/o proveedores
Usuario	Cualquier usuario	Usuarios de la red interna	Redes conectadas o autorizadas
Información	Pulverizada, pública y comúnmente superficial	Privada / Compartida dentro de la empresa	Compartida entre determinadas empresas

Fuente: Internet TeleCom

En síntesis un extranet es una Intranet más al acceso de ciertos usuarios autorizados, es decir no solo el personal de una empresa si no también clientes, proveedores y empresas asociadas.

Una vez analizados estos tres sistemas, presento en el siguiente gráfico una visión de cómo las organizaciones ya sean estas universidades, gobierno, empresas, etc., han aprovechado estos servicios para tener contacto con sus proveedores, clientes, y el mundo en general para de esta manera optimizar al máximo los recursos y ver la importancia que tienen ellos en el mundo actual.



Fuente: Internet TeleCom

En el primer círculo observamos al Intranet, que como ya sabemos es de uso interno de la empresa, luego se presenta al extranet, en este ya intervienen los proveedores, otras empresas como pueden ser la competencia u organizaciones que no brindan servicios a nosotros (Materias primas, Clientes, Consultoras o auditoras). Por último tenemos al Internet en el cual se integran todas las personas del mundo que pueden acceder a las páginas Web de las diferentes instituciones.

1.3 Los Servicios del Internet

Como ya sabemos el Internet ofrece una basta información y posibilidades de comunicación a través de lo que se denominan "*servicios de Internet*". Estos servicios están disponibles a escala mundial y son de varios tipos.

En esta inmensa red tenemos los que transmiten mensajes, otros ficheros e información multimedia. Para ser más precisos en esto explicaré brevemente las funciones de algunos de ellos.

a. El correo electrónico

El correo electrónico o más conocido como (*e-mail*) es tal vez el principal servicio de Internet, y sin duda el de mayor importancia histórica. Cada persona cuenta con un "buzón electrónico" personal, simbolizado en una dirección de correo.

El buzón de correo electrónico sirve para enviar y recibir mensajes a otros usuarios, y por eso nunca existirá dos nombres iguales. En una dirección electrónica generalmente la primera parte de una identifica con la persona y la segunda a la empresa para la que trabaja o al proveedor de Internet.

Mediante este podemos enviar archivos de texto, que pueden ser gráficos, hojas de excell. Podemos responder mensajes en forma instantánea y a varias personas al mismo tiempo, pues podemos guardar en la memoria de la computadora varias direcciones de diferentes clientes o amigos.

b. La World Wide Web

La *World Wide Web* es el sistema más popular del Internet, actualmente es el lugar de más crecimiento, se calcula que hay más de 50 millones de páginas Web en la Red, y su número crece a un ritmo acelerado, es talvez el servicio más usado incluso que el propio correo electrónico, al principio se lo denominó proyecto WWW

y creado en Suiza a inicios de los 90, la WWW puede definirse básicamente como tres cosas:

1. Hipertexto, que es un sistema de enlaces que permite saltar de unos lugares a otros;
2. Multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, vídeo, sonido y otros);
3. Internet, las base sobre las que se transmite la información.

Para poder visualizar una página web se emplean unos programas específicos llamados navegadores. Entre los más populares encontramos Netscape e Internet Explorer.

Las páginas de la WWW están situadas en los servidores que poseen acceso a Internet en todo el mundo, y podemos acceder a ellas mediante un programa denominado navegador. Este programa emplea un protocolo llamado HTTP, que funciona sobre TCP/IP visto anteriormente y que básicamente se encarga de gestionar el aspecto de las páginas y los enlaces.

Cada página Web tiene una dirección única en Internet, en forma de URL, las páginas hipertexto de la WWW comienza siempre por HTTP. Una página Web puede ser por ejemplo *http://www.gradocero.com*.

La Web facilita el acceso a información gráfica, películas o sonido de forma automática, proporciona algunas opciones interesantes, el circular saltando de un sitio a otro y volviendo rápidamente a los sitios que se acaban de visitar. La información puede darse en varias formas pueden ser tablas, formularios, fotos, etc.

Hoy en día son más las empresas que publican información en la Web, pues ven en ella una manera de brindar servicios y al mismo tiempo de crear publicidad al formar enlaces con otras direcciones en el sistema.

Casi todos los nombres de los sitios Web comienzan por el URL que significa "Uniform Resource Locator". Es una medida de redacto para especificar un objeto en la red, como un fichero, básicamente indica que se trata una página Web en formato HTML (*http://*). Seguido de las letras características de la Web (*www*), luego por el nombre de la empresa (*.Gradocero*) y terminan con el identificador de empresa (*.com*) o país (*.ec*).

Parte de la gran fuerza de la WEB se debe a que es muy fácil crear páginas, pues existen programas gratuitos y comerciales para crear HTML para la Web, y alquilar espacio en un servidor es cada vez más barato y accesible para todos nosotros.

c. Usenet: los grupos de noticias

En sus orígenes, se trataba de una red paralela a Internet, que circulaba de forma independiente, hasta que fueron unidas. Para muchos, Usenet es lo más importante después del correo electrónico o la WWW.

El nombre de Usenet viene de (*User's Net*), que significa la red de los usuarios, proviene de la época en que Internet se usaba con fines académicos. En ese tiempo unos estudiantes decidieron que podían conectar en una red sus máquinas de la universidad e intercambiar mensajes en público.

Esto era mejor que tener que enviar varios mensajes a cada uno de los interesados, o utilizar las interminables listas de correo mediante suscripción. Con el paso del tiempo, Usenet pasó a usar Internet y sus protocolos como base, y hoy en día Internet y Usenet están hoy ciertamente unidas y son casi indistinguibles.

Usenet es conocida por ser la red que transporta los "*grupos de noticias*", o las News como algunos lo llaman. Aunque por su nombre parezca otra cosa, los grupos de noticias no se refieren únicamente a informaciones de un ámbito especial, sino que cubren cualquier área de interés en la que haya un número suficiente de participantes.

Usenet ha crecido con el tiempo hasta alcanzar unos 14.000 grupos de noticias públicas, por lo que se puede decir que es un gigantesco foro de debate internacional. Periódicamente se añaden nuevos grupos y se eliminan otros que no tienen movimiento o pierden interés.

d. FTP: transmisión de ficheros

El FTP es un sistema de transmisión de ficheros que hace que enviar y recibir archivos de gran tamaño de un lugar a otro de Internet sea rápido y más cómodo que mediante correo electrónico.

En Internet existen enormes servidores FTP con miles de programas de distribución pública, imágenes y sonidos, de libre acceso. Muchos fabricantes los usan para mantener al día a sus clientes en cuanto a nuevas versiones del software, actualizaciones o controladores.

Los servidores FTP también se emplean para la distribución de software de demostración, revistas electrónicas y otros materiales, pueden ser privados, pero por lo general son públicos.

e. IRC: canales de charla

El Internet Chat Relay es el equivalente en Internet a las comunicaciones entre radioaficionados. Se basa en una serie de servidores que admiten conexiones de cualquier persona desde cualquier lugar de Internet, que puede enviar y recibir mensajes en directo y charlar con otros usuarios.

Las charlas dentro de estos servidores se organizan en canales temáticos, los cuales tienen operadores que actúan como moderadores. El idioma habitual es el inglés, pero existen grupos de charla locales y en castellano.

Mucha gente utiliza el IRC para reunirse y charlar en vivo a una hora terminada, aunque a veces los grupos de IRC resultan un tanto caóticos por la gran cantidad de personas conectadas. Otras veces se usan para la retransmisión de eventos o reuniones de grupos con aficiones comunes.

También existen IRC que añaden texto e imágenes 2D y 3D al ambiente, e incluso videoconferencia, y lugares virtuales (*MUD*, *MOO*) para interactuar y vivir aventuras interpretando papeles, como en el teatro.

f. Otros servicios

Existen otros servicios de Internet no tan conocidos ni populares que siguen existiendo por razones prácticas e históricas. Algunos de ellos son:

- Telnet.** Sirve para conectarse de forma remota a un ordenador desde un programa terminal. Nosotros podemos trabajar con ese ordenador como si estuviera sentado frente a un terminal local, aunque no encontremos muy lejos.

- Buscadores.** Son una novedosa categoría de servicio. Se trata de sistemas que organizan la información de Internet. Existen varios tipos como el Yahoo, organizan todos los recursos de Internet, pues en él podemos encontrar canales de charla o grupos de noticias.

Todos estos sistemas repasados anteriormente son de mucha importancia para todos nosotros, en especial para la elaboración de mi tesis es por eso que me tome un espacio para hablar de ellos, en especial del World Wide Web, y el correo electrónico, pues estos dos son básicos para poder realizar negocios en el Internet.

Actualmente vivimos en un mundo de globalización donde todas las personas y empresas debemos estar al día en lo que se refiere a tecnología para ser competitivos, el Internet ha abierto muchas puertas para conseguir este objetivo.

Su repercusión en la última década ha sido notable, pues su funcionalidad ha generado nuevas oportunidades de negocios, que muchas instituciones han sabido aprovechar de manera optima.

Por lo general hemos considerado a este sistema como una fuente de información e investigación, pero no solo nos puede servir como esto, sino que podemos aprovecharlo para abrir puertas de nuevos mercados y productos, y de esta manera optimizar los recursos de una empresa.

Capítulo 2

“Accesos a Internet”

2.1 Proveedores de Internet

Para poder realizar los negocios en Internet, en especial las empresas, necesitan de conexiones realmente rápidas para optimizar su tiempo, es por eso que tomaré esta parte de la tesis para explicar sobre los tipos de proveedores que existen tanto para las organizaciones como para una persona común y corriente que desea realizar alguna actividad en la red.

En el Ecuador existen varias organizaciones dedicadas exclusivamente a la conexión en Internet, unas poseen servicios enfocados únicamente a empresas y otras que se especializan en colocar el servicio en los hogares.

Con respecto a los proveedores que se dedican a colocar Internet en las casas son numerosas y por lo tanto la competencia es extensa y tenemos mayores opciones a escoger con tarifas cómodas.

Las empresas más conocidas de dar el servicio de Internet para los hogares en el Ecuador son las siguientes:

- Cyberweb
- Onnet
- Ecuonet
- Satnet
- Telconet
- Speednet,
- Interactive
- Portanet,
- Ecuadoronline

Para tener Internet en nuestro hogar existen varios planes de los cuales nosotros podemos escoger el más conveniente y práctico para nuestros fines, a continuación voy a presentar una tabla de precios que me fue facilitada por una de las entidades enumeradas anteriormente:

<i>Plan</i>	<i>Costo USD</i>	<i>Horas de uso</i>	<i>Horas extras</i>	<i>Periodo</i>	<i>Horas Gratis</i>
1	\$ 300.00	Ilimitado	-	Anual	0
2	\$ 33.00	Ilimitado	-	Mensual	0
3	\$ 20.00	50 Horas	\$ 1.99	Mensual	0
4	\$ 10.00	10 Horas	\$ 1.00	Mensual	0
5	\$ 15.00	12 Horas	\$ 1.99	Mensual	3 AM a 8 AM
6	\$ 8.00	6 Horas	\$ 1.99	Mensual	3 AM a 8 AM
7	\$ 3.00	1 Hora	-	Mensual	0
8	\$ 10.00	Ilimitado Noche	\$ 1.50	Mensual	

Fuente SatNet

Podemos ver que existen dos planes ilimitados el primero es por todo un año, pero este plan se lo debe pagar por adelantado, y su costo es elevado; la segunda tarifa es mensual y su precio considerablemente menor.

Los demás planes son básicamente limitados, con el inconveniente que si nos pasamos del uso debemos pagar entre 1.50 y 2 dólares por hora.

Existe un plan muy interesante pero cómodo de horario, ya que solo es nocturno (22 PM a 8 AM) y su precio es de 10 dólares mensuales.

En cuanto a los proveedores de Internet que prestan el servicio a empresas, en el Ecuador tenemos dos grandes Corporaciones, Impsat y Ramtelecom, son dos entidades multinacionales.

El sistema de Internet que dan estas dos compañías, es mucho más caro que las anteriores compañías, pues existen varias diferencias en el servicio.

- La primera diferencia radica en que estas dos compañías, ubican Internet las 24 horas del día y los 365 días del año.
- También tiene mayor velocidad de conexión pues poseen en ciertos casos fibra óptica.
- Por último tienen correos electrónicos personalizados, esto quiere decir por ejemplo mi mail puede ser almeidaf@gradocero.com , la primera parte del mail corresponde a mi nombre y después viene el nombre de la empresa que poseo, a diferencia de un mail normal que generalmente es almeidafrancisco@uio.satnet.net.

Para darnos una idea clara de la diferencia de precios con respecto a la propuesta dada anteriormente en el **Anexo A-1** presento una cotización del servicio, que fue planteada para Grado Cero.

La diferencia de precios es muy clara pues mensualmente debemos pagar aproximadamente 150 dólares, mientras que con la propuesta anterior lo más caro era de 25 dólares.

2.2 Publicidad en el Internet

Internet es el medio ideal para comunicar publicitariamente hablando, aunque a ojos de muchos entendidos no sea mucho mejor que otros medios como la televisión o la radio.

En cambio que para otros sectores el Internet es el único medio de comunicación que permite unir las ventajas de la comunicación masiva con las cualidades de la comunicación directa ya que ningún otro medio puede presumir de esta virtud por los siguientes motivos:

- *La comunicación masiva* (televisión, radio, prensa, etc), dispone de la ventaja de poder comunicar con imagen, con movimiento, con texto y voz, por tanto es un medio ideal para comunicar imagen de marca, crear sensaciones e interés por los productos.

Sin embargo tiene dos inconvenientes debido a su propia mecánica no es un tipo de comunicación informativa y sobre todo es una comunicación Unidireccional de lo cual trataré más adelante, es decir, los anunciantes lanzan sus campañas y no tienen posibilidad de interactuar con los públicos.

- *La comunicación directa*, tiene como ventajas principales el que, debido a los soportes y mecánicas que utiliza, es una comunicación más informativa, más vendedora de producto y sobre todo, más interactiva.

Pero también tiene sus dificultades, ya que la comunicación directa no permite imagen en movimiento, sonido o voz, por lo tanto, más estática y silenciosa. Estas últimas características son las que permiten al público objetivo analizar cuidadosamente la información y tener la posibilidad de tomar una decisión más meditada con respecto a los productos en cuestión.

Pues bien, el Internet es el medio que reúne las ventajas de los dos tipos expuestos, es decir, nos permite utilizar imágenes en movimiento, sonido, voz, además de disponer de la posibilidad de incluir toda la información que deseemos y de poder incluir los elementos interactivos de respuesta oportunos.

Entonces el Internet, desde el punto de vista del anunciante, es el medio ideal, pero tiene ciertos conflictos que, aun siendo temporales y no imputables al comunicador, son bastante fastidiosos hoy día.

Poniendo como antecedente lo mencionado anteriormente La World Wide Web ha capturado la imaginación de muchos profesionales y empresarios, deslumbrados por las posibilidades de alcanzar a millones a través de la publicidad en Internet, pero

actualmente, muchas empresas no se benefician del verdadero poder de la publicidad en Internet.

Esto se debe a que no conocen las nuevas formas de realizar publicidad, podemos comenzar dando 4 conceptos muy importantes que se manejan en la red y hacen la diferencia de los anuncios tradicionales.

2.2.1 Pull vs. Push

Si tuviéramos que identificar sólo una diferencia entre la publicidad tradicional y la nueva publicidad en Internet, el punto clave sería la distinción que existe entre las estrategias de push y pull. El push (empujar el mensaje hacia el consumidor) que forma la base de la publicidad tradicional, es evidente en cada spot de televisión, en cada mensaje en revistas o en cada folleto que nos mandan. A menudo no tenemos elección si queremos recibir o no comercial, con la intención de informarnos o de crear demanda y deseo personal para sus productos.

La publicidad en Internet es diferente, ya que este medio requiere del anunciante para emplear una estrategia de pull (atraer al consumidor hacia su mensaje). No se puede simplemente poner una página en la red y esperar que alcance a miles de personas.

2.2.2 Las posibilidades de la multimedia

Otra diferencia de la nueva publicidad de Internet existe en las posibilidades que ofrece la multimedia. En la publicidad tradicional, no podemos mezclar los medios, es decir para enseñar su producto en acción, tenemos que utilizar un medio muy costoso como la televisión, o si queremos ahorrar un poco y hablarle al cliente utilizaremos la radio.

Con el multimedia, nuestro campo de acción aumenta significativamente nos permite tener todo, a la vez como el video, audio, animación, texto, distribución inmediata de muestras.

2.2.3 La Bidireccionalidad

Hasta hoy la publicidad ha sido un medio unidireccional (no interactúan con los clientes), el Internet revoluciona esto, porque es posible recibir inmediatamente comentarios, sugerencias, dudas, desde sus páginas en Internet.

Podemos integrar estudios de mercado, es una nueva posibilidad que antes solo la realizábamos en ciertas épocas del año y a un costo muy alto, pues en nuestra publicidad en Internet podemos incluir encuestas sobre los productos y obtener resultados rápidos, precisos y de bajo valor monetario.

Intentar utilizar Internet como medio de publicidad sin hacer uso de su bidireccionalidad es no aprovechar lo más importante que ofrece la cercanía y conexión con los clientes.

2.2.4 Los Banners

Los Banners son mensajes gráficos interactivos que aparecen en las páginas de Internet, generalmente son de un formato rectangular o cuadrado y básicamente sirven de unión entre una dirección web con otra. **Anexo A-2.**

Considero que este es uno de los claros ejemplos de la nueva forma de hacer publicidad, ya que de esta manera los clientes, de una forma u otra, ven en algún momento lo que realmente les interesa y se introducen en el banner correspondiente, para obtener la información que desean.

Esto quiere decir que son los propios navegantes los que deciden cuándo, cómo y hasta donde desean recibir comunicación de una marca o producto.

2.3 Barreras y Limitaciones del Internet

Lamentablemente el Internet también posee ciertas limitaciones y es que generalmente las personas que navegan por la red son de nivel medio y alto, que están dispuestas a escuchar nuevas ideas y nuevos conceptos, y con un gran afán de obtener información.

Son personas acostumbradas a nuevas tecnologías y en su gran mayoría jóvenes, considerando juventud personas menores de 45 años.

Al Internet ciertos grupos de personas lo consideran minutarario, pues ciertos anunciantes piensan que deben estar ahí, pero no están nada convencidos de la efectividad del medio para promover sus productos.

Existen también problemas de conexión, especialmente en países que no tiene un alto desarrollo tecnológico y lamentablemente el Ecuador se encuentra en este grupo, se debe básicamente a la infraestructura de telecomunicaciones es insuficiente y de poca calidad y fiabilidad de las redes telefónicas que no permiten una adecuada implementación del Internet y de sus tecnologías afines.

En cuanto a las redes, pueden ser lentas y exageradamente caras. Pueden llegar a ser un verdadero lujo para algunos. Nunca se puede confiar en cómo va a funcionar el Internet. En general las redes obligan todavía a demasiadas trabas que el usuario medio no sabe superar o no está dispuesto a aguantar.

Por último existe un problema que afecta a todos sin importar tanto su grado de desarrollo tecnológico, me refiero a la saturación de la red en ciertas horas “pico”, donde es prácticamente imposible trabajar o contactar con alguna página en la WEB.

Capítulo 3

“Las Finanzas en el Internet”

3.1 Comercialización de Productos

Con la aparición del Internet muchas empresas se dieron cuenta de la importancia de este medio en la actualidad y de la necesidad de estar ahí para ser más competitivos.

Este servicio permite a todos de acceder a un comercio extraregional, aparentemente la red Internet es simplemente una manera diferente de hacer los negocios tradicionales, ya que mediante él podemos tener un alcance mucho mayor en cuanto a publicidad, pues solamente el estar en la red nos permitirá ser visto en cualquier parte del mundo.

Entonces nosotros podemos comercializar todo tipo de productos mediante el Internet, para ello voy a poner un ejemplo de una página donde subastamos todo tipo de bienes.

3.1.1 *El Ebay*

Esta página es utilizada por muchas personas para subastar productos, es la más simple de las formas de comercializar bienes por medio del Internet.

Su fundador Pierre Odmiyar de origen francés pero criado en los Estados Unidos, era un programador que tenía mucha afición por el Internet, un día tuvo la idea loca de crear una gran tienda virtual conocida eShop, pero al poco tiempo Microsoft la absorbió.

Paso poco tiempo para que él volviera a intentar cristalizar su idea, en septiembre de 1995 diseño una página llamada AuctionWeb, que poco tiempo después cambio el nombre por Ebay.

Entonces podemos decir que Ebay es que es el líder del comercio electrónico, es una compañía que atiende las 24 horas del día y los 365 días del año, pero esta empresa no vende nada, sino que simplemente deja que los demás lo hagan.

Es un intermediario virtual, su expansión a sido tan grande que unos meses atrás compró una de las casas de subastas más grandes de los Estados Unidos conocida como Butterfield & Butterfield.

El resultado de la gran idea de Pierre Odmiyar es una empresa con 138 empleados que el pasado año ingresó 47,4 millones de dólares, de los cuales 2,4 millones de dólares fueron beneficios netos.

De ahí que sus acciones hayan subido más del 1.000% desde su salida a Bolsa el pasado septiembre; los inversores de la Red no están acostumbrados a los números negros en los balances.

3.1.2 Como funciona el Ebay

Como ya sabemos el ebay consiste en una subasta, pero que debemos hacer para poder negociar en esta página web, pues es muy fácil lo primero que debemos hacer es visitar la página web la cual es www.ebay.com, **Anexo B-1** una vez que nos ubicamos aquí creamos una cuenta, para ello nos colocamos en la sección que a continuación se presenta y aparece en la pagina principal:



entonces lo que hacemos dar un clic en register now, posteriormente se abrirá una página donde debemos poner el país de donde provenimos.

Como es lógico el siguiente paso que a de seguir, son todos los datos personales **Anexo B-2**, aquí nosotros debemos introducir nuestro E - Mail y una clave personal o password, con el cual nuestra cuenta estará creada y será personal.

Por último, aparecerá una página en la cual confirmará si todos los datos anteriores están bien llenados y nos enviarán un mail de prueba el cual nosotros debemos responder para tener todo en orden.

3.1.3 Como vendemos en Ebay

Una vez creada una cuenta en esta casa virtual de subastas, lo que debemos hacer es tener ganas de vender algún producto, menos armas de fuego y municiones que fueron prohibidas en febrero de 1999.

Entonces ya decidido lo anterior nuestra siguiente labor es entrar a la página principal del Ebay (www.ebay.com), nos colocarnos en my ebay **Anexo B-3**, hacer un clic e introducir el password y entramos a este inmenso mercado virtual.

Posteriormente se debe colocar el bien a ser vendido, para esto ubicamos el ratón en sell your item **Anexo B-4**, hacemos un clic y nos encontraremos con la pagina donde incorporaremos al producto.

Para empezar debemos dar una descripción del artículo, esto se lo debe hacer en inglés, en ocasiones, se incluyen unas siglas que simplifican la descripción. Estas siglas pueden ser:

NIB: Nuevo en la caja.

MINT: Perfecto

LN+: Like New +

LN-: Like New -

Ex++: Excellent ++

Ex+: Excellent +

EX: Excellent

Para lograr mejor resultado en la venta se puede tomar una foto en formato (*JPG*), vale la pena mencionar como consejo que esta foto se la tome si es posible con una cámara digital pues es de mejor resolución, ya que tomando con una cámara convencional una vez revelada la foto se la debe scanear y en este proceso pierde nitidez.

Bien ahora el vendedor debe situar un precio de reserva, por debajo del cual no se compromete a vender el bien. Digamos USD 10. La comisión que se abona a Ebay depende de ese Precio de Reserva.

También debe situar un precio de salida y el valor del intervalo mínimo de subida 1 dólar a 5 dólares y por supuesto el tiempo que durará la subasta que puede ser de 3 a 9 días.

Lo siguiente es que el producto entra a formar parte de la lista y comienza la subasta. Cualquier persona registrada con ebay puede poner su oferta por el producto.

En la pantalla de registros **Anexo B-5** se muestra el título del producto, el precio actual, y el día y hora de fin de la subasta, así como si hay una foto disponible, pulsando sobre el hipervínculo del título, llegamos a otra pantalla en la que obtenemos la descripción completa del producto, una foto, y el precio corriente que puede ser algo mayor que el de la pantalla anterior, por motivos de actualización.

Existe una pequeña dificultad con el Ebay es la reputación del comprador, pues puede existir la pequeña posibilidad que nos estafen, al momento de cancelar, en el siguiente punto se detallan las formas de pago.

3.1.4 Formas de Pago en el Ebay

Las formas de pago pueden variar, se pueden enviar cheques o dinero en efectivo mediante empresas encargadas de esto como por ejemplo Delgado Travel.

También existen maneras más seguras como por ejemplo transacciones bancarias o mediante tarjetas de crédito.

Pero como mencioné anteriormente puede existir la posibilidad de una estafa, con el fin de superar esto y crear mayor seguridad en las transacciones, hace unos meses se introdujo una empresa independiente de Ebay, que garantiza los pagos.

El I-escrow funciona cuando el comprador y vendedor llegan a un acuerdo, ambos mandan un mensaje a dicha empresa notificándolo, entonces se carga la cantidad de la venta en cualquier tarjeta de crédito del comprador, así como la comisión que cobra dicha entidad (5% con un mínimo de \$5).

I-Escrow notifica al vendedor que ya tiene el dinero y que debe enviar el producto, el comprador recibe el bien, lo inspecciona y da la orden de cancelar al vendedor o de no pagar y devuelve el artículo.

De esta manera el vendedor garantiza que su dinero este seguro que llegue a sus manos y el comprador observa si el producto es de su entera satisfacción y si no es así solo pierde el dinero de la comisión de I-Escrow, pero no el de la venta total que es mucho mayor.

3.1.5 Formas de Envío en Ebay

Una vez que nos aseguramos, que el dinero estará seguro en nuestras manos, o que llegará a salvo, nosotros podemos enviar el producto a su destinatario final, lo podemos hacer mediante los conocidos Curriers, o por medio de empresas encargados de transportar cargas como DHL, UPS, FEDEX.

El costo del envío puede oscilar dependiendo del tamaño del paquete y que medio de transporte utilizamos por ejemplo si es entrega rápida.

Un consejo que puedo dar es que el momento de vender el producto, hablemos con el comprador mediante mail, para detallar en primer lugar la forma de pago y en segundo lugar la manera de envío que desee nuestro cliente.

Si empezamos en el negocio vale la pena asegurarnos que todos los pagos de traslado sea por parte del cliente de esta manera nuestros gastos disminuyen, pero si estamos ya en el negocio y va excelente podemos absorber este gasto.

3.2 Los Bancos y el Internet

En la actualidad los bancos tratan de ofrecer un mejor servicio y estar mas cerca de los clientes, por esta razón han incursionado en el Internet, para de esta manera ofrecer nuevas formas de relacionarse con las personas.

Uno de los aspectos más importantes de operaciones bancarias por este medio es la confidencialidad de las actividades, pues solo los clientes interesados en este servicio pueden tener acceso.

Por esta razón me parece muy interesante hablar sobre como un banco puede utilizar el Internet como otro medio o vía de acercamiento con sus clientes y que ofrecen en sus sistemas.

Mediante el Internet hoy en día podemos realizar muchas actividades financieras que facilitan y optimizan en cierta medida nuestro tiempo, pues ya no necesitamos ir al banco para solicitar un estado de cuenta el rato que lo requerimos, o hacer largas filas para abrir una cuenta bancaria.

Para poder realizar esto debemos en primer lugar debemos conectarnos con la pagina Web del banco al que pertenecemos y ver si posee este servicio, una vez hecho esto nos ubicamos en el banner que dice Bank online, hacemos doble clic en este icono, entonces se desplegará una pantalla **Anexo B-6**, donde nos piden una clave y número de tarjeta.

Una vez realizado este proceso hemos entrado a la banca virtual y nuestro campo de operación es muy grande y por lo tanto a continuación voy a explicar sobre varios de los servicios que un banco ofrece por medio del Internet.

3.2.1 Apertura de Cuentas: Al ingresar en la página Web del banco que ofrezca este servicio podemos solicitar abrir una cuenta, para ello necesitamos llenar un formulario con datos básicos personales..

3.2.2 Transferencias: Con el Internet ahora nosotros podemos realizar, transferencias bancarias de una cuenta a otra e inclusive de un banco local a un banco del exterior. Al presionar esta opción generalmente aparecerá en la pantalla un formulario, en el cual se debe escribir ciertos referencias personales del sujeto que realizara la transferencia y las del destinatario, y obviamente el importe del pago.

También podemos consultar si se a realizado una transferencia a nuestro favor y si se ha acreditado el valor de la negociación en nuestra cuenta.

3.2.3 Inversiones: Nosotros deseamos invertir nuestro dinero, lo podemos hacer mediante este medio, solo basta con ponernos en contacto son algún oficial de cuenta para que nos detalle que tipo de inversiones podemos realizar y cuantos son los montos mínimos.

Para ilustrar de mejor manera en el **Anexo B-7**, se puede apreciar un menú de una banca online, donde nosotros nos ubicamos en contratación de productos, hacemos un clic y se despliega una pantalla donde tenemos varias opciones, por

ejemplo escogemos un fondo de inversión, pintado con un círculo verde, llenamos los datos correspondientes y el monto, luego mediante una transferencia tendremos contratada la inversión.

3.2.4 Consulta de Saldos: Como lo mencione anteriormente, nosotros podemos realizar cortes cuenta el rato que deseamos, y de esta manera ver como se a movido nuestro dinero y poder verificar si no existe ningún error. También podemos consultar si existen cheques devueltos o anular alguna tarjeta de debito bancario, si se nos a perdido

3.2.5 Pagos de Luz, Teléfono y Matriculas: Esta opción es nueva y muchas instituciones publicas están disponiendo se este servicio para evitar demoras en los pagos y las largas filas en sus establecimientos.

3.2.6 Petición de Tarjetas de Crédito y Chequeras: Mediante la página Web del banco podemos, realizar solicitudes de chequeras o tarjetas de crédito y nos las podrán llegar por correo o retirarlas en el banco el día que estén listas.

3.2.7 Conexiones con Mercados: Este servicio se refiere a que se puede tener enlaces directos con mercados de valores como por ejemplo Nasdaq. En el **Anexo B-8**, podemos ver otro ejemplo, en este caso hacemos un clic en cotizaciones en bolsas, luego escogemos por ejemplo Reuters (*pintado con Verde*), automáticamente después de haber pulsado este ítem se despliega una pantalla en la cual tenemos la cotización de bolsa de las principales empresas en Estados Unidos **Anexo B-9**, o pedemos encontrar la bolsa de valores de Quito **Anexo B-10** .

3.2.8 Actualización de datos : Si nosotros nos hemos mudado a un otro lugar o tenemos un teléfono nuevo y deseamos que nos llegue a nuestra casa el estado de cuenta mensual u otro tipo de información podemos notificar el domicilio actual.

3.2.9 Cambios de Clave: Si por varios motivos deseamos tener una nueva contraseña en nuestra tarjeta de debito o al ingresar en la banca online lo podemos hacer por este medio.

3.2.10 Sugerencias: Uno de los servicios más importantes para los bancos, por que de esta manera están más de los clientes acogiendo sus reclamos y sugerencias, por ende dispuestos a mejorar su servicio.

3.3 Otros servicios financieros en Internet

Poco tiempo atrás se creía que la negociación de acciones en Internet era un proceso arriesgado pero la incursión del sector bancario en la red y sus ventajas se ha demostrado muchas casas de valores piensan en su efectividad.

Para dar un ejemplo en 1999 se manejaba en Internet una cifra de 420.000 millones de dólares, con unas 7,3 millones de cuentas, actualmente se piensa que esta cifra a crecido considerablemente.

Esto se debe a dos aspectos fundamentales, el primero es la baja comisión que cobran las empresas del sector, por citar un ejemplo una entidad por Internet encargada de negociar acciones puede cobrar entre 15 y 20 dólares ahorrándose varios cientos de dólares que puede cobrar un corredor por operar de la manera tradicional.

El otro hecho es que existe mucha información sobre todos los movimientos financieros, ya que existen varias páginas que ofrecen asesoramiento de cómo invertir nuestro dinero en las bolsas más importantes del mundo, en ellas se muestran índices bursátiles, gráficos, noticias de actualidad financiera, mercados financieros, cotizaciones, reuters, etc.

Para demostrar lo anteriormente expuesto a continuación presento una dirección donde podemos encontrar nuevas formas de invertir nuestro dinero en el mercado virtual.

3.3.1 Patagon

Esta página web es diferente a todas las anteriores, pues aquí nos guían para que nosotros aprendamos a invertir nuestro dinero y de la forma más segura, y como ellos lo mencionan se transforman en nuestros socios de inversión.

Nos enseña a crear nuestros propios portafolios de inversión, que sean confiables y con sugerencias acertadas e innovadoras, pues posee mucha información de actualidad financiera y por supuesto cotizaciones en las principales bolsas del mundo e indicadores financieros.

Aparte de brindarnos consejos podemos formar parte de foros, seminarios donde nosotros emitimos nuestros criterios, también si es de nuestro interés esta a nuestro alcance cursos totalmente gratis sobre la materia.

Esta disponible en varios idiomas, para facilitar su entendimiento y abarcar a un mayor número de clientes, esta apoyado por diferentes bancos alrededor del mundo, al mismo tiempo que tiene ciertas alianzas esenciales con ciertos inversionistas globales.

Podemos ver que tenemos 3 casos distintos, del manejo del Internet en la actualidad, el primero dedicado a la comercialización de productos y bienes, el segundo la influencia de la red en la banca privada y por último asesoramiento que podemos encontrar en este servicio.

Considero que estos tres casos diferentes de cómo se está manejando las finanzas y el comercio a nivel mundial por medio del Internet es una afirmación más de cómo este medio ha evolucionado de cierta manera las finanzas.

Capítulo 4

“Caso Práctico”

4.1 Historia de Grado cero

Grado Cero nace de la posibilidad de hacer negocios mediante el Internet, todo comenzó, a raíz de dos hechos, el primero fue la visita al Ecuador de unos familiares del exterior, el esposo de una tía que es de origen Norteamericano quedó cautivado por la pintura ecuatoriana.

El segundo hecho es la afición de mi familia por los aviones, es por eso que tenemos el Hobbie del aerodelismo, uniendo estos dos hechos consideramos la posibilidad de crear en primer lugar un negocio virtual, por el cual podamos comercializar artesanías, centrándonos en el inicio por las pinturas en dos estilos en particular, Endara Crow y Piedra.

Debido también a nuestra afición por los aviones decidimos introducirnos en la comercialización de aviones de aerodelismo de alta competencia, construyéndolos en Ecuador y creando un toque artesanal en el mismo.

Pensamos que el mercado Norteamericano y Europeo son muy rentables para nuestros fines, pues ellos aprecian mucho lo artesanal y nos sirvió como empuje la reacción del esposo de mi tía.

El primer paso que dimos fue crear una página Web, en la cual presentamos diferentes tipos de pinturas, para lograr tener visitantes, utilizamos el Ebay explicado en el capítulo 3 como forma de promocionar y vender el producto.

El siguiente paso, que ahora esta en proceso es crear una división en Grado Cero dedicada a la comercialización de dichos aeromodelos en el Internet y para ello decidí realizar un plan de negocios que fue presentada en la casa abierta de Mayo y a continuación expongo.

A continuación presento el plan de negocios para la fábrica de aeromodelos:

4.2 La industria, la compañía y sus productos

4.2.1 La Industria

El aeromodelismo es una actividad recreativa que se remonta desde hace muchos años atrás. En los últimos 30 años, con todo el desarrollo técnico y especialmente en la electrónica, esta actividad ha recibido un fuerte impulso, debido a que se ha facilitado la construcción y obtención de equipos de computación y tecnología digital.

Para tener una idea del número de aficionados a nivel mundial, pueden analizarse los siguientes datos. La American Modeler Association (AMA) es la asociación que agrupa a todos los amantes del aeromodelismo en Estados Unidos y actualmente cuenta con 150.000 afiliados repartidos a todo lo largo de los Estados Unidos (www.modelaircraft.org/Intro.htm). La British Model Flying Association (BMFA) es un organismo equivalente en Gran Bretaña y agrupa a 27.000 miembros en el Reino Unido (www.bmfa.org).

En cuanto a la industria que se ha desarrollado para satisfacer las necesidades de este mercado, existen muchas empresas dedicadas a la producción de accesorios, herramientas, suministros y servicios que permiten a un aficionado elaborar, terminar y volar su modelo. Por otra parte, las empresas más grandes y con mayor movimiento

dentro de la industria son las de comercialización y venta de accesorios, existiendo incluso empresas de pedido por Internet.

Para comprobar esta afirmación basta revisar un catálogo de artículos para aeromodelismo (Tower Hobbies; 2000) o algunas tiendas en línea (www.centralhobbies.com, www.towerhobbies.com) y uno puede constatar que existen miles de accesorios y opciones para cada aplicación.

Dentro de todas las variedades de actividades del vuelo de aviones a control remoto, existe una que se caracteriza por su alto nivel de técnica, sofisticación y preparación, tanto de los modelos como de sus pilotos. Esta categoría es el vuelo de acrobacia de precisión o patrón (pattern en inglés) como comúnmente se le conoce.

Esta categoría es el equivalente dentro del aeromodelismo a lo que la Fórmula 1 es dentro del automovilismo. El vuelo de “patrón” está regulado por la Federación Aeronáutica Internacional (FAI), con base en Lucerna Suiza y ha denominado a esta categoría como F3A, para diferenciarla de todas las demás actividades aeronáuticas a nivel mundial (www.fai.org).

En la categoría F3A se prueban nuevos diseños, nuevos conceptos, materiales, combustibles, motores, etc., que luego podrán ser aplicados y utilizados en aviones de construcción masiva para mejorar su costo o rendimiento.

La industria de aeromodelismo destinada a la categoría F3A es mucho más limitada, puesto que la gente que se dedica a esta variedad de deporte igualmente es menor.

4.2.2 La Compañía y el Concepto

En este marco de necesidades específicas dentro de la práctica de la acrobacia F3A, existe la posibilidad de establecer una empresa que suministre aviones de competencia a pilotos en todo el mundo, con distintos niveles de acabados, de modo

de ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo al aficionado pues este podrá dedicar la mayor parte de su tiempo libre a la práctica de vuelo mismo, y no al engorroso proceso de construcción y acabado. Así la industria en mención sería la encargada de construir el modelo en su totalidad, con los materiales de vanguardia a nivel mundial y entregar al cliente un producto prácticamente listo, al cual solamente con unas pocas horas de trabajo podrá llevarlo al campo de vuelo y disfrutar de él.

El producto de esta industria serían modelos de acrobacia, de calidad a nivel mundial, listos para volar y despachados hasta la puerta de los clientes que realicen los pedidos. Por supuesto que dadas las características propias de este mercado esto no será posible desde el primer momento y más bien en un inicio se utilizarán canales de distribución como las empresas o tiendas especializadas. Estos históricamente han identificado nichos de personas que se inician en esta faceta del hobby o que no desean incurrir en gastos demasiado altos al adquirir un modelo, y se considera que estos serán los primeros clientes de nuestros productos.

Ya que la calidad del producto va a ser equivalente a un modelo producido en cualquier industria dedicada a esta actividad alrededor del mundo, y considerando que una de nuestras ventajas competitivas a nivel mundial son los bajos salarios, la mejor forma de competir y entrar agresivamente en este mercado será con una campaña enfocada en precio bajo con muy buena calidad.

Este proyecto está en marcha, se ha producido 25 aviones y para comprobar la calidad del producto un equipo de 5 personas del Club de Aerodelismo Quito concursaron en el campeonato F3A que se realizó en Irlanda, ratificando la excelente calidad del producto.

4.2.3 Productos

Inicialmente el producto de esta empresa será solamente un tipo o modelo de avión, el cual será desarrollado en base a un modelo muy exitoso a nivel mundial llamado "Larimar" (wb032.lerelaisinternet.com).

Para evitar problemas de patentes y regalías, las que podrían hacer poco rentable al proyecto, se piensa modificar a este modelo en su forma, al tiempo de dejar intactas sus características básicas aerodinámicas.

Debido a la calidad requerida para la producción de estos modelos, la producción artesanal es preferida en este proyecto. Sin embargo con una producción artesanal, esto es un modelo a la vez, el volumen de aviones que se podrían construir mensualmente sería muy bajo y la rentabilidad se vería seriamente afectada. Para ello he considerado conveniente tener un compromiso entre habilidad y construcción artesanal, frente a producción en serie. Existen piezas que al ser iguales para todos los modelos pueden ser cortadas en serie. Igualmente el proceso de ensamblaje es básicamente un proceso mecánico y repetitivo. Sin embargo para el proceso de terminación y acabado del producto la habilidad artesanal es insustituible y deberá ser aplicada.

Esta será precisamente la principal diferencia con la mayoría de productos de la competencia. La mayoría de aviones ofrecidos por casas fabricantes son productos en serie, cuyo proceso de fabricación se lo deja en un estado semi-terminado para ser finalizado por el cliente, o se lo termina con partes y piezas plásticas de poca duración, calidad y que incluso estéticamente no favorecen al producto final. Así si nuestros aviones pueden ser equivalentes a un avión “hecho por uno mismo”, eso nos convertirá en una opción a ser considerada seriamente en cualquier parte del mundo.

La continua evolución de los modelos de acrobacia F3A hace que muchos de los aviones que hoy en día son altamente competitivos, en un año o máximo 2 ya sean obsoletos. Esto hace que el tiempo de vida de un modelo sea de aproximadamente 2 años.

El modelo inicial tendrá las siguientes características:

Largo del fuselaje:	198 cm
Envergadura:	198 cm
Peso:	5.5 lb

A continuación se presenta una fotografía del modelo terminado.



La principal debilidad de nuestros competidores es la mano de obra cara en sus países y los altos costos de vida, lo que les obliga a tener precios de mercado mucho más elevados que los que se puede lograr con una industria en nuestro país.

Para poder penetrar en el mercado internacional y sobre todo ganar reconocimiento de la calidad de nuestro producto, inicialmente se proyecta realizar una estrategia basada en precios bajos.

4.3 Plan de Fabricación y Operación

4.3.1 El Ciclo Operativo

El proceso de fabricación de los modelos, una vez definido el diseño, parte de la obtención de los elementos necesarios para su construcción. Los accesorios especializados deberán ser importados de USA, lo cual demora aproximadamente 45 días hasta estar disponibles en el país.

Del mismo modo, la balsa se la debe adquirir localmente a balseras ubicadas en Guayaquil, como por ejemplo EBAGEC. Lamentablemente estas balseras aplican precios de exportación para la venta nacional, pero el ahorro en el flete internacional, de todas maneras representa una ventaja competitiva. El pedido de la balsa igualmente se la realiza con 30 días de anticipación a su uso en el lote respectivo. Para el cálculo de la materia prima se han utilizado los valores internacionales obtenidos en el catálogo de Tower Hobbies.

La espuma flex, o foam, se la consigue localmente en cualquier distribuidor de espumas y colchones, por lo que su adquisición no representa problema alguno. Simplemente hay que ordenar con un par de días de anticipación los tamaños y densidades requeridas.

Una vez obtenidas todos los materiales y accesorios necesarios, se empieza a cortar las partes en balsa según los moldes previamente elaborados con base en el diseño y planos. Esta tarea requiere de mucha precisión en cuanto a su labor manual, pero no precisa de conocimientos técnicos para su correcta realización.

Del mismo modo, con las piezas de foam, se corta en base a los moldes previamente elaborados, utilizando para el corte una herramienta fabricada específicamente, la cual consiste en un alambre o niquelina, la misma que al ser calentada mediante el paso de corriente eléctrica, permite un corte perfecto de las piezas, como puede verse en la foto 4.3.1.

Los domos superiores e inferiores producto de este corte serán guardados pues servirán posteriormente para el enchapado de balsa sobre las piezas de foam.

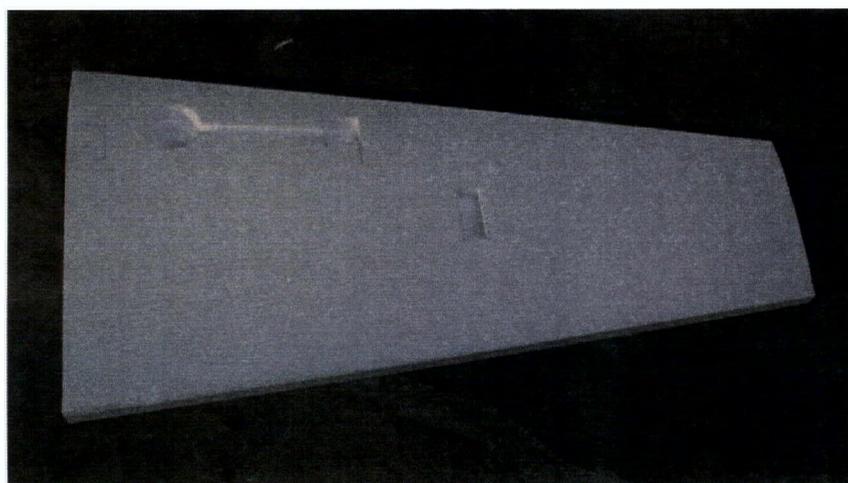


Foto 4.3.1 Ala cortada en foam

Con las piezas en balsa y triplex ya cortadas y listas, se realiza el ensamblado utilizando para ello una mesa específicamente diseñada, la misma que permite la colocación de cada parte del fuselaje en una posición fija y única, lo que evita errores de ensamblado, tanto de partes y piezas como de desviación de la forma final, lo que podría ocasionar que el modelo tenga tendencias indeseables en el.

En esta mesa se realiza el pegado de todas las partes de balsa del fuselaje, como puede verse en la Foto 4.3.2 y se deja en esta posición hasta su secado completo, antes de ser manipulado.

Las alas, estabilizador y domos del fuselaje, que han sido cortados en foam, son recubiertos (o enchapados) en balsa, usando para ello pega blanca y aplicando presión sobre las partes hasta su secado final. Una vez completamente seco, se aplican los bordes de ataque y fuga, y se cortan las piezas móviles (alergones y elevadores). Una vez realizado todo esto, se procede a pegar los domos en el fuselaje, con lo cual se da la forma final del mismo y se realiza el montaje final de las alas y estabilizador en este.

Una vez realizado este montaje, y revisado que todas las medidas, incidencias y ángulos del modelo corresponden fielmente al diseño original, se procede a la fase de terminación del mismo.

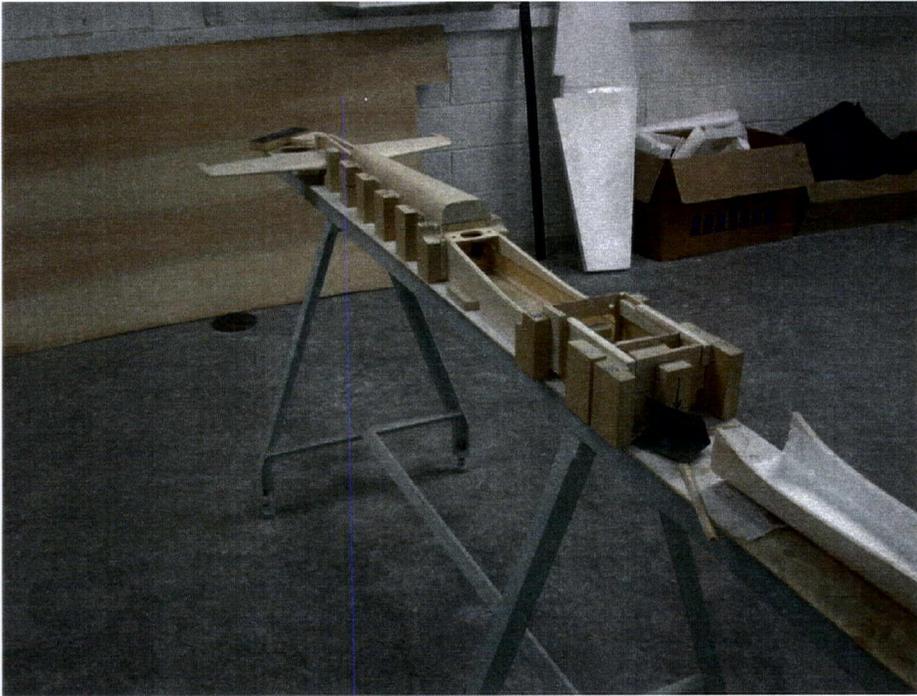


Foto 4.3.2. Ensamblado del fuselaje

Para esto se cortan piezas de plástico termo - adherente, el mismo que se fija mediante planchas calientes a la superficie (balsa) del modelo. Este plástico es brillante y viene en varios colores, por lo que dependiendo de la forma de estas piezas se podrá dar cualquier tipo de diseño al acabado final del avión.

La cabina se la moldea utilizando láminas de plástico o acetato especial, el mismo que se moldea mediante calor utilizando moldes en balsa, para dar la forma final deseada. Una vez moldeada la cabina, se recorta los filos para ajustar a la forma del fuselaje y se pega utilizando la pega especial para cabinas.

Con esto el proceso de fabricación termina y el modelo ya puede ser embalado y empacado para su envío. Para este embalaje se utiliza cajas de madera, para evitar

que este modelo sufra daños producto del transporte y para fijar las partes dentro de la caja se usan los domos y piezas sobrantes del corte de partes en foam.



Foto 4.3.3 Fuselaje Terminado

La planta estará ubicada en Calderón, junto a la planta de construcción metal mecánica de uno de los socios de este proyecto, lo que en la práctica evitará el pago de arriendo del local. Igualmente las adecuaciones necesarias para el montaje de la planta serán más fáciles y económicas partiendo de una infraestructura ya existente y que puede ser utilizada.

En un inicio no se planea tener oficinas administrativas, sino únicamente la planta de fabricación y todas las tareas administrativas se las llevará a cabo en cualquier lugar, como por ejemplo la casa de uno de los socios, simplemente mediante el uso de una computadora con conexión a Internet.

4.4 Análisis e Investigación de Mercado

4.4.1 Tamaño de Mercado y su Tendencia

Del sondeo previo que se ha realizado, existe ya un almacén muy grande de artículos para acrobacia, Falcon Hobbies (www.falconhobbies.com), que está muy interesado en poder comercializar nuestros productos con precios muy competitivos.

Como se ha mencionado, el número de aeromodelistas en los Estados Unidos es de alrededor de 150.000, según datos oficiales de la AMA. Si tomamos solamente como mercado objetivo a Estados Unidos, entonces vemos que el 2% (una media aritmética entre el 1 y 3% considerado) que gustan de la acrobacia representan a 3.000 potenciales clientes.

Por otro lado existen al menos 5 empresas que proporcionan este tipo de servicios, en sus distintas variedades (PL Products, Z Line, Pyorun Models, RC Yoshioka y Aerocomposite). Si consideramos nuestra empresa como la sexta en el mercado, entonces quedaría una potencial participación de mercado de 500 clientes, si consideramos una distribución equitativa.

4.4.2 Mercado Estimado

Como ya se mencionó anteriormente se estima un mercado potencial de alrededor de 3.000 aeromodelistas dentro de USA únicamente. Por otro lado, técnicamente está aceptado que el avión más grande que se pueda conseguir, con el menor peso y la mayor potencia es el que proporciona la mayor ventaja competitiva a un piloto. Como la norma F3A limita el tamaño de un modelo de modo que este debe caber dentro de un cuadrado de 2m x 2m (www.fai.org), este será el tamaño preferido por la mayoría de pilotos. Sin embargo, no habrá que descuidar que existe el grupo de principiantes, a quienes les interesan mucho aviones más pequeños, que utilizan motores menos costosos.

El grupo más numeroso es aquel grupo de aeromodelistas típicos que buscan la mejor relación costo a beneficio para su equipamiento. Esta clase de aeromodelistas prefieren el mejor avión que puedan conseguir, dentro de un margen estimado entre los USD 1.500 y los USD 2.100. El siguiente análisis explica el porque de este rango de precios.

Si bien el costo promedio de un kit totalmente desarmado es de alrededor de USD 600, los costos de accesorios que deben ser incluidos son aproximadamente USD 500, y finalmente hay que aumentar el costo del armado. Si un competidor tiene tiempo y gusta del armado de un avión, no considerará la opción de enviar a armar su modelo, sin embargo si considera la opción de contratar los servicios de armado este valor oscila alrededor de USD 1.000. Si sumamos los tres rubros obtenemos un costo mínimo de USD 2.100.

Por otro lado, puesto que existen modelos casi listos ARF (Almost Ready to Fly) los cuales oscilan alrededor de USD 1.500, más el transporte. Igualmente si consideramos más los accesorios y el tiempo de terminado, el costo final del producto fácilmente es de USD 3.000.

4.4.3 Evolución del Mercado

Por las características mismas del aeromodelismo, la evolución de las necesidades y requerimientos del mercado es continua y muy rápida. Por esta razón una constante retroalimentación de las necesidades y sugerencias de los propios clientes es muy oportuna. Para ello se podría implementar un tipo de servicio al cliente, o servicio de asesoría en la modalidad de acrobacia, lo que permitiría hacer un seguimiento muy cercano a las necesidades de mercado. Esto no es tan difícil, considerando que el número de potenciales clientes y clientes mismos, no va a ser muy grande.

Otra forma sería la retroalimentación que se pudiera obtener de distribuidores o tiendas que vendan nuestros productos, ya que ellos al abastecer otras necesidades no

tan específicas, podrían tener una mejor idea de las reales necesidades de cada piloto, o del nicho al que queremos atacar.

4.5 Plan Estratégico de la Compañía

Un plan estratégico consiste en la elaboración de planes o estrategias generales para cumplir objetivos a largo plazo.

Misión

La misión de una empresa indica a que clientes atiende y que necesidades satisface.

Nuestra misión es:

Construir aviones acorde a las exigencias de los clientes.

Visión

La visión de una empresa indica la dirección que la empresa tomará en un largo plazo.

Grado Cero tiene la siguiente visión:

Ser la empresa preferida por los aeromodelistas de elite mundial.

Filosofía de la Empresa

Representa la ideología de la empresa y los valores éticos de la misma

Nuestra filosofía es elaborar aviones de alta tecnología, con detalles artesanales, para de esta manera promocionar el arte ecuatoriano, cumpliendo con todos los códigos de conducta éticos y de honestidad.

4.6 Plan Estratégico de Marketing

Consiste en fijar estrategias mercadológicas de la empresa.

Antes de evaluar el plan de marketing, a continuación se presenta el estudio de las 4 P para este mercado y particularmente aplicado al producto que se está desarrollando.

Plaza

Es el nicho de mercado donde una empresa entrara con su producto.

El principal mercado para este proyecto está en países de primer mundo. Esto es claramente explicable puesto que se trata de un hobby sofisticado, de tecnología avanzada y algo elevado en precio, especialmente si se lo evalúa desde los ingresos bajos que se tienen en países como el nuestro.

El grupo de aeromodelistas F3A se concentra principalmente en países de Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá, Japón, Singapur y Oceanía.

Producto

Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que se incluye entre otras cosas precio, marca, calidad, servicio.

Si bien es cierto que esta industria puede dedicarse a la construcción de cualquier tipo de aeromodelo, luego de este estudio se ha visto que la competencia en modelos sencillos y de vuelo cotidiano, para un aeromodelista promedio es bastante reñida y de hecho se debería alcanzar un volumen muy alto de producción para que resulte rentable.

Por otro lado los aviones de acrobacia son aviones sofisticados, complicados de construir e incluso volar, por lo que el mercado de estos es muy específico, pero las necesidades en cuanto al producto son muy predecibles. Las características que deben tener los aeromodelos para poder competir en esta categoría son principalmente precisión y exactitud en su construcción.

La calidad está determinada por el grado de aproximación que tiene el modelo elaborado con respecto a los planos y que sus líneas aerodinámicas sean correctas.

Esto se debe a que estos aparatos están destinados a realizar las más diversas maniobras en el aire, con su piloto observándolo desde tierra, por lo que un avión perfectamente construido ayuda mucho al realizar estas maniobras adecuadamente, ya que este no puede sentir dentro del avión que tendencias tiene este y corregirlas a tiempo.

Precio

Es la cantidad de dinero con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

El precio de modelos terminados, como se mencionó anteriormente, oscila entre USD 1.500 y USD 3.000. No existe oferta de productos terminados bajo los USD 1.500, existiendo allí un nicho u oportunidad, que es precisamente la que se trata de explotar con este proyecto.

Es por eso que nosotros decidimos entrar con un precio de 1.080 USD este precio lo obtenemos del siguiente análisis, como se menciono anteriormente, existen dos potenciales competidores, el primero son los llamados KIT'S, los cuales son aviones desarmados que necesitan de tiempo y accesorios para poder volar, por lo tanto el precio puede ir de 1.700 USD a 2.100 USD dependiendo del nivel de acabado, en cambio existe los ARF que están listos para volar pero su precio es muy elevado pueden oscilar entre 2.000 USD y 3.000 USD, es por eso que nosotros en el convenio con Falcon Hobbies determinamos un precio de 1.080 USD, pues nuestros costos no sobrepasan los 750 USD y obtemos un margen muy bueno de utilidad del 44% y nuestro precio es altamente competitivo.

$$750 \times 0.44 = 330 \rightarrow 750 + 330 = 1080 \text{ USD}$$

Promoción

Es el elemento del marketing que sirve para persuadir al cliente para adquirir el producto que el desee.

Existen pocos medio especializados para la difusión de noticias y publicidad de acrobacia F3A. Solamente se ha encontrado la revista K-Factor, la misma que circula entre los aficionados a F3A en todo el mundo y se ha convertido en el principal medio de difusión para este grupo de aeromodelistas.

Por otro lado son muy comunes páginas en Internet que promocionan y venden artículos relacionados a la acrobacia, algunas de ellas son:

- www.towerhobbies.com
- www.centralhobbies.com
- www.falconhobbies.com
- wb032.lerelaisinternet.com

Entonces es aquí donde nosotros me he movido pues teniendo la facilidad del Internet he tratado de comunicarnos con las empresas enumeradas anteriormente para promover el producto.

Adicionalmente la creación de una página en Internet es el siguiente paso, para ello ya nos encontramos en conversaciones con una empresa encargada de esta labor, para crear una nuevo vinculo en Grado Cero con el objeto de promocionar los productos.

Actualmente se tiene un contacto en firme con la empresa Falcon Hobbies (www.falconhobbies.com), con quienes se ha llegado a un acuerdo previo para la difusión de nuestros modelos a través de su página Web, y están dispuestos a compartir costos de la promoción en la revista K-Factor. El anuncio preliminar de nuestros productos en esta página puede verse en el **Anexo C-2**.

4.7 Plan Financiero

En este punto demostrare la importancia del Internet para mi negocio de fabricación de aviones, pues el solo comercializar dichos productos localmente no es tan rentable como venderlos en el exterior, pues en el Ecuador existe precios muy competitivos y la situación económica del país influye de cierta manera.

Para ello elabore dos flujos de caja para cada proyecto, en el primero solo son ventas nacionales el cual demuestra que a partir del quinto año recupero la inversión y obtengo una utilidad.

En cuanto el flujo de caja para las ventas internacionales es rentable a partir del segundo año en operación, esto es fácilmente explicable, para los dos flujos he utilizado el mismo numero de unidades vendidas para cada año, para ello realicé una proyección de unidades que podría vender a partir del cuarto año, pues mi producción en los tres primeros años está comprometida, para realizar esta proyección utilicé mínimos cuadrados, al igual que los costos de producción, en cuanto a los gastos de

fabricación tengo un incremento anual en Internet del 15% y sueldos de administración del 20%.

Para poder realizar esta proyección por mínimos cuadrados necesito obtener la ecuación de $Y = mX + b$, para obtener esto hacemos el siguiente análisis y tomo como ejemplo al calculo de mi producción para 5 años:

En la tabla 4.6.1 presento mi producción para tres años, la cual esta representada con Y, a partir de ello calculo XY (*multiplicación de X por Y*), y X^2 (*valor de X elevado al cuadrado*) y finalmente saco la sumatoria de estos valores.

N	AÑO	X	Y	XY	X ²
1	2001	-1	20.00	(20.00)	1
2	2002	0	25.00	-	0
3	2003	1	30.00	30.00	1
TOTAL		0	75	10	2

Tabla 4.6.1

Luego utilizo la formula para sacar la pendiente:

$$m = \frac{N * (E XY) - (E X) * (E Y)}{N * (E X^2) - (E X)^2}$$

Remplazo los valores:

$$m = \frac{3 * (10) - 0 * (75)}{3 * (2) - 0}$$

Una vez aplicada estas dos formulas obtengo la pendiente:

$$m = 5$$

Ahora aplico la formula para obtener b la cual es:

$$b = \frac{(E Y) * (E X^2) - (E X) * (E XY)}{N * (E X^2) - (E X)^2}$$

Procedo a reemplazar los valores:

$$b = \frac{(75) * (2) - (0) * (10)}{3 * (2) - 0}$$

Mi valor de B es de 25.

Por ultimo reemplazo en la formula $Y = mX + b$ los valores obtenidos y me queda la siguiente ecuación $Y = 5X + 25$.

En la tabla 4.6.2 tengo toda mi producción para los próximos cinco años, obtenida de reemplazar el valor de X en la ecuación obtenida anteriormente y representada por Y.

N	AÑO	X	Y
1	2004	2	35
2	2005	3	40
3	2006	4	45
4	2007	5	50
5	2008	6	55

Tabla 4.6.2

Una vez obtenido estas proyecciones puedo realizar mi flujo de caja para 8 años, para explicar la rentabilidad de un proyecto con el otro, se debe a la diferencia de precios que tengo de mis ventas locales con las internacionales, ya que los costos de producción son similares, pues se utiliza los mismos materiales para todo tipo de avión.

Vale la pena señalar que para calcular el capital de trabajo, utilice el Método del Déficit Acumulado Máximo, para los dos proyectos, lo que hice fue calcular los

egresos e ingresos para cada mes, mi proyecto recibe ingresos a partir del tercer mes, pero mis gastos incurren desde el primero. A continuación presento las siguientes tablas para entenderlo mejor:

VENTAS NACIONALES

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3
Ingresos	\$ -	\$ -	\$ 3,800.00
Egresos	\$ 1,261.17	\$ 1,261.17	\$ 1,261.17
Saldo <i>(ingresos – egresos)</i>	\$(1,261.17)	\$(1,261.17)	\$ 2,538.83
Déficit o Superávit Acumulado	\$(1,261.17)	\$(2,522.34)	\$ 16.49

Tabla 4.6.3

VENTAS INTERNACIONALES

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3
Ingresos	\$ -	\$ -	\$ 5,400.00
Egresos	\$ 1,416.67	\$ 1,416.67	\$ 1,416.67
Saldo <i>(ingresos – egresos)</i>	\$(1,416.67)	\$(1,416.67)	\$ 3,983.33
Déficit o Superávit Acumulado	\$(1,416.67)	\$(2,833.34)	\$ 1,149.99

Tabla 4.6.4

Las dos tablas tienen el mismo cálculo la única diferencia es en los ingresos y egresos, lo que hacemos en primer lugar es determinar nuestros ingresos que en los dos casos es a partir del tercer mes, luego estimamos los egresos mensuales, posteriormente calculamos para cada mes el saldo el cual está especificado en la tabla, y será negativo para los dos primeros meses, pues en el tercero tenemos un ingreso, y finalmente calculamos el déficit o superávit, que no es más que la suma de nuestro saldo de cada mes.

Nuestro déficit Acumulado Máximo estará en nuestro segundo mes y por esta razón esta será la inversión en Capital de Trabajo para mi proyecto.

Posteriormente calculamos el TIR y el VAN, la diferencia de estos indicadores entre un proyecto y el otro es realmente asombrosa, pese que en el Flujo de Caja de ventas nacionales no tengo un gasto tan significativo de Internet, y esto se debe básicamente como lo mencioné anteriormente a las diferencias de precios que hay.

Es por eso que en mi proyecto la implementación de Internet es absolutamente justificada y recomendable pues mis utilidades son mayores y recupero más rápido mi inversión.

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

Creo que el Internet en la actualidad, es una herramienta que ayuda mucho a la globalización, pues mediante él podemos tener contacto con cualquier parte del mundo solo en cuestión de segundos.

Con este antecedente considero que es una forma muy simple de realizar negocios, ya que solo nos basta con ser creativos y analizar que tipo de actividad podemos sacar beneficio mediante este medio.

El ejemplo más claro fue el expuesto en el capítulo tres sobre el Ebay, debido a que una persona se lo ocurrió crear una subasta virtual en donde cualquier individuo puede colocar el producto que desee para venderlo, esta idea fue tan innovadora que el éxito de esta pagina web es increíble, tanto así que el año pasado tuvo ganancias que sobrepasaron los dos millones de dólares.

El Internet ha a influido de tal manera que ahora muchas entidades financieras ven la posibilidad de utilizar esta vía para tener mayor comunicación con sus clientes, al mismo tiempo de ofrecer servicios más eficientes y eficaces con el fin de optimizar el tiempo y dinero a sus clientes.

También sirve como un medio de publicidad, como lo explique en el capítulo dos, ya que la bidireccionalidad, la multimedia hacen que los anunciantes interactúen de un modo diferente con su público objetivo.

Mediante estos dos aspectos se tiene un acceso directo al tipo de producto que una persona esta buscando realmente y de esta manera nosotros podemos adquirir bienes que sean de nuestro completo interés.

Otro aspecto importante es que nos sirve como un medio de comunicación, pues el correo electrónico ha sido de gran ayuda para poder estar en contacto con proveedores, clientes, etc de manera rápida.

Nosotros ahora podemos tener información de manera oportuna y a medida que la requiramos, de cualquier parte del mundo, al mismo tiempo que indicadores financieros, cotizaciones de divisas, tendencias de las bolsas más importantes del mundo, Reuters, etc.

Es cierto que tiene varios inconvenientes actualmente, básicamente por la falta de infraestructura en telecomunicaciones en ciertos países como el nuestro, que no impiden poder manejar el Internet, lo único que ocasiona es ciertas molestias que pueden ser solucionadas con un poco de paciencia.

Pero el futuro de este medio es notable, ya que en ciertos países ya existe Internet gratuito, lo cual implica que cualquier persona de diferentes condiciones sociales acceda a este servicio.

Por esta razón yo decidí realizar mi tesis sobre este tema, pues las posibilidades que abarca el Internet son muy grandes y a raíz de esto creamos Grado Cero y puse como ejemplo de cómo manejamos diferentes formas de negocios en esta empresa.

Es necesario recomendar que se ponga más énfasis en las telecomunicaciones en nuestro país, puesto que para tener mayor efectividad en el Internet necesitamos de conexiones rápidas, la medida que se tomó el pasado dos de Septiembre, es un paso gigante para mejorar este servicio, ya que ahora existen más líneas telefónicas y por ende mas personas pueden tener acceso a este medio.

Personalmente recomiendo que se analice la posibilidad de utilizar el Internet como un medio de publicidad o de venta pues en mi caso practico he demostrado que es muy rentable y las utilidades suben significativamente, ya que con este medio tenemos todo el mundo a nuestro alcance y mercados que pueden hacer la diferencia para muestras empresas.

Al concluir esta tesis puedo decir que el Internet es una manera muy interesante de realizar negocios y recomiendo que utilicemos este medio pues de esta manera nosotros estamos informados sobre todo lo que ocurre alrededor del mundo y al mismo tiempo podemos introducirnos a nuevos mercados que para el caso de las empresas puede ser la vía para crecer en sus negocios.

ANEXO A

PROPUESTA PARA ACCESO A INTERNET

GRADOCERO

15 de Enero de 2002

Quito: Av. Atahualpa 346 y Nuñez de Vela. Edif. Torre del
Puente, Sexto Piso.
PBX: (593-2) 265050 Fax: (593-2) 265030

Guayaquil: Urb. Kennedy Norte Av. Miguel Alcívar
Edif. Torres del Norte, Torre B, Piso 4.
PBX: (593-4) 687600 (593-4) 513131 Fax: (593-4) 687555

PROPUESTA ECONÓMICA

De acuerdo a la necesidad planteada por GRADOCERO, LATINET RAMtelecom propone un acceso a Internet con los siguientes valores de servicio:

Descripción	Precio de Instalación (USD)	Total / Anual (USD)
Acceso dedicado a Internet a 64 Kbps en nuestro nodo de Quito. Incluye: <ul style="list-style-type: none">• Acceso a Internet a 64 Kbps• Enlace digital de última milla a 64 Kbps• Arriendo de ruteador• Administración del dominio	1.000,00	800,00

El valor de instalación se cancela solo una vez e incluye:

- Habilitación y programación del servicio
- Pruebas de funcionamiento.
- Puesta en marcha del servicio.

Este valor se cancela una sola vez, 50% a la firma del contrato y 50% al arranque del servicio. Este valor grava con 12% I.V.A.

El valor mensual incluye:

- Acceso a Internet.
- Administración de dominio
- 4 direcciones IP válidas.

El valor mensual grava con el 14% de IVA. Este valor incluye el impuesto a las telecomunicaciones en los servicios que aplican.

LATINET RAMtelecom ha elaborado esta propuesta considerando un contrato a un período de 12 meses.

MANTENIMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DEL SERVICIO

El mantenimiento de los equipos incluye acciones preventivas y correctivas que aseguren su adecuado funcionamiento.

LATINET RAMtelecom brinda soporte las 24 horas, los 365 días al año a través de nuestra Area de Servicio al GRADOCERO, que cuenta con una Mesa de Ayuda, la que atenderá cualquier requerimiento al teléfono (02) 226-5040 en horas laborables o al (099) 444-117 en horas no laborables y fines de semana.

Estas llamadas serán atendidas por personal de amplia experiencia en soporte a usuarios, quienes buscan solucionar el problema en ese mismo momento. En caso de no resolverse el problema en este primer nivel, la solicitud es dirigida hacia personal de mayor responsabilidad, quienes brindarán una solución definitiva al problema. El tiempo de respuesta, frente a daño en equipos, no es mayor a 4 horas en Quito, Guayaquil y Cuenca y no mayor a 8 horas en otros puntos remotos.

FORMA DE PAGO

Todas las cuotas mensuales serán facturadas por mes adelantado y deberán ser canceladas dentro de los primeros 5 días hábiles de cada mes.

El valor único de instalación deberá ser cancelado 50% a la firma del contrato y 50% al término de la instalación.

VALIDEZ DE LA OFERTA

Esta oferta tiene una validez de 30 días a partir de su recepción.

PÁGINA WEB DE GRADOCERO
BANNERS

Help a School	Ecuadorian Art	Gifts	Feedback
<p>gradocero.com invites you to join the program <u>HELP A SCHOOL</u></p> <p>Helping hands are always welcome</p>	<p>We present a selection of Ecuadorian fine artists</p> <p>This month: <u>Ecuadorian Museums and Art Centers List</u></p> <p>Discover the Ecuadorian magical Art!</p>	<p>Send a <u>postcard</u> to a friend, download a <u>wallpaper</u> or an <u>MP3</u></p>	<p>Check out the <u>opinion of some of our customers.</u></p> <p>Your opinion is very important for us. Please <u>send your comments and suggestions.</u></p>

LinkExchange

web design
www.contacto.com

ANEXO B



[home](#) | [my eBay](#) | [site map](#) | [sign in](#)

[Browse](#) | [Sell](#) | [Services](#) | [Search](#) | [Help](#) | [Community](#)

what are you looking for?



[Smart Search](#)

Welcome New Users

[learn more](#)

[register now](#)

Specialty Sites

[eBay Stores](#)

[eBay Motors](#)

[Premier | Live Auctions](#)

[Professional Services](#)

[Half.com](#)

Categories

[Antiques | Art](#)

[Baby | Books](#)

[Business & Industrial](#)

[Cameras & Photo](#)

[Cars, Trucks, Parts](#)

[Clothing & Accessories](#)

[Coins | Collectibles](#)

[Computers, Peripherals](#)

[Consumer Electronics](#)

[Dolls & Bears](#)

[DVDs & Movies](#)

[Hobbies & Crafts](#)

[Home & Garden](#)

[Jewelry, Gems, Watches](#)

[Motorcycles | Music](#)

[Musical Instruments](#)

[Networking & I.T. | PDAs](#)

[Pottery & Glass](#)

[Real Estate, Timeshares](#)

[Sporting Goods](#)

[Sports Memorabilia](#)

[Stamps | Tickets | Tools](#)

[Toys | Travel | TV](#)

[Video Games](#)

[Everything Else](#)

[New Categories](#)

[see all eBay categories](#)

[see items near you](#)

Global Sites

[Argentina](#)

[Japan](#)

[Australia](#)

[Korea](#)

Super Bowl Party!

Football Memorabilia

- [NFL Autographs](#)
- [Other Football Autographs](#)
- [NFL Memorabilia, AFC](#)
- [NFL Memorabilia, NFC](#)
- [Other Football Memorabilia](#) ★



Official NFL Memorabilia ★

Football Sporting Goods

- [Hats](#)
- [Jackets](#)
- [Jerseys](#)
- [Shirts](#)
- [Balls](#)
- [Helmets](#) ★

Video Games

- [Sega Genesis](#)
- [PlayStation 2](#)
- [Super Nintendo](#)
- [PC Games](#)
- [Nintendo NES](#) ★

Football Books, Movies & Music

- [Nonfiction Books](#)
- [Magazines & Catalogs](#)
- [Music](#)
- [Videos & Film](#)
- [Movie & TV Memorabilia](#) ★



Props & Memorabilia for Pediatric AIDS

[Bid Now!](#)

hot items



[Passport to the Postseason!](#)

[eBay University in Your Home Town!](#)

[CHARITY](#)

[ROSIE](#)



Featured Items

[all items...](#)

- ◆ [A Magnificent Villa In Majorca-Europe !!](#)
- ◆ [3X Genuine Leather Trench Coat Sale \\$39.75](#)
- ◆ [Holy Cow! These Diamonds Are So Cheap 4 Cents](#)
- ◆ [Hp N-Class Unix Server Hp9000 As Good as New](#)
- ◆ [Ladies 3/4 Length Soft Leather Coat \\$28.99!](#)
- ◆ [XL Genuine Leather Tote Bag Blowout \\$9.75](#)
- ◆ [all featured items...](#)

Gallery Items

[all items...](#)

designer boutique

handbags & accessories

1. [Gucci](#)
2. [Kate Spade](#)
3. [Prada](#)
4. [Chanel](#)
5. [Dooney & Bourke](#)

[more ...](#)


[home](#) | [my eBay](#) | [site map](#) | [sign in](#)

Browse	Sell	Services	Search	Help	Community	
overview	registration	buying & selling	my eBay	about me	feedback forum	safe harbor

Registration
[Check email](#)
[User ID & Password](#)

Welcome! Let's begin.

Please enter your contact information below. All required fields have an asterisk, " * ".

Note: You must be at least 18 years old to register on eBay.

Personal Contact Information

Email address

e.g., joecool@aol.com

 *

Note: In order to complete registration, we'll send a confirmation message to the email address you enter above.

Be sure to include your "@serviceprovider.com" domain.

Retype your email address

 *

Please re-enter your email address.

Full name

e.g., John H. Doe

 * | * | *

First name

M.I.

Last name

Company

Address

 *

City

 *

State

 *

Zip

 *

Primary phone #

e.g., (81) (03) 1234-5678

 *

Secondary phone #

B-2



[home](#) | [my eBay](#) | [site map](#) | [sign in](#)

[Browse](#) | [Sell](#) | [Services](#) | [Search](#) | [Help](#) | [Community](#)

My eBay

View all your bidding and selling activities in one location.

Or sign in with other services:

eBay User ID :

You can also use your registered email.



eBay Password:

Forgot your password? [Click here](#) .

or [Register Now](#)

Keep me signed in on this computer unless I sign out. [Learn more](#).

Ⓜ Having problems signing in? [Get help now](#) .

Click [here](#) to sign in using SSL. For more information about sign in, visit [sign in help](#).

[Announcements](#) | [Register](#) | [SafeHarbor \(Rules & Safety\)](#) | [Feedback Forum](#) | [About eBay](#)

Copyright © 1995-2001 eBay Inc. All Rights Reserved.
Designated trademarks and brands are the property of their respective owners.
Use of this Web site constitutes acceptance of the eBay [User Agreement](#) and [Privacy Policy](#).





[home](#) | [my eBay](#) | [site map](#) | [sign out](#)

- Browse
 - Sell
 - Services
 - Search
 - Help
 - Community
- [sell your item form](#)

Sell Your Item

- 
choose category
- 
item info
- 
review
- 
confirm

Related Links: • [Seller Tips](#) • [Fees](#) • [Seller Services](#)

You are signed in as: *xalm99*

(If you are not *xalm99* , [click here](#) .)

Remember my selling preferences. (sections marked with ) [learn more](#)

eBay Category

Category required  You have chosen category #
Just click in the boxes below from left to right until you have found the appropriate category for your item.

Category: Antiques & Art ->

<p>1 Antiques -> Art -></p>	<p>2 <input type="text"/></p>	<p>3 <input type="text"/></p>
<p>4 <input type="text"/></p>	<p>5 <input type="text"/></p>	<p style="text-align: right;"><i>next line...</i></p>

[Select here if you can't view the category selector above.](#)

Item Information

Title required learn more	<div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div> <p>45 characters max. Please no HTML, asterisks or quotes in your title.</p>																		
Description required learn more learn how to add photos in your description	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div> <p>You can use basic HTML tags to spruce up your listing.</p> <p>NEW! Please review our revised Links and Credits policy</p>																		
Pictures Add your pictures using eBay Picture Services learn more Or Link to your own pictures using a Web site address. optional Try our full featured version with crop, rotate and more.	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> eBay Picture Services To add a picture, select 'Browse...': </div>  </div> <p>First picture free, additional pictures \$0.15 per image:</p> <p>First Picture - Free</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Picture 1:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 20%;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 10%; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> <tr> <td>Picture 2:</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> <tr> <td>Picture 3:</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> <tr> <td>Picture 4:</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> <tr> <td>Picture 5:</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> <tr> <td>Picture 6:</td> <td style="border: 1px solid black;"></td> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">Examinar...</td> </tr> </table> <p>You will be able to preview these pictures on the next step</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Title Bar Picture NEW! Free with Picture Services. Display an image of my first picture at the top of my listing. see example</p> <p>Select picture layout below:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="radio"/> -- Standard Layout <input type="radio"/> \$0.75 Slide Show see example <input type="radio"/> \$0.75 Supersize Picture see example (Supersized images must be greater than 440w x 330h) <input type="radio"/> \$1.00 Picture Services Picture Pack NEW! see example Get a \$1.75 value for only \$1.00 ! <ul style="list-style-type: none"> • Gallery (eBay's miniature picture showcase) - \$0.25 value • Supersize Picture(s) - \$0.75 value • Add up to 6 images - \$0.75 value <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">  </div>	Picture 1:		Examinar...	Picture 2:		Examinar...	Picture 3:		Examinar...	Picture 4:		Examinar...	Picture 5:		Examinar...	Picture 6:		Examinar...
Picture 1:		Examinar...																	
Picture 2:		Examinar...																	
Picture 3:		Examinar...																	
Picture 4:		Examinar...																	
Picture 5:		Examinar...																	
Picture 6:		Examinar...																	

B-4.1

Payment Methods

Payment Methods required 	<p>eBay Payments (formerly "eBay Online Payments by Billpoint"): The eBay way to pay.  learn more</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>    Credit Cards</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>  Electronic Checks</p> <p>Other Payment Methods:</p> <p><input type="checkbox"/> Money Order/Cashiers Check</p> <p><input type="checkbox"/> Personal Check</p> <p><input type="checkbox"/> COD (cash on delivery)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> See Item Description</p> <p><input type="checkbox"/> Other</p> <p>Other Credit Card Services:</p> <p><input type="checkbox"/> Visa/MasterCard</p> <p><input type="checkbox"/> Discover</p> <p><input type="checkbox"/> American Express</p>
--	---

Shipping & Payment Terms

Ship-to locations required learn more 	<p><input checked="" type="radio"/> Will ship to the United States only</p> <p><input type="radio"/> Will ship internationally (worldwide)</p> <p><input type="radio"/> Will ship to the United States and the following regions: (Check all that apply)</p> <table style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Canada</td> <td><input type="checkbox"/> Africa</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Europe</td> <td><input type="checkbox"/> Mexico and Central America</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Australasia</td> <td><input type="checkbox"/> Middle East</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Asia</td> <td><input type="checkbox"/> Caribbean</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> South America</td> <td></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Canada	<input type="checkbox"/> Africa	<input type="checkbox"/> Europe	<input type="checkbox"/> Mexico and Central America	<input type="checkbox"/> Australasia	<input type="checkbox"/> Middle East	<input type="checkbox"/> Asia	<input type="checkbox"/> Caribbean	<input type="checkbox"/> South America	
<input type="checkbox"/> Canada	<input type="checkbox"/> Africa										
<input type="checkbox"/> Europe	<input type="checkbox"/> Mexico and Central America										
<input type="checkbox"/> Australasia	<input type="checkbox"/> Middle East										
<input type="checkbox"/> Asia	<input type="checkbox"/> Caribbean										
<input type="checkbox"/> South America											

B-4.2



[home](#) | [my eBay](#) | [site map](#) | [sign out](#)

- Browse
 - Sell
 - Services
 - Search
 - Help
 - Community
- categories
 - regions
 - themes
 - stores



- ▶ Try 3 issues of Money F
- ▶ Try 12 issues of Sports I

[Home](#) > [All Categories](#) > [Antiques & Art](#) > [Art](#)

[Questions](#)

Basic Search

- only in Art
- in titles & descriptions

Search

[Advanced Search](#)

Categories

Art

- [Digital Art](#) (183)
- [Drawings](#) (1697)
- [Folk Art](#) (5252)
- [Mixed Media](#) (2034)
- [Paintings](#) (18875)
- [Photographic Images](#) (4198)
- [Prints](#) (40406)
- [Sculpture](#) (4275)
- [Self-Representing Artists](#) (2731)
- [Other Art](#) (3876)

Related Items

- [Antique Mall](#)
- [Furniture Theme Page](#)
- [eBay Premier Fine Arts](#)
- [Fine Art Theme Page](#)

Popular Searches

- [watercolor](#)
- [kinkade](#)
- [picasso](#)
- [thomas kinkade](#)
- [abstract](#)
- [victorian](#)
- [portrait*](#)
- [original](#)
- [oil on canvas](#)
- [landscape](#)

Art

82648 items found

Show only: **current** | [new today](#) | [ending today](#) | [going, going, gone](#)

All items [Gallery items only](#)

Updated: Jan-19 16:00:59 PST

[Picture](#) [hide](#)

Featured Items - Current

		Price	Bids	Ends PST
	MASTERPIECE Portrait Madone w/ Babies BERGAMO 	\$499.00	-	Jan-29 15:26
	J. JAY McVICKER*b. 1911*EXHIBITED!  <i>Buy It Now</i>	\$1.00	-	Jan-29 15:23
	CUBIST COMPOSITION~Aram KOUPEZIAN~ Armenian 	\$25.00	-	Jan-29 15:11
	BLB MODERN ABSTRACT ARTWORK - Just loooooook!  <i>Buy It Now</i>	\$25.00	-	Jan-26 15:00
	PICASSO, HAND SIGNED, ESTATE RECOGNIZED COA <i>Buy It Now</i>	\$499.00	-	Jan-26 14:54
	GERMAN EXPRESSIONIST KARL HOFER ATTRIBUTE	\$10.00	-	Jan-26 14:44
	G. DELANO INDIAN OIL PAINTING..GREAT! 	\$50.00	-	Jan-26 14:34
	OLD FRENCH MASTER LOUIS ANQUETIN(1861-1932)	\$100.00	-	Jan-29 14:30
	SET OF TWO VIBRANT IMPRESSIONIST OIL KRUK  	\$150.00	-	Jan-26 14:27
	Stone Lamp ,One-of-a-kind,	\$100.00	-	Jan-29 14:06 B-5



- Acceso por Idioma - ▾

Claves de acceso

Identificación personal

Número de Usuario (Tarjetas VISA, 4B o virtual)

1111111111111111

Contraseña

Si no es cliente de BankOnLine-Banca a Distancia- y sólo desea realizar consultas, marque el número de su tarjeta VISA o 4B en el Número de Usuario y su número secreto (PIN).

Número secreto

[Continuar](#)

ir.es

¿Necesita un exti

Estamos procediendo a realizar cambios en la presentación de la Información y en el sistema de navegación de Banca por Internet, que esperamos se traduzca en una mayor claridad y rapidez en la ejecución de consultas y operaciones.

Desde la opción "POSICIÓN INTEGRAL", haciendo clic en el contrato con el que desee realizar sus consultas u operaciones, se le mostrarán todas las opciones disponibles para dicho contrato. Durante el periodo de transición a la nueva estructura, pueden existir algunas opciones que viene utilizando y que ya no figuran dentro del antiguo menú por haber sido trasladado a la indicada "POSICIÓN INTEGRAL".

Esta aplicación está preparada para una configuración de pantalla de 800 x 600 pixels de resolución, con al menos 256 colores.
(Una configuración distinta a la especificada puede suponer errores en la aplicación)

B-6



Buenas tardes. Se ha conectado como **USUARIO DE DEMOSTRACION**
 Seleccione el Contrato con el que desea operar, haciendo clic en su Número

Contratos de Banca Electrónica			
Número de Contrato	Entidad / Sucursal / Primer Titular	Tiempo real	Cuadernos A.E.B.
0075 - 0001 - 767 - 00001	BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A. ALCALA, 26 (28014 - MADRID) USUARIO DE DEMOSTRACION 1	SI	SI
0004 - 3004 - 767 - 00002	BANCO DE ANDALUCIA, S.A. CAMPANA, 8 (41002 - SEVILLA) USUARIO DE DEMOSTRACION 2	SI	SI
0082 - 5701 - 767 - 00003	BANCO DE CASTILLA, S.A. PLAZA DE LOS BANDOS, 10 (37002 - SALAMANCA) USUARIO DE DEMOSTRACION 3	SI	SI
0024 - 6801 - 767 - 00004	BANCO DE CREDITO BALEAR, S.A. PL. D'ESPANYA, 1 (7002 - PALMA) USUARIO DE DEMOSTRACION 4	SI	SI
0095 - 4713 - 767 - 00005	BANCO DE VASCONIA, S.A. LUCHANA, 30 (28010 - MADRID) USUARIO DE DEMOSTRACION 5	SI	SI
0097 - 8984 - 767 - 00006	BANCO DE GALICIA, S.A. O'DONNELL, 15 (28009 - MADRID) USUARIO DE DEMOSTRACION 6	SI	SI





-  Tablón de anuncios
-  Contratación de productos
-  Consulta de Posiciones
-  Operaciones con valores
-  Tributos Estatales
-  Otros servicios
-  Moneda extranjera
-  Cotizaciones de bolsa
-  Operaciones con ficheros
-  Estado de las operaciones
-  Modificar contraseña, firma electrónica e identificación personal



 **Tablón de anuncios**

 **Contratación de productos**

-  **Depósito campaña**
-  **Depósito campaña-Primera aportación**
-  **Solicitud de tarjetas**
-  **Fondo de inversión**
-  **Fondo de inversión-Primera aportación**
-  **Plan de pensiones**
-  **Depósito de valores**
-  **Renting de ordenadores**

 **Consulta de Posiciones**

 **Operaciones con valores**

 **Tributos Estatales**

 **Otros servicios**

 **Moneda extranjera**

 **Cotizaciones de bolsa**

 **Operaciones con ficheros**

 **Estado de las operaciones**

 **Modificar contraseña, firma electrónica e identificación personal**

Formulario de contratación de fondo de inversión

Datos del contrato:

Fondo seleccionado: **EUROVALOR DEMOSTRACIÓN**

Titulares del fondo: 11111111111001

Para seleccionar intervinientes, pulse en la siguiente imagen 

Moneda del contrato:

Establecimiento permanente en España: (Sólo para NO residentes)

Cuenta vinculada:

[Cuenta en formato CCC](#)

Información sobre rentabilidad del fondo

Rentabilidad del mes(%)	Rentabilidad del año 2001(%)
+ 13,50 %	+ 52,59 %

Las rentabilidades pasadas no garantizan rentabilidades futuras



-  Tablón de anuncios
-  Contratación de productos
-  Consulta de Posiciones
-  Operaciones con valores
-  Tributos Estatales
-  Otros servicios
-  Moneda extranjera
-  Cotizaciones de bolsa
-  Operaciones con ficheros
-  Estado de las operaciones
-  Modificar contraseña, firma electrónica e identificación personal



-  **Tablón de anuncios**
-  **Contratación de productos**
-  **Consulta de Posiciones**
-  **Operaciones con valores**
-  **Tributos Estatales**
-  **Otros servicios**
-  **Moneda extranjera**
-  **Cotizaciones de bolsa**
 -  **Índices por sectores**
 -  **Índices de bolsas nacionales**
 -  **Índices de bolsas internacionales**
 -  **Valores del Grupo Banco Popular**
 -  **Valores del mercado continuo**
 -  **Valores del mercado tradicional**
 -  **Reuters**
(incluye bolsas internacionales)
-  **Operaciones con ficheros**
-  **Estado de las operaciones**
-  **Modificar contraseña, firma electrónica e identificación personal**



SEPTEMBER 11

a testimony

HOME NEWS **MARKETS** QUOTES COUNTRIES ABOUT

- Market:
- US / Americas**
 - UK
 - Europe
 - Asia

- DJIA** [View all indices](#)
- [DJ Transporation Avg.](#)
 - [S&P100](#)
 - [Amex Internet](#)
 - [Canada TSE 300](#)
 - [Chile SASE Select](#)
 - [Venezuela IBC](#)
 - [Nasdaq 100](#)
 - [Brazil BOVESPA](#)
 - [Mexico MXSE IPC](#)

Search:

Symbol

Keyword

DJIA

LAST: **9,771.85** TODAY'S HIGH: **9,830.94**
 CHANGE: **-78.19** TODAY'S LOW: **9,738.43**

Click headers to sort:

Red = Down Green = Up

Company Name	Last	Net Chg	% Chg	Volume
ALCOA INC	33.70	-0.07	-0.21%	3,330,200
AMER EXPRESS CO	37.02	-0.14	-0.38%	3,585,000
AT&T	18.53	0.16	0.87%	8,200,200
BOEING CO	39.15	0.82	2.14%	2,466,100
CATERPILLAR INC	48.98	-0.33	-0.67%	1,519,500
CITIGROUP	49.96	0.06	0.12%	11,295,000
COCA COLA CO	45.44	0.39	0.87%	4,316,400
DU PONT CO	40.68	0.17	0.42%	3,263,600
EASTMAN KODAK	26.25	-0.59	-2.20%	2,317,000
EXXON MOBIL	38.40	-0.24	-0.62%	8,699,600
GENERAL ELEC CO	38.68	-0.07	-0.18%	14,584,100
GENERAL MOTORS	49.77	-0.53	-1.05%	2,535,300
HEWLETT-PACKARD	22.61	-0.92	-3.91%	5,847,300
HOME DEPOT INC	48.50	0.50	1.04%	4,498,900
HONEYWELL INTL	29.35	0.24	0.82%	3,859,800
INTEL CORP	33.48	-1.05	-3.04%	51,725,400
INTL BUS MACHINE	114.25	-5.65	-4.71%	14,929,300
INTL PAPER CO	38.22	-0.26	-0.68%	3,085,000
JOHNSON&JOHNSON	59.70	-0.13	-0.22%	7,478,600
JP MORGAN CHASE	35.91	-0.94	-2.55%	9,159,700
MCDONALDS CORP	26.43	-0.05	-0.19%	2,649,900
MERCK&CO	58.00	-0.60	-1.02%	4,870,500
MICROSOFT CP	66.10	-3.76	-5.38%	53,635,800
MINNESOTA MINING	106.80	2.28	2.18%	3,392,900
PHILIP MORRIS	48.81	-0.19	-0.39%	4,054,300
PROCTER&GAMBLE	79.81	0.12	0.15%	2,452,100
SBC COMMS	36.51	-0.37	-1.00%	5,216,000
UNITED TECH CP	63.65	0.30	0.47%	2,049,200
WAL-MART STORES	56.35	-0.41	-0.72%	5,683,400
WALT DISNEY CO	21.20	-0.04	-0.19%	5,021,500

At least 20 minutes delayed

Red = Down Green = Up

Breaking Fin
Select a ca

Read the la
U.S. Marke

Jan 18,

BOLETIN DIARIO DE OPERACIONES CERRADAS

ENERO 18 DE 2.002

RUEDA Nº 13

TITULO EMISOR	# DE TRANS.	RENTA VARIABLE		# DE ACC.	V/U x ACC.	V.NOMINAL US\$	V.EFECTIVO US\$
		PRECIO US\$	VARIACION				
ACCIONES							
PICHINCHA BANCO	(C) \$*	1	0.6000	20.00	1,769	US \$1	1,769.00
TOTAL ACCIONES							1,061.40
TOTAL RENTA VARIABLE:		1					1,061.40

* Rueda Electrónica.

(A) Apertura.

(C) Cierre.

TITULO EMISOR	# DE TRANS.	RENTA FIJA			PLAZO	V.NOMINAL US\$	V.EFECTIVO US\$
		PRECIO EN %	RENDIM.	T. DE INTERES			
BONOS DEL ESTADO							
DECRETO No. LEY 9817	\$*	1	75.1681	18.25	3.93	5.0A	100,000.00
TOTAL BONOS DEL ESTADO							100,000.00
CERTIFICADO DE DEPOSITO							
PICHINCHA BANCO	(ss)\$	1	100.0000	6.00	6.00	180.0D	14,000.00
SOLIDARIO BANCO	\$*	1	100.0000	8.50	8.50	122.0D	32,056.00
TOTAL CERTIFICADO DE DEPOSITO							46,056.00
CUPONES							
MINISTERIO DE FINANZAS	\$*	1	95.6315	11.50		143.0D	962,312.00
TOTAL CUPONES							962,312.00
NOTAS DE CREDITO							
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	\$*	1	98.5000	0.00			2,146.34
TOTAL NOTAS DE CREDITO							2,146.34
OBLIGACIONES							
HOTEL COLON	(ss)\$	1	99.1228	9.00	8.50	3.0A	10,000.00
TOTAL OBLIGACIONES							10,000.00
POLIZAS DE ACUMULACION							
PRODUBANCO	(ss)\$	2	100.0000	4.75	4.75	91.0D	525,000.00
TOTAL POLIZAS DE ACUMULACION							525,000.00
TOTAL RENTA FIJA:		8					1,645,514.34
MONTO TOTAL NEGOCIADO							1,579,585.32

\$: OPERACIÓN EN DOLARES

INDICE DE RENDIMIENTO (RBQ)

23.77

* : RUEDA ELECTRONICA

ECU-INDEX DIA ANTERIOR

288.49

Ultima actualización enero 18 de 2.002
 Elaborador por: Departamento de Rueda
 Correo electrónico damianm@ccbvq.com
 Correo electrónico: cevallos@ccbvq.com

NOTA : ESTE BOLETIN ES UNA PRODUCCION INFORMATIVA DE LA BOLSA DE VALORES DE QUITO SE PROHIBE SU REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL SIN CITARLO COMO FUENTE.

ANEXO C

Los agroquímicos evitan el desarrollo de plagas

<http://www.agrochem.com.ec>
La agricultura es la principal actividad económica en el Ecuador. Para garantizar que los productos sean de alta calidad se requiere utilizar ciertos químicos que eviten enfermedades. En esta página podrá disponer de más detalles.



Una ventana para promocionar al artista ecuatoriano

<http://www.gradocero.com>

El alimento de los animales de granja en Internet

www.pub4.ecua.net.ec/inprosa
El mejoramiento de la salud de los animales de granja y la prevención de enfermedades es un objetivo que los expertos persiguen. Aquí podrá obtener la oferta de comida para pollos, ganado vacuno, porcino y toda la variedad de animales.



Los muebles de madera ganan espacio en la red

<http://www.matexo.com.ec>
Los talladores nacionales se caracterizan por su trabajo prolijo. El cuidado en los detalles de los muebles es una obligación para todos ellos. En esta página electrónica encontrará mesas de sala tratadas con las mejores maderas del país.

¿Desea conocer cuál es el origen de sus apellidos?

<http://www.ecuatoriana.org>
Los amantes de la genealogía ya tienen un sitio en la superautopista de la información. Al acceder a esta dirección es posible conocer los orígenes y el árbol genealógico de los apellidos e inclusive de los nombres. Atrévase a averiguarlo...

El movimiento artístico del país ha tenido, a lo largo de los años, un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Varios son los nombres de pintores famosos que esta tierra ha engendrado y que sirven como ejemplo para las presentes y futuras generaciones de artistas plásticos. Ahora, en pleno siglo XXI, la influencia de Internet obliga a promocionar el arte a través de páginas electrónicas.

Ese fue el motivo para que este website abra sus puertas en la telaraña informativa. Aquí, Ud. puede disponer de una galería sin que necesaria-

mente tenga que despegarse de su computadora.

Al ingresar, las ofertas de cuadros de profesionales que buscan ganarse un espacio en este difícil y apasionante arte captarán su atención. En forma inmediata podrá acceder a la obra de su preferencia y encontrar las características técnicas, dimensiones, y el precio. Si está de acuerdo, la compra en línea es sencilla.

Asimismo, los pintores que deseen exponer sus obras pueden establecer un contacto directo con esta galería virtual. Es una página recomendable para los amantes del arte.

[HOME](#)
[PRODUCTS](#)
[COMPANIES](#)
[SERVICES](#)
[SHOP CART](#)

MILENIO Pattern Ship



	<i>Mileno 91</i>		<i>Mileno 1.40</i>	
Weight	3.5 Kg.	7.7 lbs.	Weight	4.6 Kg. 9 3/4 lbs.
Length	1795 mm.	70 3/4"	Length	1995 mm. 78 3/4"
Wingspan	1730mm	68"	Wingspan	1990mm 78"
Engine	61 to 91 2C 91 4C		Engine	1.20 to 1.60 2C 1.40 4C

Falcon Hobbies is proud to bring you the first in a series of all balsa, ready to fly pattern ships. Inspired by the larger European designs, the Milenio is a .91 size F3A pattern ship, matched perfectly to the OS 91FX or the YS 91FZ. The 2 meter version will accommodate the YS 1.20-1.40s, ST 2300, OS 1.60FX, and similar motors.

Featuring full Monokote covering, plug in wings and stabs, retract or fixed gear versions, these kits are beautifully built in full length jigs, balsa sheeted foam decks, contest grade sheeted wings and stabs, with all the finishing touches you would expect in a solid F3A ship. More detailed construction pics to come.

SIZE	\$CDN	\$US (est.)	ORDER
			↘
1.40 size	\$1380	\$1080	↘

Email us at: tech@falconhobbies.com

Copyright © 1995-1999 Falcon Hobbies Ltd. All rights reserved.

Thank you for flying with Falcon!

**COSTOS DE PRODUCCIÓN
AÑO 1**

Concepto	Anual USD
Materia Pima	2,679.05
Mano de Obra directa	3,600.00
Gastos de Fabricación	3,320.00
Total	9,599.05

**COSTOS DE PRODUCCIÓN
AÑO 2**

Concepto	Anual USD
Materia Pima	3,348.81
Mano de Obra directa	4,320.00
Gastos de Fabricación	3,320.00
Total	10,988.81

**COSTOS DE PRODUCCIÓN
AÑO 3**

Concepto	Anual USD
Materia Pima	4,018.57
Mano de Obra directa	5,184.00
Gastos de Fabricación	3,320.00
Total	12,522.57

CALCULO DE LOS COSTOS DE PRODUCCION POR MINIMOS CUADRADOS

N	ANO	X	Y	XY	X^2
1	2001	-1	\$ 9,599.05	\$ (9,599.05)	\$ 1.00
2	2002	0	\$ 10,988.81	\$ -	\$ -
3	2003	1	\$ 12,522.57	\$ 12,522.57	\$ 1.00
TOTAL		0	\$ 33,110.42	\$ 2,923.52	\$ 2.00

$$m = \frac{8,770.57}{6} = 1,461.76$$

$$b = \frac{66,220.84}{6} = 11,036.81$$

$$Y = 1461.76X + 11036.81$$

N	ANO	X	Y
1	2004	2	\$ 13,960.33
2	2005	3	\$ 15,422.09
3	2006	4	\$ 16,883.85
4	2007	5	\$ 18,345.61
5	2008	6	\$ 19,807.38

**Accesorios e Insumos para Fabricación de
Lote de 5 Modelos**

Concepto	Cantidad	Precio Unit. (USD)	Precio Total (USD)
Plancha de Foam (5 x 120 x 100 cm)	2	10.00	20.00
Kit tubos de Ala	5	14.00	70.00
Kit Estabilizador Desmontable	5	14.00	70.00
Pegas Epóxicas 6 min. (3 unid.)	1	21.97	21.97
Pegas Epóxicas 30 min. (3 unid.)	1	21.97	21.97
Pegas Cianocrilato 2 oz. (3 unid.)	1	16.97	16.97
Balsa 1/16 x 3 x 36" (16 lamin.)	1	7.79	7.79
Balsa 3/32 x 3 x 36" (12 lamin.)	1	6.99	6.99
Balsa 1/8 x 3 x 36" (8 lamin.)	1	5.49	5.49
Balsa 1/4 x 3 x 36" (8 lamin.)	1	7.99	7.99
Balsa 1/2 x 3 x 36" (4 lamin.)	1	6.49	6.49
Rollo Monokote 25' (varios colores)	4	49.99	199.96
Subtotal			455.62
IVA (12%)			54.67
Costo Importación (25%)			113.91
Flete (10%)			45.56
TOTAL			669.76
Insumos por Año 1			2,679.05
Insumos por Año 2			3,348.81
Insumos por Año 3			4,018.57
Insumos por Avión			133.95

Inversiones en Activos

Concepto	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total
Sierra Caladora	1	169.99	169.99
Plancha Estandar	1	16.99	16.99
Plancha Pequeña (Trim Seal Tool)	1	18.99	18.99
Pistola de Aire Caliente	1	19.99	19.99
Cuchillas X-Acto (100)	1	7.99	7.99
Mango para Cuchillas X-Acto	1	2.99	2.99
Lija Plana 5.5"	1	3.99	3.99
Lija Plana 11"	1	4.49	4.49
Lija Plana 22"	1	5.99	5.99
Lija Plana 33"	1	8.99	8.99
Lija Plana 44"	1	12.99	12.99
Medidor de Incidencias	1	39.99	39.99
Dremmel Moto Tool	1	89.99	89.99
Cepillo para Balsa	1	5.00	5.00
Juego Llaves Exagonales en L	1	5.99	5.99
		Subtotal	414.36
		IVA (12%)	49.72
		Costo Importación (25%)	103.59
		Flete (10%)	41.44
		TOTAL	609.11

INVERSIONES Y GASTOS INICIALES

Concepto	USD
Adecuación del local	500.00
Herramientas	609.11
Compra de Computadora	800.00
Diseño y Realización de Página Web	300.00
Gastos de Organización y Puesta en Marcha	1,050.00
TOTAL	3,259.11

Gastos de Organización y Puesta en Marcha

Concepto	USD/Hora	Horas	USD
Remuneración	10.00	100	1,000.00
Asesoría	10.00	5	50.00
TOTAL			1,050.00

PLAN DE VENTAS NACIONALES								
Concepto	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
Cantidad	20.00	25.00	30.00	35.00	40.00	45.00	50.00	55.00
Precio Unitario	760.00	760.00	760.00	760.00	760.00	760.00	760.00	760.00
Total Ventas Nacionales	15,200.00	19,000.00	22,800.00	26,600.00	30,400.00	34,200.00	38,000.00	41,800.00

PLAN DE VENTAS INTERNACIONALES								
Concepto	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
Cantidad	20.00	25.00	30.00	35.00	40.00	45.00	50.00	55.00
Precio Unitario	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00
Total Ventas Internacionales	21,600.00	27,000.00	32,400.00	37,800.00	43,200.00	48,600.00	54,000.00	59,400.00

FLUJO DE CAJA VENTAS NACIONALES									
CONCEPTO	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
Ventas Nacionales		15,200.00	19,000.00	22,800.00	26,600.00	30,400.00	34,200.00	38,000.00	41,800.00
Costos de Producción		9,399.05	10,788.81	12,322.57	13,960.33	15,422.09	16,883.85	18,345.61	19,807.38
Depreciación Maquinaria		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Utilidad Bruta en Ventas		5,600.95	8,011.19	10,277.43	12,439.67	14,777.91	17,116.15	19,454.39	21,792.62
Gastos de Adm. y Ventas		5,763.25	6,900.25	8,238.05	9,835.05	11,743.09	14,024.38	16,753.56	20,020.23
Sueldos de Administración		5,400.00	6,480.00	7,776.00	9,331.20	11,197.44	13,436.93	16,124.31	19,349.18
Depreciación Equipo Oficina		80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Provisión para Imprevistos		152.00	209.00	250.80	292.60	334.40	376.20	418.00	459.80
Gastos de Constitución		131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25
Utilidad Antes de Participación Laboral		(162.30)	1,110.94	2,039.38	2,604.62	3,034.82	3,091.77	2,700.82	1,772.40
Participación Laboral 15%		(24.34)	166.64	305.91	390.69	455.22	463.77	405.12	265.86
Utilidad Antes de Impuestos		(137.95)	944.30	1,733.47	2,213.93	2,579.60	2,628.00	2,295.70	1,506.54
25% Impuesto a la Renta		(34.49)	236.08	433.37	553.48	644.90	657.00	573.92	376.63
Utilidad Neta		(103.46)	708.23	1,300.11	1,660.45	1,934.70	1,971.00	1,721.77	1,129.90
Depreciación		280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
Inversiones		(3,259.11)							
Capital de Trabajo		(2,522.34)							
Flujo de Caja		(5,781.45)	988.23	1,580.11	1,940.45	2,214.70	2,251.00	2,001.77	1,409.90
Flujo de Caja Acumulado		(5,781.45)	(4,616.69)	(3,036.58)	(1,096.14)	1,118.56	3,369.56	5,371.34	6,781.24
TIR			52.68%						
VAN			(10,880.77)						

FLUJO DE CAJA VENTAS INTERNACIONALES

CONCEPTO	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8
Ventas Nacionales	21,600.00	27,000.00	32,400.00	37,800.00	43,200.00	48,600.00	54,000.00	59,400.00	
Costos de Producción	9,399.05	10,788.81	12,322.57	13,960.33	15,422.09	16,883.85	18,345.61	19,807.38	
Depreciación Maquinaria	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Utilidad Bruta en Ventas	12,000.95	16,011.19	19,877.43	23,639.67	27,577.91	31,516.15	35,454.39	39,392.62	
Gastos de Adm. y Ventas	7,627.25	9,058.25	10,724.15	12,695.83	14,098.98	15,657.04	17,388.59	19,314.50	
Sueldos de Administración	5,400.00	6,480.00	7,776.00	9,331.20	10,264.32	11,290.75	12,419.83	13,661.81	
Internet	1,800.00	2,070.00	2,380.50	2,737.58	3,148.21	3,620.44	4,163.51	4,788.04	
Depreciación Equipo Oficina	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Provisión para Imprevistos	216.00	297.00	356.40	415.80	475.20	534.60	594.00	653.40	653.40
Gastos de Constitución	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25	131.25
Utilidad Antes de Participación Laboral	4,373.70	6,952.94	9,153.28	10,943.85	13,478.93	15,859.10	18,065.80	20,078.13	
Participación Laboral 15%	656.06	1,042.94	1,372.99	1,641.58	2,021.84	2,378.87	2,709.87	3,011.72	
Utilidad Antes de Impuestos	3,717.65	5,910.00	7,780.29	9,302.27	11,457.09	13,480.24	15,355.93	17,066.41	
25% Impuesto a la Renta	929.41	1,477.50	1,945.07	2,325.57	2,864.27	3,370.06	3,838.98	4,266.60	
Utilidad Neta	2,788.24	4,432.50	5,835.22	6,976.70	8,592.82	10,110.18	11,516.95	12,799.81	
Depreciación	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
Inversiones	(3,259.11)	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	(2,837.72)	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujo de Caja	(6,096.83)	3,068.24	4,712.50	6,115.22	7,256.70	8,872.82	10,390.18	11,796.95	13,079.81
Flujo de Caja Acumulado	(6,096.83)	(3,028.59)	1,683.91	7,799.13	15,055.83	23,928.65	34,318.82	46,115.77	59,195.58
TIR			134.75%						
VAN			61,965.19						

Bibliografía:

- DANIELS, JOHN, RADEBAUGH, LEE, “Negocios Internacionales”, Octava Edición, Editorial Adisson Wesley, México, 2000.
- CARPINTIER, RODOLFO, “Internet Hoy”
- VARELA, RODRIGOP, “Innovación Empresarial”, Quinta Edición, Editorial ICESI, Colombia, 1998.
- NASSIR, SAPAG, CHAIN, “Preparación y Evaluación de proyectos”, Cuarta Edición.
- CALVO, A., GUTIERREZ, J.M., MERINO, J.A., “Cómo hacer negocios en Internet”
- RUDL, CAREY, “The Insider Secrets to Marketing your Business on the Internet”
- DÍEZ DE CASTRO, LUIS, JUAN, “Ingeniería Financiera”, Segunda Edición, Editorial Mcgraw-Hill, España 1994.
- Página Web del Grupo Popular.
- Página Web Produbanco.
- Página Web Tower Hobbies.
- Página Web Falcon Hobbies
- Página Web EBAY.
- Pagina Web Patagon.