

ANEXO I

EXPERIENCIAS DE TELECENTROS EN SUDAMERICA

- 1. Perú**
- 2. El Salvador**
- 3. Venezuela**
- 4. Paraguay**
- 5. Colombia**
- 6. Ecuador**
- 7. Costa Rica**

FICHA DE EXPERIENCIAS PERU

Modelo	Telecentros en cadena
Zona Geográfica	Urbana
Nombre del contacto	
Nombre del director del proyecto	
País	Perú
Institución	Red Científica Peruana (RCP)
e-mail	Infocentros@rcp.net.pe
Dirección URL:	http://cabinas.rcp.net.pe/
Concepto	Centros Comunitarios Multi - propósitos Internet (Cabinas Públicas) (CCIs)
Años de Experiencia	7 años
Ciudades donde se ha implementado	
Objetivos perseguidos	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir "acceso" a Internet • Producción de Información • Lograr intercambio de negocios y conocimiento en el ámbito nacional y a la generación de un canal de distribución de la misma. • En definitiva, ayudar al desarrollo económico y social del país generando un mercado nacional.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	<p>Las cabinas públicas son espacios en los cuales la población tiene la posibilidad de acceder a las nuevas tecnologías de información y recibir servicios de comunicación, educación, capacitación, esparcimiento cultural, apoyo a los negocios, etc. La configuración definitiva de los servicios que ofrece una cabina pública a sus usuarios está en función de las necesidades locales.</p> <p>El modelo concibe distintos tipos de cabinas a partir de su capacidad tecnológica, administración, ámbito de acción y carácter de la organización que los soporta.</p> <p>Han considerado la instalación de 3 tipos distintos de CCIs:</p> <p>1.- Tipo Madre: cuenta con la capacidad para comercializar accesos vía líneas dedicadas a empresas, organizaciones, etc.; venden acceso remotos por líneas telefónicas (dial up). Ubicados principalmente en las ciudades grandes y son generadores de mercados y conocimiento en el proyecto y sus herramientas. Funcionan simultáneamente como un POP.</p> <p>2.- Tipo Comercial: brinda servicios propios de un CCI. No se excluye la posibilidad que este tipo de CCI amplíe sus servicios como un Proveedor de Acceso a Internet (POP) si efectúa el contrato correspondiente con la RCP.</p> <p>3.- Tipo Institucional: está destinado a ubicarse en Colegios, Municipalidades, Organizaciones Gubernamentales, etc.</p> <p>Dentro de estos modelos podemos distinguir además:</p> <p>1.- Tipo madre, operado por la RCP y por lo tanto ésta percibe todos los ingresos y cubre todos sus costos. Se ubican principalmente en capitales de departamento y son generadores de mercado y conocimiento para el proyecto y sus herramientas.</p> <p>2.- Tipo Franquiciado: Estas cabinas son instaladas en empresas o entidades sin fines de lucro bajo un modelo de franquicias. En el caso de las cabinas franquiciadas, la organización administradora del proyecto entrega al franquiciado todo el equipo, software y mobiliario necesario para la puesta en marcha de su cabina. Por su parte el franquiciado debe cubrir los costos del local, conexión a la red, gastos generales y personal. Los ingresos producidos por</p>

	<p>estas cabinas le pertenecen al franquiciado. Este a su vez deberá pagar a la organización administradora del proyecto un derecho mensual por formar parte de la red. (Ver Modelo de Franquicia)</p> <p>3.- Monocabinas: concebidas como solución ad hoc para zonas de baja densidad poblacional y para ser instaladas en lugares de tránsito fluido a modo de sistema de comunicación y consulta.(Ver Monocabinas)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Aspectos Técnicos 	<p>Ver detalles en: www.rcp.net.pe/rcp/servicios/cabina/instalacion.shtml</p> <p>Red local de PC conectadas a un servidor de red de área local que tiene conexión dedicada a Internet, más un centro de educación para 25 personas.</p> <p>Cuenta con mínimo 20 estaciones de trabajo Scanner, impresora, proyector, sala de conferencias, teléfonos públicos, cafetería, etc.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Aspectos funcionales 	
<ul style="list-style-type: none"> Número de Centros 	190
<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento 	Privado
Modelos de Usuarios	<p>1.- Usuarios regulares: Aquellos usuarios que han pagado una cuota de inscripción por única vez y abonan una cuota mensual que les da derecho a una casilla de correo electrónico.</p> <p>2.- Usuarios temporales: Aquellas personas que desean acceder a las bases de datos nacionales o internacionales y enviar correo electrónico por un tiempo limitado. El pago es según el tiempo de permanencia. No tienen casilla de correo electrónico para recibir mensajes.</p>
Descripción de los clientes objetivos	Todas las personas sin distinción alguna. Niños, Jovenes, estudiantes y profesionales, que desean conocer más sobre INTERNET y utilizar sus herramientas.
Servicios ofrecidos	<p>Más de 60 servicios distintos, entre los que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de información Entrenamiento y educación Correo en el ámbito nacional <p>La RCP considera que el objetivo de los Telecentros NO es solamente ofrecer servicios Internet, sino, y más importante, ofrecer servicios que den solución a los problemas de la vida diaria de la población, basados en herramientas Internet. Por ejemplo, la población deberá encontrar en los Telecentros, un lugar donde poder pagar sus impuestos, obtener sus partidas de nacimiento, ofrecer sus productos, votar en las elecciones, recibir y enviar remesas, tener una consulta médica, recibir un curso, pagar sus servicios generales, comunicarse con sus familiares etc.</p> <p>En términos generales los usuarios de Cabina Pública Internet podrán usar las siguientes herramientas INTERNET:</p> <ul style="list-style-type: none"> e-mail: Correo Electrónico, nacional e internacional. Listas de interés. Gopher: Consulta de miles de bancos de datos mundiales en formato texto. www: Consulta de millones de bancos de datos multimedia a nivel mundial. talk: Conversación electrónica, en tiempo real, con millones de usuarios Internet. telnet: Conexión tipo terminal con cualquier servidor o host Internet. finger: Consulta de usuarios presentes en la red en

	<p>cualquier host Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ftp: Transferencia de archivos, texto y binarios. • chat: Conferencia en tiempo real. <p>El usuario podrá grabar y retirar información de INTERNET, previa compra del diskette respectivo en el módulo de Recepción. Para tal efecto, contará con la ayuda y supervisión del personal RCP.</p> <p>Cabina Pública Internet permite resolver situaciones de emergencia mediante el envío de mensajes urgentes</p>
Capacitación	Programas de capacitación y prácticas en el uso de INTERNET, a diferentes grupos sociales, como personas de la tercera edad, niños, instituciones, etc. Además, el usuario cuenta permanentemente con la ayuda y orientación del personal de la RCP.
Ingresos o Modelos de precios	El modelo esta basado en: 1 cuota de inscripción y mensualidades para los usuarios permanentes. Cobro por hora para usuarios eventuales
Tipo de difusión realizada	Prensa, Conferencia.
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	Depende del modelo de centro.

FICHA DE EXPERIENCIAS EN EL SALVADOR

Modelo	Telecentros en Cadena
Zona Geográfica	Urbana
Nombre del contacto	Yuri Herrera Burstein
Nombre del director del proyecto	No especificados
Proyecto	Infocentros en El Salvador, parte del proyecto de Gobierno "Conectándonos al Futuro de El Salvador"
País	El Salvador
Institución	Asociación Infocentros del Salvador
e-mail	clemente@infocentros.org.sv odi-sv@mh.gob.sv
Dirección URL:	http://www.infocentros.org.sv/
Principios del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de Nación • Producción y acceso generalizado a la información y aplicaciones relevantes para el desarrollo. • Participación de toda la Sociedad
Años de Experiencia	Proyecto iniciado en 1999
Ciudades donde se ha implementado	Aún no se ha instalado ningún centro
Objetivos perseguidos	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de una organización de carácter participativo • Desarrollo de un sistema nacional de contenido y aplicaciones en Tecnologías Computarizadas de Comunicación e Información. • Desarrollo e implementación de una red de inicial de 100 infocentros.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	<p>El proyecto define tres categorías de infocentros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infocentros Madre: distribuidos por todo el país y administrados por la Asociación de Infocentros (14 en 3 años) • Infocentros Comerciales: franquicia; Administrados por empresas (36 en 3 años). • Infocentros Institucionales: franquicia; administrados por instituciones y organizaciones sin fines de lucro (50 en 3 años). <p>Modelo de franquicia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de economías de escala, la Asociación adquiere el equipamiento, software y manuales para todos los infocentros. • Requerimientos mínimo de inversión por infocentro: equipamiento es entregado por al asociación con renovación periódica. • Soporte de cadena de franquicias: apoyo técnico, asesoría, estandarización de precios y calidad de servicios. <p>Aporte de los Franquiciados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Local debidamente acondicionado • Gastos de servicios generales • Gastos de personal • Gastos de conexión dedicada • Derecho mensual de franquicia.
<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos Técnicos e Infraestructura 	<p>En términos de infraestructura, un Infocentro es un local debidamente equipado con una red de computadoras (20), scanner, impresoras, equipos de red, un aula de capacitación con proyector, pantalla, pizarra y conectividad.</p> <p>El modelo plantea los siguientes requerimientos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Local con dos ambientes <ul style="list-style-type: none"> • Un área mínima de 50m² para m² 20 PCs

	<ul style="list-style-type: none"> • Otra de 35 m² para sala de capacitación para 25 personas 2. Mobiliario 3. Equipamiento y Seguridad 4. Línea dedicada de transmisión de datos
• Aspectos funcionales	Un factor crítico para el éxito de la red Infocentros es una dinámica nacional de generación de contenidos y aplicaciones relevantes para todos los salvadoreños, razón por la cual la Asociación Infocentros privilegia la producción y publicación de información y aplicaciones útiles para todos los sectores de la población, y también para proyectar el país ante el mundo.
• Número de Centros	100 infocentros en todo Salvador en un plazo de 3 años
• Financiamiento	La Asociación contará con una inversión pública BBHB, GJ para construir y equipar unos 100 Infocentros en todo el país durante los próximos tres años, que operarán bajo el modelo de franquicia para garantizar la calidad y una economía de escala por un lado, y para fomentar la iniciativa local por el otro. La idea es generar centros autofinanciables que incluso tengan la capacidad de generar utilidades.
Descripción de los clientes objetivos	Orientados a las familias salvadoreñas y a las microempresas.
Servicios ofrecidos	Servicio de Internet, Venta de diskettes, Impresiones y fotocopias, Escaneado de documentos, Anillado de documentos, Diseño y publicación de páginas Web, Servicio telefónico y de fax, Digitación y servicios de diseño gráfico, Alquiler de computadoras, Vídeo conferencia, Servicios de educación, Servicios de investigación, Tele-banca, Declaraciones de impuestos, Venta de souvenirs, libros y revistas, Servicios de cafetería fría
Capacitación	Cursos propuestos para los Infocentros: <ul style="list-style-type: none"> • Seminario general de Internet • Herramientas Internet (WWW, chat, FTP, telnet) • Windows NT, Windows 95, Linux, Mac/OS • Diseño de páginas Web • Navegación avanzada • Búsqueda especializada • Pegasus mail • Eudora Mail • Seminarios y eventos especiales • Cursos especializados de acuerdo al sector
Proveedores	Modelo de adquisición de equipos y software, y reposición central.
Mantenimiento	Modelo de mantenimiento de equipos central.
Ingresos o Modelos de precios	Estandarización de precios a través de toda la red de infocentros.
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	Sin Información
Otras Observaciones	El proyecto se inició recién en 1999 por lo que nos es difícil acceder a mayor información.

FICHA DE EXPERIENCIA EN VENEZUELA

Modelo	Telecentro Cívico
Zona Geográfica	Urbano
Nombre del contacto	No especificado
Nombre del director del proyecto	No especificado
Proyecto	Servicio de Cabinas de acceso a Internet SCAI
País	Venezuela
Institución	REACCIUN – CONICIT – Red de Bibliotecas Nacionales de Venezuela
e-mail	ceci@reacciun.ve reacciun@reacciun.ve
Dirección URL:	http://www.reacciun.ve/cabinas/index.html
Concepto	Similar al proyecto de Infocentros en El Salvador
Principios del Proyecto	Acceso Universal
Años de Experiencia	Proyecto iniciado en 1998
Objetivos perseguidos	Satisfacer las necesidades de la población, (estudiantil, profesional, e investigadores) a desarrollar una cultura de intercambio de información, generar nuevas alternativas de negocios, promover el desarrollo económico, social, cultural, técnico, etc.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos e Infraestructura	Configuración mínima de cada cabina, que consiste en un servidor, 16 a 21 computadores personales, una impresora láser, un digitalizador y una fotocopidora, aparte del mobiliario respectivo.
• Aspectos funcionales	Son salas equipadas con computadoras personales conectadas a REACCIUN a través de un enlace dedicado, para brindar el libre acceso a INTERNET, estas salas disponen además, de diversos periféricos como digitalizadores e impresoras, para permitir el almacenamiento o impresión de información localizada, según las necesidades del usuario.
• Número de Centros	Febrero de 1999 se inauguraron las dos primeras Cabinas en la Biblioteca Metropolitana de Caracas.
• Financiamiento	Privado
Descripción de los clientes objetivos	Personas que deseen o requieran acceder a la red global e Internet, que no disponen de medios para ello.
Servicios ofrecidos	Uso productivo de herramientas Internet como correo electrónico, Gopher, Telnet, Finger, Talks y Chats, y FTP. Aparte de poder consultar al anfitrión de la cabina, los usuarios recibirán el entrenamiento necesario para poder explotar al máximo estos recursos, de la manera más efectiva.
Ventajas (técnicas, de funcionalidad, etc.)	No especificadas
Desventajas	No especificadas
Capacitación	Con la inscripción y una cuota mensual, el usuario de las cabinas públicas Internet recibe entrenamiento gratuito, a fin de que logre hacer un aprovechamiento oportuno, rápido y eficiente de estos recursos.
Características de la localización y emplazamiento	En diferentes áreas o espacios públicos o privados, como bibliotecas, gobernaciones, alcaldías, empresas, universidades, colegios, escuelas, liceos, instituciones académicas, centros de atención al público de diversas empresas, centros gremiales, parroquias, etcétera.
Barreras de Adopción Detectadas y Problemas	La implementación es muy reciente para detectarlos
Medidas de solución implementadas	La implementación es muy reciente para detectarlos
Impacto en la comunidad	La implementación es muy reciente para detectarlos
Ingresos o Modelos de precios	Cabinas autogestionables, por medio de la captación de los usuarios previstos y el cobro de una módica tarifa de inscripción y una cuota mensual.

	Se espera una demanda de 600 usuarios por mes
Tipo de difusión realizada	No especificada
Cantidad de personas en el funcionamiento.	Un supervisor de cabinas , un administrador de la red y seis anfitriones de cabinas

FICHA DE EXPERIENCIAS EN PARAGUAY

Modelo	Telecentro Cívico
Zona Geográfica	Urbano
Nombre del contacto	Sergio Aranda
Nombre del director del proyecto	Sergio Aranda, Coordinador Global del Proyecto Asunción
Proyecto	"Aulas municipales de Información, Comunicación y Aprendizaje, AMIC@s"
País	Paraguay
Institución	Municipalidad de Asunción
e-mail	Saranda@infonet.py
Dirección URL:	No encontrada
Años de Experiencia	2 años, el proyecto se inicia en 1998
Ciudades donde se ha implementado	Asunción.
Objetivos perseguidos	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer oportunidades de acceso a nuevas tecnologías para los ciudadanos de una zona o barrio. • Fortalecer la presencia municipal en la misma, tratando de recuperar la confianza perdida y motivando el trabajo coordinado con la comunidad.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos e Infraestructura	No especificados
• Aspectos funcionales	Cada AMIC@ y los facilitadores en ella, se encuentran supervisados por una comisión de gestión, quienes coordinan las tareas entre ellos y con otras AMIC@s, a través de las comisiones respectivas.
• Número de Centros	En la actualidad existen 4 centros habilitados y se proyectaba un total de 12.
• Financiamiento	Proyecto conjunto entre la Municipalidad de Asunción y la USAID
Modelos de Usuarios	Cada AMIC@ es un espacio con representatividad comunitaria, integradas por las denominadas fuerzas vivas de la Comunidad: comisiones vecinales, grupos juveniles y parroquiales, ONG locales, organizaciones voluntarias o comunitarias (clubes de libro, bomberos voluntarios, radios comunitarias), vecinos/as independientes y un representante municipal.
Descripción de los clientes objetivos	Se estimula la participación de cualquier ciudadano, incluyendo a los funcionarios municipales
Descripción de los clientes reales y demanda	Depende fundamentalmente de las características de la comunidad donde se encuentra ubicada el aula.
Servicios ofrecidos	No existe un conjunto de actividades predefinidas de una AMIC@. Estas se orientan de acuerdo a las necesidades de la Comunidad de influencia identificadas por la comisión de gestión y pueden variar en forma considerable de una AMIC@ a otra. En términos generales los servicios ofrecidos por las AMIC@s son: Videoconferencias, cyberconferencias con personalidades del medio, canales de expresión y chat, intercambio de correo electrónico y acceso a todo tipo de sitios en Internet, consulta a herramientas multimediales.
Ventajas (técnicas, de funcionalidad, etc.)	El hecho de ser ubicadas en dependencias municipales les otorga la ventaja de que los costos básicos de mantenimiento son cubiertos

	dentro del presupuesto municipal de gastos.
Desventajas	La principal desventaja de esta iniciativa es justamente la presencia y casi dependencia municipal, debido a la incidencia de la pesada burocracia municipal, finanzas escasas e insuficientes para la planificación y crecimiento tanto de la capacidad como de las oportunidades que se brindan en una AMIC@.
Capacitación	Cursos autodidácticos especializados (cubriendo además de tópicos relacionados con la informática otros de interés general como aprendizaje de idiomas, contabilidad por computadora y otros)
Características de la localización y emplazamiento	El proyecto contempla el funcionamiento de las AMIC@s en espacios o dependencias municipales, ya sean centros de atención municipal, plazas, centros culturales o cualquier otra entidad descentralizada pero dependiente de la administración municipal.
Barreras de Adopción Detectadas y Problemas	No especifica
Estrategias de Sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Involucrar en la comisión de gestión de las AMIC@s a las fuerzas vivas de la comunidad. • Fomentar alianzas estratégicas con el sector privado. • Mantener un compromiso con las organizaciones educativas. • Alentar un espacio de participación de las ONG locales. • La prensa escrita radial y televisiva no puede estar ausente, donde la promoción de los servicios que se ofrece, así como de las actividades y eventos que se llevan a cabo, es de vital importancia para involucrar a nuevos "socios" de la experiencia. • Uno de los desafíos finales es la ejecución coordinada de las estrategias anteriores entre las diferentes comisiones de gestión.
Lecciones aprendidas	Importancia de conseguir una genuina participación comunitaria, ya que si los principales beneficiarios de este emprendimiento no son involucrados desde el principio y no sienten como suya la iniciativa, es poco probable que esta tenga la continuidad deseada. En ese sentido el más grande desafío está relacionado con la capacidad de estimular la autogestión del proyecto de manera a garantizar la sustentabilidad y crecimiento del mismo.
Impacto	Espectativas de la ciudadanía por la instalación de una amic@s en su barrio. Incorporación de rubros adicionales en el presupuesto municipal para el proyecto Amplia cobertura en los medios de prensa Formadoras de una red virtual de ciudadanos Estímulo por parte de otras instituciones para que las personas participen.
Ingresos o Modelo de financiamiento	Hasta este momento los servicios ofrecidos se entregan en forma gratuita a la comunidad. En proceso de elaboración de estrategias recursos adicionales
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	Son atendidas por "facilitadores" quienes tienen la responsabilidad relacionada con el funcionamiento y seguridad del aula. Los facilitadores son en su mayoría funcionarios municipales o jóvenes voluntarios de la comunidad de influencia.

FICHA DE EXPERIENCIAS COLOMBIA

Modelo	Telecentro Básico
Zona Geográfica	Urbana-Marginal
Nombre del contacto	Julian Casabuenas
Nombre del director del proyecto	Julian Casabuenas
Proyecto	Unidades Informativas Barriales UIB
País	Colombia
Institución	APCColnodo
e-mail	Julian@colnodo.apc.org
Dirección URL:	www.colnodo.org.co
Concepto	Montaje de puntos de acceso a Internet en barrios de Bogotá que adicionalmente ofrezcan información pertinente y actualizada sobre la localidad a la que pertenece su barrio, sobre las entidades que están siendo anfitrionas, etc.
Años de Experiencia	2 años
Ciudades donde se ha implementado	Barrio de Bogotá
Objetivos perseguidos	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el trabajo de Fedevivienda de mejoramiento de vivienda. • Fortalecer la capacidad de interlocución directa de la comunidad con el gobierno local, entidades del estado, de cooperación internacional. • Democratizar el acceso a nuevas tecnologías de comunicación. • Involucrar en el proceso a otras ONGs que intervienen en los barrios y lograr que las UIBs abarquen temas de interés para la comunidad y de sus necesidades de información. • Conectar espacios dentro de la ciudad. • Generar relaciones de cooperación. • Crear un espacio para contar, compartir experiencias, participar activamente en la vinculación del barrio a la ciudad. • Generar empleo y principalmente satisfacer las necesidades informativas de la comunidad. • Integrar al barrio y la comunidad.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos	Cada unidad cuenta con dos PCs multimedia conectadas entre sí, multimedia, módem y una impresora. En la configuración de los equipos se aprovecha una sola conexión compartida.
• Aspectos funcionales	Funciona de lunes a viernes desde las 8:00 a 17:00 horas
• Número de Centros	3 ubicados en distintos barrios de Bogotá
• Financiamiento	El proyecto es apoyado por: Fedevivienda, Colnodo, APC, IDRC, Microsoft Colombia
Descripción de los clientes objetivos	Usuarios Internos de la organizaciones que la alberga, y la comunidad.
Servicios ofrecidos	Elaboración de trabajos en PCs Impresiones Transcripciones Scanner Consultas rápidas dirigidas Navegación Internet
Ventajas (técnicas, de funcionalidad, etc.)	Orientado a las realidades de los distintos barrios donde están ubicados
Desventajas	
Capacitación	Capacitación a las coordinadoras en manejo básico de los equipos, Windos, MSOffice, y herramientas de Internet. Son

	ellas las que a su vez capacitan a los usuario y los ayudan en la navegación.
Características de la localización y emplazamiento	Barrios marginales de Bogotá
Ingresos o Modelos de precios	No se especifica
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	2 coordinadoras por UIB

FICHA DE EXPERIENCIAS EN ECUADOR

Modelo	Telecentro Básico
Zona Geográfica	Rural
Nombre del contacto	Roberto Roggiero (Secretario Ejecutivo)
Nombre del director del proyecto	Proyecto EcuaneX
País	Ecuador
Institución	Intercom – Nodo EcuaneX
e-mail	Intercom@ecuanex.net.ec
Dirección URL:	www.redes-comunitarias.apc.org/ecuanex
Años de Experiencia	Proyecto iniciado en 1997, instalación del primer telecentro en 1998.
Ciudades donde se ha implementado	Instalados en el Area de Nueva Loja (Capital de la provincia de Sucumbios), y 5 sistemas de comunicación de radio-computadores en 3 a 5 comunidades indígenas.
Objetivos perseguidos	Promover los procesos de redes en la población marginal de la selva de Ecuador dando acceso a comunicaciones electrónicas e información, a través del uso de tecnologías computador-radio. Soportar y reforzar los esfuerzos de comunicación y organización en la población de amazona ecuatoriano. Soportar las redes sociales locales y medioambientales. Reforzar la capacidad de las comunidades indígenas para negociar sus derechos sobre la tierra y el ambiente. Reforzar el involucramiento de las comunidades indígenas en el desarrollo sustentable, tanto a niveles local y regional.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos	Configuración de conexión es Radio BBS a un servidor con protocolo TCP/IP Velocidad de conexión de los usuarios a 300 bauds o alta, por banda de HF. Sistema de acceso multiusuarios en una misma banda simultáneamente para aprovechar el acceso al servidor. Modalidad de operación AX25 El usuario debe tener un computador con software de comunicación y un sistema de radio con un TNC (modem para radio) como modelos Kantronics, AEA o MFJ. Los requerimientos mínimos de instalación son: Computador: 20 MHz AT-286 con RAM 2 Mb, 40 MB de disco duro, 3½" y 5¼" disco floppy, 2 puertos seriales (16650) y una tarjeta NE2000(16 bit bus de datos, compatible ETHERNET) Radio Modems: Inteligemente, compatible HF, y trabajo en modalidad KISS Equipo de Radio: HF con canal fijo, potencia de 100watts o más, sintonizador automático, y antena omnidireccional. La antena debe estar en un lugar alto o claro.
• Aspectos funcionales	
• Número de Centros	Se han instalados 3 centros en distintas comunidades indígenas.
• Financiamiento	Proyecto Conjunto IDRC, APC –Intercom, Ministerio de relaciones exteriores
Descripción de los clientes objetivos	Indígenas y Colonos de la Selva de Ecuador, Demanda de alrededor de 400 usuarios entre personas e instituciones.
Servicios ofrecidos	En los inicios sólo servicios de e-mail (incluían telnet y ftp-mail) Con nuevos fondos se ha dado un servicio completo acceso a Internet en formato de WEB Creación de servicios de información en áreas de desarrollo sustentable, ecología, derechos humanos, agroforesta,

	educación, genero, desarrollo social y asuntos étnicos.
Capacitación	Entrenamiento en comunicaciones electrónicas Entrenar a indígenas para ser operadores independientes y sostenibles en los sistemas de comunicación. En cada comunidad 3 o 4 personas son seleccionadas para aprender a operar tanto la radio como los computadores. El entrenamiento se hace a través de grupos de trabajo y entrenamiento in-situ.
Ingresos o Modelos de precios	
Tipo de difusión realizada	Promoción a través de talleres de trabajo con los delegados de las comunidades indígenas.
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	Equipos comunales conformados por 3-4 promotores responsables del funcionamiento de los telecentros.

FICHA DE EXPERIENCIAS COSTA RICA

Modelo	Una aproximación a Telecentro comunitario multipropósito
Zona	Rural
Nombre del contacto	Juan Barrios A.
Nombre del director del proyecto	Juan Barrios A.
Proyecto	Proyecto LINCOS – Pequeñas Comunidades Inteligentes
País	Costa Rica
Institución	Fundación Costa Rica para el Desarrollo Sostenible
e-mail	info@lincos.net jbarrios@media.mit.edu
Dirección URL:	www.lincos.net
Principios del Proyecto	Su desarrollo se basa en la instalación de "centros inteligentes". Estos centros están basados en un contenedor de transporte estándar, cubiertos por un toldo que los protege del sol y del agua.
Años de Experiencia	Proyecto iniciado en su fase de estudio en diciembre de 1998
Ciudades donde se ha implementado	San Marcos
Objetivos perseguidos	Interconectar a los habitantes del Planeta a través de tecnologías inalámbricas ("Unwiring the World") y convertir así a las comunidades de Costa Rica en Comunidades más Inteligentes, a través de la prestación de una serie de servicios y aplicaciones a la población tales como: Telemedicina, Correo Electrónico, Videoconferencia, Internet, Comercio Electrónico y Educación a Distancia, entre otras muchas.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos e Infraestructura	El diseño estructural es una plataforma técnica basada en un contenedor de transporte estándar. Este contenedor se instala permanentemente en una comunidad y se le adiciona un toldo que le provee de sombra y protección contra el agua. La plataforma es autosuficiente desde el punto de vista energético y tiene una conexión satelital para enlazarlo con una estación maestra, y así permitirle la comunicación con el mundo exterior. Utilizan tecnologías inalámbricas ("Unwiring the World")
• Aspectos funcionales	
• Número de Centros	1 centro en la comunidad de San Marcos, aún no está funcionando.
• Financiamiento	La Fundación Costa Rica para el Desarrollo Sustentable presentó el proyecto a dos potenciales socios: MIT y al Instituto Tecnológico de Costa Rica.
Descripción de los clientes objetivos	Comunidades alejadas y con pocas oportunidades de desarrollo
Servicios ofrecidos	Proveer servicios de Internet, y fundamentalmente promover servicios de un concepto de tecnologías al servicio del desarrollo. Telemedicina, Videoconferencias, Producción local de radio, Internet, Comunicaciones, Análisis de suelo y aguas, etc, etc. No solamente centros de acceso publico al Internet como una alternativa "aislada" sino de todo un concepto integral de un centro comunal. En donde la educación juega el papel central. Transferencia tecnológica, comercio electrónico, servicios de banca son parte de los Productos.
Capacitación	Capacitación a la comunidad en relación a los servicios entregados, utilizando videoconferencias. La Capacitación en temas informáticos incluye Windows 98, Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft ENCARTA y Microsoft ENCARTA World Atlas, así como otros que con el tiempo se desarrollen en función con las necesidades particulares de cada zona.
Ingresos o Modelos de precios	Servicios gratuitos

Tipo de difusión realizada	En Congresos y Conferencias
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	Como el manejo del "centro" requiere de al menos un funcionario en forma permanente

ANEXO II

EXPERIENCIAS NACIONAL DE CENTRO DE ACCESO

- 1. CiberCafés**
- 2. Proyecto El Encuentro, Peñalolen**
- 3. Proyecto Cunco**

1. FICHA CIBERCAFES

Nombre del Café:	Alameda
Localidad:	Sgto-Centro
Contacto:	
Teléfono:	6386846
e-mail:	Webmaster@café-virtual.cl
Dirección URL:	
Objetivos al instalar el café:	Poco claro ya que no son los dueños originales del café. Pero buscan otorgar el servicio básicamente para turistas y jóvenes.
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	Líneas 128kb (RDSI)
Descripción de los clientes reales:	Muchos Turistas y jóvenes.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Principalmente la conexión.
Soluciones implementadas:	No respondió.
Capacitación para los usuarios:	Supervisores que ayudan los clientes durante su estadía en el café.
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	6
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Si
Uso para otros servicios del estado:	No
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	Mayoritariamente usado por profesionales del área.
Disposición a dar acceso privilegiado a otros servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	Si

Nombre del Café:	AustoInternet.
Localidad:	Punta Arenas.
Contacto:	Miguel Oyarzo
Teléfono:	61-229297
e-mail:	Miguel@mundosur.com
Dirección URL:	www.chileaustral.com/cibercafe
Objetivos al instalar el café:	Otorgar servicio principalmente a turistas y luego para el público local.
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	64Kb (ISDN), luego 800 Kb (satelital).
Descripción de los clientes reales:	Turistas y jóvenes.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Encontrar un sistema que permita reducir el SLM.
Soluciones implementadas:	No respondió.
Capacitación para los usuarios:	Ayuda a los clientes durante los primeros 10 minutos.
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	2
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Innumerables veces.
Uso para otros servicios del estado:	Si, en general información demográfica, estadísticas, flora y fauna nacional.
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	Todos Contadores.
Disposición a dar acceso privilegiado a otros servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	Todos los clientes son bienvenidos, especialmente si requieren información ofrecida por el gobierno.

Nombre del Café:	Libertad 7.
Localidad:	Valdivia.
Contacto:	Jorge Bizama A.
Telefono:	63-294300
e-mail:	Centro@libertad7.com Malla@entelchile.net
Dirección URL:	www.libertad7.com
Objetivos al instalar el café:	Desarrollar y poner la comunidad Valdiviana al alcance de Internet.
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	33.6 kb.
Descripción de los clientes reales:	Turistas extranjeros y extranjeros residentes.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Escaso conocimiento de la población en general con respecto al uso y funcionamiento.
Soluciones implementadas:	Implementar publicidad y capacitación básica.
Capacitación para los usuarios:	Tienen servicio de asesoría en Internet
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	2 y un técnico en sistemas computacionales.
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Sí.
Uso para otros servicios del estado:	Si, para postular al servicio.
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	Todos Contadores.
Disposición a dar acceso privilegiado a otros servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	Todos los clientes son bienvenidos.

Nombre del Café:	CyberConce.
Localidad:	Concepción.
Contacto:	Guillermo Rioseco E.
Teléfono:	41-253992
e-mail:	Grioseco@cyberconce.cl
Dirección URL:	www.cyberconce.cl
Objetivos al instalar el café:	<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de local adecuado para la conexión a Internet a todo tipo de usuarios. • Fomentar el uso de Internet y generar nuevos negocios. • Capacitar a diferentes tipos de usuarios. Contexto de hace 3 años atrás. • Abrir un local que fuera una ventana hacia el resto del mundo.
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	Líneas RDSI 128Kb.
Descripción de los clientes reales:	Profesionales jóvenes.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Problemas técnicos no tuvieron, el mayor problema fue el poco conocimiento por parte del público.
Soluciones implementadas:	Capacitar a los usuarios.
Capacitación para los usuarios:	Personal adecuado que enseña conceptos básicos de Internet.
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	3 en forma permanente.
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Sí, especialmente al termino de la declaración anual.
Uso para otros servicios del estado:	No tienen antecedentes.
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	Fundamentalmente profesionales independientes y contadores.
Disposición a dar acceso privilegiado a otros	Sí, siempre y cuando estos servicios sean dados en

servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	forma preferencial a su local, y bajo esas condiciones habilitar una sala exclusiva para "Servicios Públicos".
Nombre del Café:	Turismo Nieve.
Localidad:	Puerto Varas.
Contacto:	Juan A. Canales Leyton.
Teléfono:	65-236996
e-mail:	Turnieve@entelchile.net
Dirección URL:	Www3.ns.sympatico.ca/street.feet/TURNIEVE.HTM
Objetivos al instalar el café:	Agencia de viajes que presta servicios de Internet a sus clientes. El café es un servicio adicional que esta abierto al público en general.
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	Líneas ISDN 128Kb y líneas tradicionales a 28,8Kb.
Descripción de los clientes reales:	Mayoritariamente adulto joven extranjero.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Poco conocimiento por parte del público. Líneas y las conexiones muy lentas. Precio muy caro por conexión.
Soluciones implementadas:	Esperar el cambio de tarifa de los proveedores.
Capacitación para los usuarios:	No
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	3
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Sí
Uso para otros servicios del estado:	No
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	No
Disposición a dar acceso privilegiado a otros servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	Sí, con mucho entusiasmo.

Nombre del Café:	Cyber U.F.O
Localidad:	Santiago.
Contacto:	Ricardo Bustos.
Teléfono:	2744335
e-mail:	Ce3@cyberufo.cl
Dirección URL:	
Objetivos al instalar el café:	
Aspectos Técnicos (velocidad de conexión):	Líneas ISDN 128Kb y líneas tradicionales a 28,8Kb.
Descripción de los clientes reales:	Mayoritariamente adulto joven extranjero.
Problemas encontrados al implementar el sistema:	Poco conocimiento por parte del publico. Líneas y las conexiones muy lentas. Precio muy caro por conexión.
Soluciones implementadas:	Esperar el cambio de tarifa de los proveedores.
Capacitación para los usuarios:	No
Nº de personas involucradas en funcionamiento del sistema:	3
Uso de los computadores para declaración de impuestos:	Sí
Uso para otros servicios del estado:	No
Percepción de los usuarios que hacen declaración de impuestos (Estudiantes, Contadores, Profesionales):	No
Disposición a dar acceso privilegiado a otros servicios que se habiliten en línea por el gobierno:	Sí, con mucho entusiasmo.

2.- FICHA DE EXPERIENCIAS EL ENCUENTRO

Nombre del contacto	Gonzalo Tapia
Nombre del director del proyecto	Claudio Orrego
País	Chile
Institución	El Encuentro
e-mail	staff@elencuentro.cl
Dirección URL:	http://www.elencuentro.cl/
Años de Experiencia	8 meses
Ciudades donde se ha implementado	Comuna de Peñalolen
Objetivos perseguidos	El principal propósito de esta iniciativa es favorecer el desarrollo personal, social y productivo de la comunidad de Penalolén. De la misma forma busca favorecer por la vía de la habilitación de este centro la práctica del gobierno electrónico como proveedor de información y servicios de calidad a los vecinos y sus organizaciones.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos	8 computadores conectados en red. Conexión a Internet a través de un línea dedicada RDSI128kb.
• Aspectos funcionales	Tres operadores que funcionan en diferentes turnos, trabajan en forma voluntaria y un gerente del proyecto que es remunerado y esta permanentemente en el centro.
• Número de Centros	1
• Financiamiento	Por donaciones (infraestructura y computadores) y el trabajo voluntario de sus participantes.
Modelos de Usuarios	Jóvenes, Dirigentes comunales y microempresarios.
Descripción de los clientes objetivos	
Descripción de los clientes reales y demanda	Los jóvenes representan la gran mayoría de los usuarios. Los dirigentes gremiales y los microempresarios al parecer necesitan mayores incentivos para seguir utilizando los servicios.
Servicios ofrecidos	Los principales servicios que ofrece el CCI son turnos de navegación para la comunidad y capacitación mediante cursos de habilitación básica en computación, navegación en Internet, diseño de sitios Web y navegación para organizaciones sociales. También se ofrece el servicio de hosting para organizaciones o grupos que deseen construir un sitio con asistencia técnica especializada en organizaciones sociales y

	microempresas.
Ventajas (técnicas, de funcionalidad, etc.)	Local donde funciona el telecentro es de fácil acceso. Monitores se encuentran en forma continua asesorando a los usuarios.
Desventajas	Poca difusión de los servicios ofrecidos dentro de la comunidad local.
Características de la localización y emplazamiento	Se encuentra en el Centro comunitario El Encuentro, Peñalolen.
Barreras de Adopción Detectadas y Problemas	Poca difusión del servicio entregado.
Medidas de solución implementadas	No se ha implementado.
Ingresos o Modelos de precios	No entregado
Tipo de difusión realizada	Boca Oreja
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	En promedio 5

FICHA DE EXPERIENCIAS CUNCO

Nombre del contacto	Rodrigo Garrido
Nombre del director del proyecto	Pedro Hepp
País	Chile
Institución	Red Comunitaria Cunco
e-mail	Rgarrido@iie.ufro.cl
Dirección URL:	http://www.temuco.cl/Redcomunitaria
Concepto	El principal propósito de esta iniciativa es proporcionar información sobre temas relevantes para la comunidad de Cunco como son precios de diversos insumos agrícolas, dirección de organismos de gobiernos y también permitir el acceso a mayor información por parte de la sociedad local.
Años de Experiencia	2
Ciudades donde se ha implementado	Cunco
Objetivos perseguidos	Entregar servicios de información a la comunidad de Cunco.
Descripción del modelo y variables relevantes en la implementación	
• Aspectos Técnicos	1 computadora conectada con una línea RDSI de 128 KB y una impresora color.
• Aspectos funcionales	2 operadores que trabajan en forma permanente. Cuentan con servicio de apoyo entregado por la Universidad de la Frontera.
• Número de Centros	1
• Financiamiento	Municipal
Modelos de Usuarios	
Descripción de los clientes objetivos	
Descripción de los clientes reales y demanda	Población local constituida básicamente por agricultores, profesionales locales, estudiantes y turistas.
Servicios ofrecidos	WWW nacional (SERNAC, FOSIS, etc.) y impresión.
Ventajas (técnicas, de funcionalidad, etc.)	Gran capacidad de difusión de los servicios ofrecidos en la comuna. Rol que juegan los operadores ha sido fundamental para el éxito del proyecto. Ya que son personas de la comuna que hacen menos impersonal el uso de los computadores.
Desventajas	Pocos computadores.
Capacitación	Hecha por profesionales de la Universidad de la Frontera.
Características de la localización y emplazamiento	Localizado en la plaza principal del municipio
Barreras de Adopción Detectadas y Problemas	Poco conocimiento por parte de la población del

	servicio entregado por el centro.
Medidas de solución implementadas	Esto se solucionó con la capacitación de operadores locales que trabajan con anterioridad en la oficina de turismo local.
Impacto en la comunidad	Alto impacto en la comunidad debido a la gran difusión del servicio.
Tipo de capacitación realizada, y periodicidad	Capacitación realizada básicamente por personal de U. De la Frontera.
Proveedores	
Mantenimiento	Realizada por la Universidad de la Frontera
Ingresos o Modelos de precios	No tienen
Tipo de difusión realizada	Por la radio en general.
Cantidad de personas involucradas en el funcionamiento.	3.

ANEXO III

INFORMACIÓN ENTREGADA POR EL SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

- 1. Cuadros de denominaciones de los Parámetros**
- 2. Personas Naturales por RUT y Actividad Económica**
- 3. Personas Naturales por Venta y Actividad Económica**
- 4. Personas Naturales por Venta y RUT**
- 5. Sociedades por Ventas y Actividad Económica**

1. Cuadros de denominaciones de los Parámetros

Actividades Económicas

AE 1	Actividades no especificadas y otros
AE 2	Agricultura, servicios agrícolas, caza, silvicultura
AE 3	Minas, petróleo y canteras
AE 4	Industrias manufactureras
AE 5	Electricidad, gas y agua
AE 6	Construcción
AE 7	Comercio
AE 8	Transporte
AE 9	Finanzas, seguros, bienes inmuebles, servicios técnicos, profesior
AE 10	Servicios estatales, sociales, personales e internacionales

Rango de RUT

	Rango RUT
Rango RUT 1	0-6.000.000
Rango RUT 2	6.000.000-9.000.000
Rango RUT 3	9.000.000-12.000.000
Rango RUT 4	12.000.000-48.000.000
Rango RUT 5	48.000.000-50.000.000 (Extranjeros)

Rango de Ventas Personas Naturales

	Rango Venta en UF
R. Venta 1	0
R. Venta 2	1-99
R. Venta 3	100-999
R. Venta 4	1.000-9.999
R. Venta 5	10.000-400.000

Rango de ventas Sociedades

	Rango Venta en UF
R. Venta 1	0
R. Venta 2	1-99
R. Venta 3	100-9.999
R. Venta 4	10.000-999.999
R. Venta 5	1.000.000-90.000.0000

2. Personas Naturales por RUT y Actividad Económica

Total Nacional

<i>Cantidades</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	9252	45793	1008	13802	303	7857	115453	39404	20388	42726	
Rango Rut 2	11511	21497	691	13442	298	12217	123246	38754	26446	53771	
Rango Rut 3	7261	11655	297	9541	248	9497	86049	22957	18811	35728	
Rango Rut 4	1432	2847	76	3195	55	2328	23031	4217	4625	8247	
Rango Rut 5	136	172	0	114	1	29	952	96	250	766	
Totales	29592	81964	2072	40094	905	31928	348731	105428	70520	141238	852472
<i>Cantidad uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	368	4877	49	1670	36	905	9444	3284	3173	3854	
Rango Rut 2	521	2231	53	1672	29	1522	10448	3413	3835	4918	
Rango Rut 3	393	943	28	1068	29	1150	7074	1853	2395	3025	
Rango Rut 4	87	273	10	352	1	238	1882	267	480	453	
Rango Rut 5	17	40	0	18	0	4	181	12	41	82	
Totales	1386	8364	140	4780	95	3819	29029	8829	9924	12332	78698
<i>% uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	4,0	10,7	4,9	12,1	11,9	11,5	8,2	8,3	15,6	9,0	
Rango Rut 2	4,5	10,4	7,7	12,4	9,7	12,5	8,5	8,8	14,5	9,1	
Rango Rut 3	5,4	8,1	9,4	11,2	11,7	12,1	8,2	8,1	12,7	8,5	
Rango Rut 4	6,1	9,6	13,2	11,0	1,8	10,2	8,2	6,3	10,4	5,5	
Rango Rut 5	12,5	23,3	0,0	15,8	0,0	13,8	19,0	12,5	16,4	10,7	
Totales	4,7	10,2	6,8	11,9	10,5	12,0	8,3	8,4	14,1	8,7	9,2

Total Santiago

<i>Cantidades</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	890	293	13	1969	17	367	9203	1687	2936	4728	
Rango Rut 2	815	126	2	1414	14	359	7238	1292	2542	4079	
Rango Rut 3	436	56	0	849	8	225	4796	681	1614	2402	
Rango Rut 4	50	18	0	289	2	52	1753	110	321	579	
Rango Rut 5	46	2	0	53	0	1	322	9	28	124	
Totales	2237	495	15	4574	41	1004	23312	3779	7441	11912	54810
<i>Cantidad uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	46	74	2	316	4	53	1078	190	500	503	
Rango Rut 2	51	26	0	244	3	56	883	153	433	412	
Rango Rut 3	30	19	0	111	2	32	558	89	219	215	
Rango Rut 4	8	2	0	41	0	3	176	15	32	27	
Rango Rut 5	7	0	0	7	0	0	72	0	1	19	
Totales	142	121	2	719	9	144	2767	447	1185	1176	6712
<i>% uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	5,2	25,3	15,4	16,0	23,5	14,4	11,7	11,3	17,0	10,6	
Rango Rut 2	6,3	20,6	0,0	17,3	21,4	15,6	12,2	11,8	17,0	10,1	
Rango Rut 3	6,9	33,9	0,0	13,1	25,0	14,2	11,6	13,1	13,6	9,0	
Rango Rut 4	0,0	11,1	0,0	14,2	0,0	5,8	10,0	13,6	10,0	4,7	
Rango Rut 5	0,0	0,0	0,0	13,2	0,0	0,0	22,4	0,0	3,6	15,3	
Totales	6,3	24,4	13,3	15,7	22,0	14,3	11,9	11,8	15,9	9,9	12,2

Total Ñuñoa

<i>Cantidades</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	434	147	6	856	11	618	5549	2449	1584	3657	
Rango Rut 2	437	95	1	815	15	779	5539	2165	2203	4886	
Rango Rut 3	327	35	1	444	10	542	3349	1060	1436	2979	
Rango Rut 4	96	8	0	163	0	144	1054	195	328	774	
Rango Rut 5	14	2	0	7	0	3	60	4	31	119	
Totales	1308	287	8	2285	36	2086	15551	5873	5582	12415	45431
<i>Cantidad uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	21	27	1	102	2	95	493	213	230	344	
Rango Rut 2	26	13	1	98	1	111	532	227	358	502	
Rango Rut 3	21	3	0	49	0	73	349	93	226	342	
Rango Rut 4	10	0	0	18	0	25	110	13	46	61	
Rango Rut 5	1	0	0	4	0	0	8	1	4	11	
Totales	79	43	2	271	3	304	1492	547	864	1260	4865
<i>% uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	4,8	18,4	16,7	11,9	18,2	15,4	8,9	8,7	14,5	9,4	
Rango Rut 2	5,9	13,7	100,0	12,0	6,7	14,2	9,6	10,5	16,3	10,3	
Rango Rut 3	6,4	8,6	0,0	11,0	0,0	13,5	10,4	8,8	15,7	11,5	
Rango Rut 4	0,0	0,0	0,0	11,0	0,0	17,4	10,4	6,7	14,0	7,9	
Rango Rut 5	0,0	0,0	0,0	57,1	0,0	0,0	13,3	0,0	12,9	9,2	
Totales	6,0	15,0	25,0	11,9	8,3	14,6	9,6	9,3	15,5	10,1	10,7

Total Concepción

<i>Cantidades</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	269	704	26	711	23	461	5571	1877	1139	1848	
Rango Rut 2	333	536	13	796	34	605	6150	1864	1485	2093	
Rango Rut 3	211	267	5	577	24	501	4014	991	1152	1345	
Rango Rut 4	26	66	0	177	9	99	907	166	296	273	
Rango Rut 5	2	1	0	2	0	1	21	4	9	8	
Totales	841	1574	44	2263	90	1667	16663	4902	4081	5567	37692
<i>Cantidad uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	16	76	1	57	1	45	345	150	132	123	
Rango Rut 2	16	67	0	85	2	75	382	143	168	144	
Rango Rut 3	8	25	0	61	3	52	233	67	113	104	
Rango Rut 4	2	5	0	19	1	8	55	16	16	13	
Rango Rut 5	0	0	0	0	0	1	6	0	2	0	
Totales	42	173	1	222	7	181	1021	376	431	384	2838
<i>% uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	5,9	10,8	3,8	8,0	4,3	9,8	6,2	8,0	11,6	6,7	
Rango Rut 2	4,8	12,5	0,0	10,7	5,9	12,4	6,2	7,7	11,3	6,9	
Rango Rut 3	3,8	9,4	0,0	10,6	12,5	10,4	5,8	6,8	9,8	7,7	
Rango Rut 4	0,0	7,6	0,0	10,7	11,1	8,1	6,1	9,6	5,4	4,8	
Rango Rut 5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	28,6	0,0	22,2	0,0	
Totales	5,0	11,0	2,3	9,8	7,8	10,9	6,1	7,7	10,6	6,9	7,5

Total Temuco

<i>Cantidades</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	258	2695	14	519	5	277	3573	1242	583	1129	
Rango Rut 2	420	1541	22	609	12	591	5009	1405	1007	1761	
Rango Rut 3	273	779	10	611	13	575	3732	847	957	1414	
Rango Rut 4	43	223	1	226	6	137	978	148	266	298	
Rango Rut 5	1	9	0	0	0	0	9	4	6	8	
Totales	995	5247	47	1965	36	1580	13301	3646	2819	4610	34246
<i>Cantidad uso internet</i>											
Rango Rut	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE 10	
Rango Rut 1	6	210	2	2	0	29	214	92	82	81	
Rango Rut 2	11	111	2	70	3	57	329	102	147	141	
Rango Rut 3	12	29	0	42	0	61	211	51	103	114	
Rango Rut 4	3	16	0	61	0	9	48	8	25	21	
Rango Rut 5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	3	
Totales	32	371	4	175	3	156	802	253	357	360	2513
<i>% uso internet</i>											
Rango Rut	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	SP 5	SP 6	SP 7	SP 8	SP 9	SP 10	
Rango Rut 1	2,3	7,8	14,3	0,4	0,0	10,5	6,0	7,4	14,1	7,2	
Rango Rut 2	2,6	7,2	9,1	11,5	25,0	9,6	6,6	7,3	14,6	8,0	
Rango Rut 3	4,4	3,7	0,0	6,9	0,0	10,6	5,7	6,0	10,8	8,1	
Rango Rut 4	0,0	7,2	0,0	27,0	0,0	6,6	4,9	5,4	9,4	7,0	
Rango Rut 5	0,0	55,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	37,5	
Totales	3,2	7,1	8,5	8,9	8,3	9,9	6,0	6,9	12,7	7,8	7,3

3. Personas Naturales por Venta y Actividad Económica

Total Nacional

Cantidades											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	22035	25785	1121	13014	283	11314	103617	57633	48262	98612	
1-99	5297	27548	316	11860	178	7923	119238	16796	9475	24086	
100-999	2010	22576	457	11850	303	9947	105878	25181	9587	15895	
1000-9999	246	5859	163	3229	139	2620	19012	5586	3016	2562	
10000-400000	4	196	15	141	2	124	986	232	180	83	
Totales	29592	81964	2072	40094	905	31928	348731	105428	70520	141238	852472
AE9+AE10=211758											
Cantidad uso Internet											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	917	1891	33	869	19	828	5377	3105	5662	7098	
1-99	237	2194	18	1164	17	800	7997	1440	1290	2123	
100-999	184	2655	50	1755	29	1501	11285	3006	1938	2413	
1000-9999	47	1504	31	911	30	631	3978	1170	942	667	
10000-400000	1	120	8	81	0	59	392	108	92	31	
Totales	1386	8364	140	4780	95	3819	29029	8829	9924	12332	78698
AE9+AE10=22256											
% Uso Internet											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	4,2	7,3	2,9	6,7	6,7	7,3	5,2	5,4	11,7	7,2	
1-99	4,5	8,0	5,7	9,8	9,6	10,1	6,7	8,6	13,6	8,8	
100-999	9,2	11,8	10,9	14,8	9,6	15,1	10,7	11,9	20,2	15,2	
1000-9999	19,1	25,7	19,0	28,2	21,6	24,1	20,9	20,9	31,2	26,0	
10000-400000	25,0	61,2	53,3	57,4	0,0	47,6	39,8	46,6	51,1	37,3	
Totales	4,7	10,2	6,8	11,9	10,5	12,0	8,3	8,4	14,1	8,7	9,2

Total Santiago

Cantidades											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	1507	239	7	1503	12	391	7703	2012	5433	8520	
1-99	426	70	1	941	6	179	6031	546	711	1643	
100-999	250	105	6	1499	13	279	7013	942	955	1454	
1000-9999	51	72	0	606	10	141	2396	260	318	288	
10000-400000	3	9	1	25	0	14	169	19	24	7	
Totales	2264	495	15	4574	41	1004	23312	3779	7441	11912	54837
AE9+AE10=19353											
Cantidad uso internet											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	70	43	0	138	1	45	566	177	721	654	
1-99	29	13	0	102	3	26	546	47	106	169	
100-999	29	29	1	270	2	35	989	139	226	270	
1000-9999	13	30	0	197	3	32	604	74	116	80	
10000-400000	1	6	1	12	0	6	62	10	16	3	
Totales	142	121	2	719	9	144	2767	447	1185	1176	6712
AE9+AE10=2361											
% uso internet											
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10	
0	4,6	18,0	0,0	9,2	8,3	11,5	7,3	8,8	13,3	7,7	
1-99	6,8	18,6	0,0	10,8	0,0	14,5	9,1	8,6	14,9	10,3	
100-999	11,6	27,6	16,7	18,0	15,4	12,5	14,1	14,8	23,7	18,6	
1000-9999	0,0	41,7	0,0	32,5	30,0	22,7	25,2	28,5	36,5	27,8	
10000-400000	0,0	66,7	0,0	48,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	42,9	
Totales	6,3	24,4	13,3	15,7	22,0	14,3	11,9	11,8	15,9	9,9	12,2

Total Ñuñoa

Cantidades										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	984	147	4	884	6	719	5188	3471	3744	9082
1-99	213	63	1	618	3	463	4435	860	731	1682
100-999	101	56	0	653	15	707	5060	1319	860	1437
1000-9999	10	20	3	123	12	192	838	214	240	211
10000-400000	0	1	0	7	0	5	30	9	7	3
Totales	1308	287	8	2285	36	2086	15551	5873	5582	12415
AE9+AE10=17997										
Cantidad uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	55	18	1	66	0	61	379	237	481	737
1-99	10	10	0	59	0	49	361	90	113	201
100-999	11	6	0	106	0	137	572	176	198	278
1000-9999	3	9	1	36	3	55	164	40	68	43
10000-400000	0	0	0	4	0	2	16	4	4	1
Totales	79	43	2	271	3	304	1492	547	864	1260
AE9+AE10=2124										
% uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	5,6	12,2	25,0	7,5	0,0	8,5	7,3	6,8	12,8	8,1
1-99	4,7	15,9	0,0	9,5	0,0	10,6	8,1	10,5	15,5	12,0
100-999	10,9	10,7	#¡DIV/0!	16,2	0,0	19,4	11,3	13,3	23,0	19,3
1000-9999	30,0	45,0	33,3	29,3	25,0	28,6	19,6	18,7	28,3	20,4
10000-400000	0,0	0,0	#¡DIV/0!	57,1	#¡DIV/0!	0,0	53,3	44,4	57,1	33,3
Totales	6,0	15,0	25,0	11,9	8,3	14,6	9,6	9,3	15,5	10,1
										10,7

Total Concepción

Cantidades										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	652	667	26	864	38	735	5998	2980	2875	4094
1-99	140	444	4	694	20	375	5137	625	541	900
100-999	44	316	9	547	28	438	4651	1063	526	491
1000-9999	5	142	5	150	4	107	845	224	129	80
10000-400000	0	5	0	8	0	12	32	10	10	2
Totales	841	1574	44	2263	90	1667	16663	4902	4081	5567
AE9+AE10=9648										
Cantidad uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	36	49	0	43	1	46	203	121	269	229
1-99	3	42	0	64	2	35	236	71	58	74
100-999	2	45	1	63	2	71	424	123	68	59
1000-9999	1	34	0	47	2	21	146	53	33	21
10000-400000	0	3	0	5	0	8	12	8	3	1
Totales	42	173	1	222	7	181	1021	376	431	384
AE9+AE10=815										
% uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	5,5	7,3	0,0	5,0	2,6	6,3	3,4	4,1	9,4	5,6
1-99	2,1	9,5	0,0	9,2	10,0	9,3	4,6	11,4	10,7	8,2
100-999	4,5	14,2	11,1	11,5	7,1	16,2	9,1	11,6	12,9	12,0
1000-9999	20,0	23,9	0,0	31,3	50,0	19,6	17,3	23,7	25,6	26,3
10000-400000	0,0	0,0	0,0	62,5	0,0	19,6	37,5	0,0	0,0	0,0
Totales	5,0	11,0	2,3	9,8	7,8	10,9	6,1	7,7	10,6	6,9
										7,5

Total Temuco

Cantidades										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	859	1764	14	665	15	553	4312	1916	1981	2923
1-99	103	1829	13	748	6	508	4793	732	414	1109
100-999	27	1310	13	470	7	431	3438	798	325	494
1000-9999	6	331	6	75	8	81	728	187	90	80
10000-400000	0	13	1	7	0	7	30	13	9	4
Totales	995	5247	47	1965	36	1580	13301	3646	2819	4610
AE9+AE10=7429										
Cantidad uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	26	64	0	30	0	39	129	73	204	187
1-99	2	92	0	54	0	38	212	49	63	72
100-999	2	124	2	60	2	53	286	79	53	73
1000-9999	2	86	1	28	1	24	158	43	32	27
10000-400000	0	5	1	3	0	2	17	9	5	1
Totales	32	371	4	175	3	156	802	253	357	360
AE9+AE10=717										
% uso internet										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	3,0	3,6	0,0	4,5	0,0	7,1	3,0	3,8	10,3	6,4
1-99	1,9	5,0	0,0	7,2	0,0	7,5	4,4	6,7	15,2	6,5
100-999	7,4	9,5	15,4	12,8	28,6	12,3	8,3	9,9	16,3	14,8
1000-9999	0,0	26,0	0,0	37,3	12,5	29,6	21,7	23,0	35,6	33,8
10000-400000	0,0	0,0	0,0	42,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totales	3,2	7,1	8,5	8,9	8,3	9,9	6,0	6,9	12,7	7,8
										7,3

4. Personas Naturales por Venta y RUT

Total Nacional

<i>Cantidades</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	135888	137557	84697	21644	1343	
1-99	78228	72882	56134	15455	324	
100-999	67123	73194	51780	11239	572	
1000-9999	14165	16630	9661	1671	321	
10000-400000	857	813	234	44	16	
Totales	296261	301076	202506	50053	2576	852472
<i>Cantidad uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	9295	9549	5459	1300	137	
1-99	5982	5746	4368	1155	56	
100-999	8394	8946	6122	1270	111	
1000-9999	3599	3952	1965	302	97	
10000-400000	409	381	81	16	6	
Totales	27679	28574	17995	4043	407	78698
<i>% Uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	6,8	6,9	6,4	6,0	10,2	
1-99	7,6	7,9	7,8	7,5	17,3	
100-999	12,5	12,2	11,8	11,3	19,4	
1000-9999	25,4	23,8	20,3	18,1	30,2	
10000-400000	47,7	46,9	34,6	36,4	37,5	
Totales	9,3	9,5	8,9	8,1	15,8	9,2

Total Santiago

<i>Cantidades</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	11604	9120	5032	1317	246	
1-99	4199	3207	2312	798	44	
100-999	4722	4013	2800	830	153	
1000-9999	1430	1458	890	224	140	
10000-400000	126	91	42	5	7	
Totales	22081	17889	11076	3174	590	54810
<i>Cantidad uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	1072	810	416	92	23	
1-99	390	332	243	73	5	
100-999	788	665	398	105	34	
1000-9999	448	418	208	34	41	
10000-400000	66	36	12	0	3	
Totales	2764	2261	1277	304	106	6712
<i>% Uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	9,2	8,9	8,3	7,0	9,3	
1-99	9,3	10,4	10,5	9,1	11,4	
100-999	16,7	16,6	14,2	12,7	22,2	
1000-9999	31,3	28,7	23,4	15,2	29,3	
10000-400000	52,4	39,6	28,6	0,0	42,9	
Totales	12,5	12,6	11,5	9,6	18,0	12,2

Total Ñuñoa

<i>Cantidades</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	8362	8985	5198	1401	181	
1-99	3029	3215	2168	693	16	
100-999	3307	3838	2498	581	33	
1000-9999	628	733	404	85	14	
10000-400000	30	23	7	2	0	
Totales	15356	16794	10275	2762	244	45431
<i>Cantidad uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	656	799	449	111	14	
1-99	263	319	238	70	7	
100-999	451	543	397	88	7	
1000-9999	146	189	72	14	1	
10000-400000	14	13	4	0	0	
Totales	1530	1863	1160	283	29	4865
<i>% Uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	7,8	8,9	8,6	7,9	7,7	
1-99	8,7	9,9	11,0	10,1	43,8	
100-999	13,6	14,1	15,9	15,1	21,2	
1000-9999	23,2	25,8	17,8	16,5	7,1	
10000-400000	46,7	56,5	57,1	0,0	0,0	
Totales	10,0	11,1	11,3	10,2	11,9	10,7

Total Concepción

<i>Cantidades</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	6694	6987	4267	948	28	
1-99	2868	3092	2301	612	9	
100-999	2495	3080	2120	408	12	
1000-9999	547	699	392	51	3	
10000-400000	32	38	9	0	0	
Totales	12636	13896	9089	2019	52	37692
<i>Cantidad uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	359	361	237	39	1	
1-99	158	203	174	47	3	
100-999	290	338	187	39	4	
1000-9999	123	158	66	10	1	
10000-400000	16	22	2	0	0	
Totales	946	1082	666	135	9	2838
<i>% Uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	5,4	5,2	5,6	4,1	3,6	
1-99	5,5	6,6	7,6	7,7	33,3	
100-999	11,6	11,0	8,8	9,6	33,3	
1000-9999	22,5	22,6	16,8	19,6	33,3	
10000-400000	50,0	57,9	22,2	0,0	0,0	
Totales	7,5	7,8	7,3	6,7	17,3	7,5

Total Temuco

<i>Cantidades</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	4552	5476	3956	1001	13	
1-99	3174	3373	2883	820	6	
100-999	2105	2774	1988	440	9	
1000-9999	434	709	375	65	9	
10000-400000	36	38	10	0	0	
Totales	10301	12370	9212	2326	37	34246
<i>Cantidad uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	223	281	196	49	2	
1-99	184	187	169	41	1	
100-999	225	305	162	41	2	
1000-9999	114	178	93	14	3	
10000-400000	19	21	3	0	0	
Totales	765	972	623	145	8	2513
<i>% Uso Internet</i>						
Rango Venta	Rango Rut 1	Rango Rut 2	Rango Rut 3	Rango Rut 4	Rango Rut 5	
0	4,9	5,1	5,0	4,9	15,4	
1-99	5,8	5,5	5,9	5,0	16,7	
100-999	10,7	11,0	8,1	9,3	22,2	
1000-9999	26,3	25,1	24,8	21,5	33,3	
10000-400000	52,8	55,3	30,0	0,0	0,0	
Totales	7,4	7,9	6,8	6,2	21,6	7,3

5. Sociedades por Ventas y Actividad Económica

Total Nacional

<i>Cantidades</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	4982	7506	1210	7944	429	6051	26255	7669	34985	16148
1-99	202	2057	62	1345	281	713	5220	1583	3152	2603
100-9999	484	6195	298	7899	409	4399	25784	7985	14690	8633
10000-999999	48	770	107	2235	91	1094	4916	928	1801	651
1000000-9000000000	1	7	17	50	18	6	64	13	31	6
Totales	5717	16535	1694	19473	1228	12263	62239	18178	54659	28041
<i>Cantidad uso Internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
R. Venta 1	855	1428	209	1284	81	1464	4455	1260	13734	3704
R. Venta 2	48	429	11	334	15	215	1212	406	1174	612
R. Venta 3	27	2223	126	3400	77	2014	10070	3034	7527	3555
R. Venta 4	43	647	89	1825	84	886	3636	722	1521	556
R. Venta 5	1	7	17	49	18	6	63	13	30	5
Totales	974	4734	452	6892	275	4585	19436	5435	23986	8432
<i>% Uso Internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	17,2	19,0	17,3	16,2	18,9	24,2	17,0	16,4	39,3	22,9
1-99	23,8	20,9	17,7	24,8	5,3	30,2	23,2	25,6	37,2	23,5
100-9999	5,6	35,9	42,3	43,0	18,8	45,8	39,1	38,0	51,2	41,2
10000-999999	89,6	84,0	83,2	81,7	92,3	81,0	74,0	77,8	84,5	85,4
1000000-9000000000	100,0	100,0	100,0	98,0	100,0	100,0	98,4	100,0	96,8	83,3
Totales	17,0	28,6	26,7	35,4	22,4	37,4	31,2	29,9	43,9	30,1

Total Santiago

<i>Cantidades</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	888	681	191	2044	19	989	5352	1075	8242	2082
1-99	36	50	3	292	4	87	729	153	572	337
100-9999	119	277	25	2111	18	550	5068	1000	2870	1236
10000-999999	8	58	9	451	11	161	1050	137	432	126
1000000-9000000000	0	0	2	7	11	0	15	5	13	3
Totales	1051	1066	230	4905	63	1787	12214	2370	12129	3784
<i>Cantidad uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	166	179	59	353	4	223	963	222	3197	466
1-99	8	18	1	77	1	31	173	53	227	95
100-9999	59	118	15	951	11	268	2057	440	1449	537
10000-999999	7	46	8	350	8	113	785	109	366	110
1000000-9000000000	0	0	2	6	11	0	15	5	13	2
Totales	240	361	85	1737	35	635	3993	829	5252	1210
<i>% uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	18,7	26,3	30,9	17,3	21,1	22,5	18,0	20,7	38,8	22,4
1-99	22,2	36,0	33,3	26,4	25,0	35,6	23,7	34,6	39,7	28,2
100-9999	49,6	42,6	60,0	45,0	61,1	48,7	40,6	44,0	50,5	43,4
10000-999999	87,5	79,3	88,9	77,6	72,7	70,2	74,8	79,6	84,7	87,3
1000000-9000000000	0,0	0,0	100,0	85,7	100,0	0,0	100,0	100,0	100,0	66,7
Totales	22,8	33,9	37,0	35,4	55,6	35,5	32,7	35,0	43,3	32,0

Total Ñuñoa

<i>Cantidades</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	188	138	21	630	4	454	1797	455	2040	1286
1-99	10	26	0	95	1	61	346	81	237	175
100-9999	17	75	12	546	6	428	1703	448	1138	737
10000-999999	1	5	3	215	3	79	299	20	121	56
1000000-9000000000	0	0	0	3	0	0	3	0	0	0
Totales	216	244	36	1489	14	1022	4148	1004	3536	2254
<i>Cantidad uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	31	27	4	91	0	84	286	73	711	281
1-99	0	5	0	28	0	20	88	24	86	48
100-9999	11	36	5	244	3	183	684	163	563	300
10000-999999	1	4	2	181	3	67	240	15	95	42
1000000-9000000000	0	0	0	3	0	0	3	0	0	0
Totales	43	72	11	547	6	354	1301	275	1455	671
<i>% uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	16,5	19,6	19,0	14,4	0,0	18,5	15,9	16,0	34,9	21,9
1-99	0,0	19,2	0,0	29,5	0,0	32,8	25,4	29,6	36,3	27,4
100-9999	64,7	48,0	41,7	44,7	50,0	42,8	40,2	36,4	49,5	40,7
10000-999999	100,0	80,0	66,7	84,2	100,0	84,8	80,3	75,0	78,5	75,0
1000000-9000000000	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	84,8	100,0	0,0	0,0	0,0
Totales	19,9	29,5	30,6	36,7	42,9	34,6	31,4	27,4	41,1	29,8

Total Concepción

<i>Cantidades</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	115	348	28	331	17	338	1078	39	1185	799
1-99	6	53	0	40	0	32	223	67	170	106
100-9999	6	182	14	288	7	222	1053	340	644	419
10000-999999	0	42	4	61	3	48	149	23	56	14
1000000-9000000000	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1
Totales	127	627	46	721	27	640	2503	469	2055	1339
<i>Cantidad uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	22	76	3	40	4	53	137	49	377	177
1-99	1	14	0	10	0	8	48	17	61	25
100-9999	2	70	5	111	4	88	349	106	285	173
10000-999999	0	34	3	48	3	32	79	15	44	14
1000000-9000000000	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1
Totales	25	196	11	210	11	181	613	187	767	390
<i>% uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	19,1	21,8	10,7	12,1	23,5	15,7	12,7	125,6	31,8	22,2
1-99	16,7	26,4	0,0	25,0	0,0	25,0	21,5	25,4	35,9	23,6
100-9999	33,3	38,5	35,7	38,5	57,1	39,6	33,1	31,2	44,3	41,3
10000-999999	0,0	81,0	75,0	78,7	100,0	66,7	53,0	65,2	78,6	100,0
1000000-9000000000	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Totales	19,7	31,3	23,9	29,1	40,7	28,3	24,5	39,9	37,3	29,1

Total Temuco

<i>Cantidades</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	96	313	3	166	17	118	621	188	461	445
1-99	5	73	0	36	26	20	116	55	81	88
100-9999	5	262	1	156	13	81	633	236	237	192
10000-999999	0	18	0	29	3	29	100	14	11	17
1000000-900000000	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Totales	106	666	4	388	59	248	1470	493	790	742
<i>Cantidad uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	12	43	0	14	0	17	81	20	151	66
1-99	1	19	0	7	0	1	17	12	16	15
100-9999	1	85	1	59	0	37	241	67	115	67
10000-999999	0	17	0	21	3	21	78	10	7	16
1000000-900000000	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Totales	14	164	1	102	3	76	417	109	289	164
<i>% uso internet</i>										
Rango Venta	AE 1	AE 2	AE 3	AE 4	AE 5	AE 6	AE 7	AE 8	AE 9	AE10
0	12,5	13,7	0,0	8,4	0,0	14,4	13,0	10,6	32,8	14,8
1-99	20,0	26,0	0,0	19,4	0,0	5,0	14,7	21,8	19,8	17,0
100-9999	20,0	32,4	100,0	37,8	0,0	45,7	38,1	28,4	48,5	34,9
10000-999999	0,0	94,4	0,0	72,4	100,0	72,4	78,0	71,4	63,6	94,1
1000000-900000000	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totales	13,2	24,6	25,0	26,3	5,1	30,6	28,4	22,1	36,6	22,1

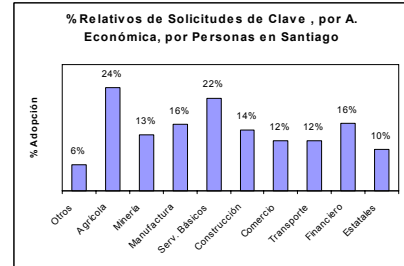
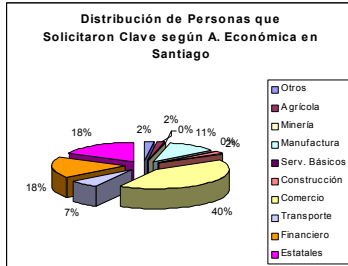
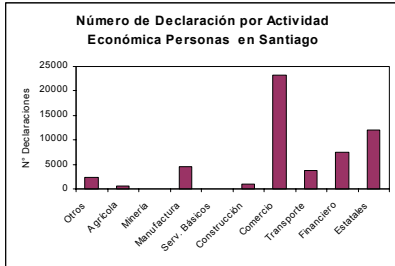
ANEXO IV

PERFIL DEL CONTRIBUYENTE EN LAS COMUNAS EN ESTUDIO DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN DEL S.I.I.

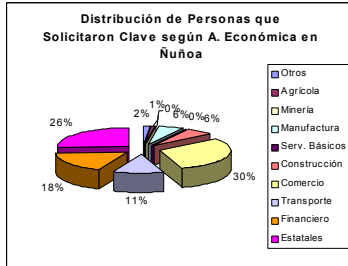
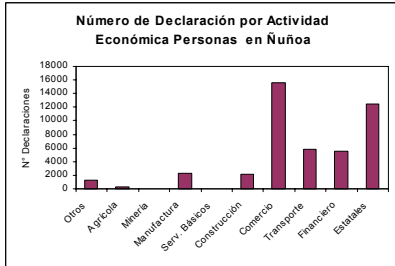
- 1. Análisis según Actividad Económica por Comunas por Personas**
- 2. Análisis según Rango de RUT por Comunas por Personas**
- 3. Análisis según rango de Venta por Comunas por Personas**
- 4. Análisis según Actividad Económica por Comuna de las Sociedades**
- 5. Análisis según Rango de Ventas por Comuna de las Sociedades**

1. Análisis según Actividad Económica por Comunas por Personas

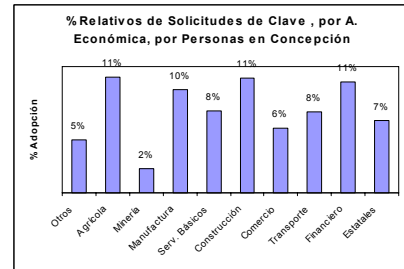
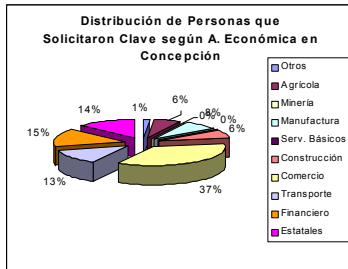
Santiago



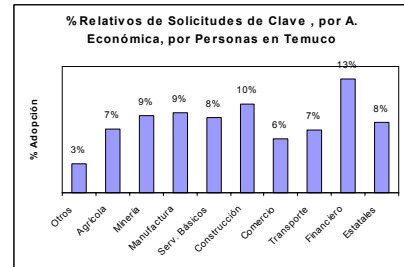
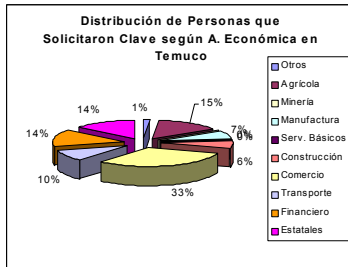
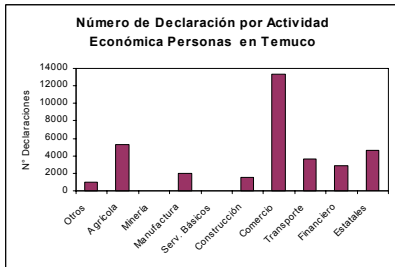
Nuñoa



Concepción

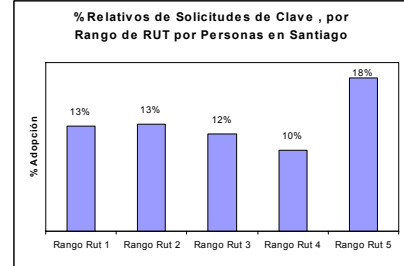
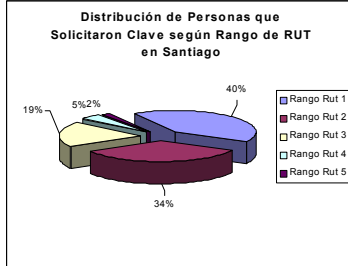
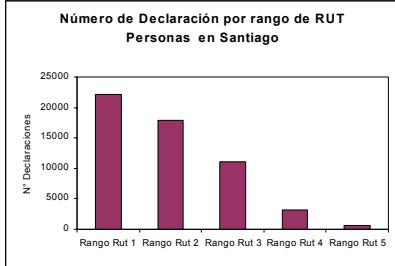


Temuco

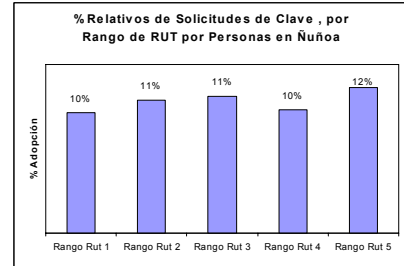
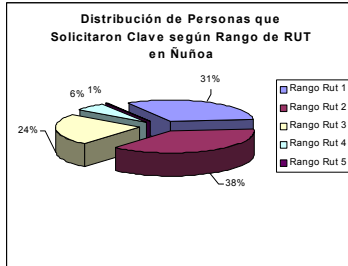
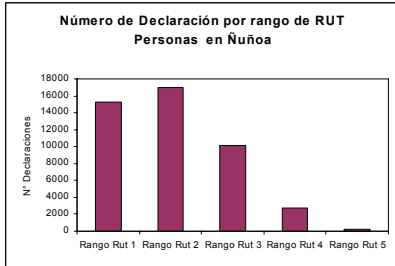


2. Análisis según rango de RUT por Comunas por Personas

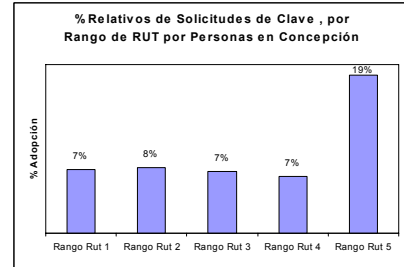
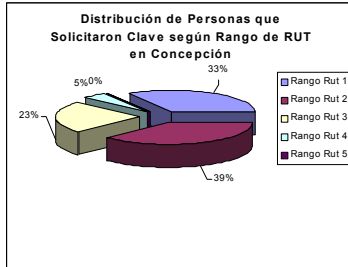
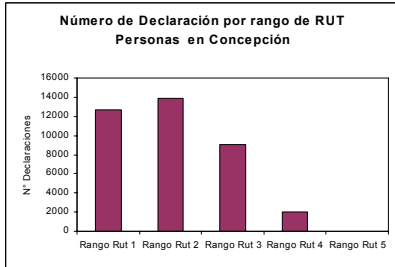
Santiago



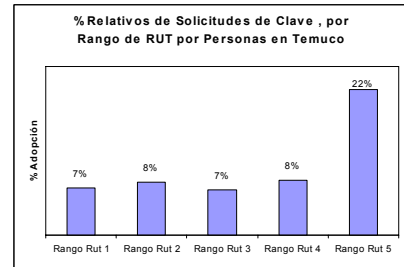
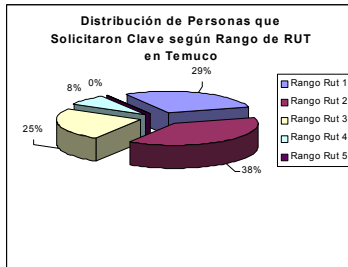
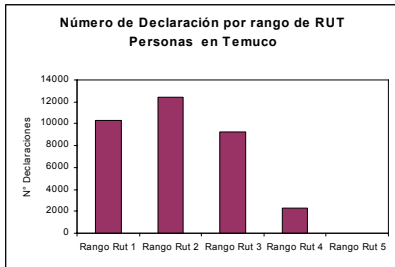
Nuñoa



Concepción

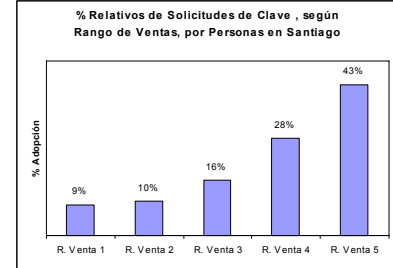
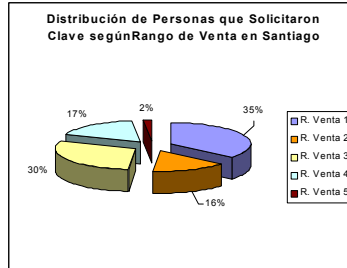
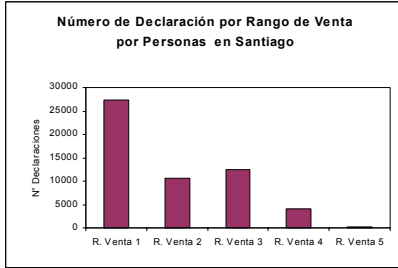


Temuco

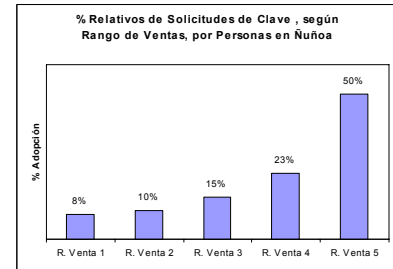
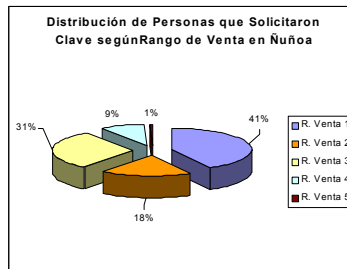
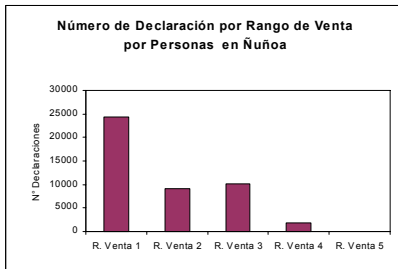


3. Análisis según rango de Venta por Comunas por Personas

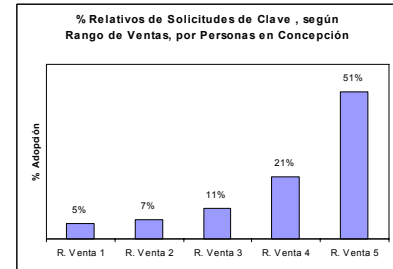
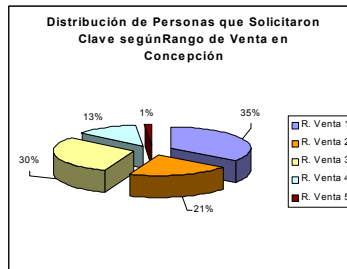
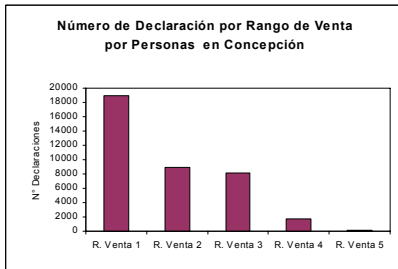
Santiago



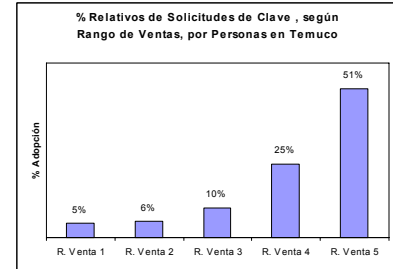
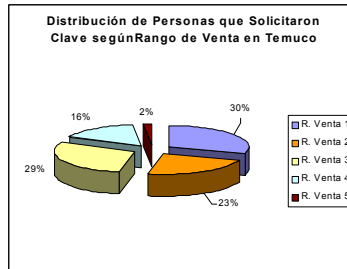
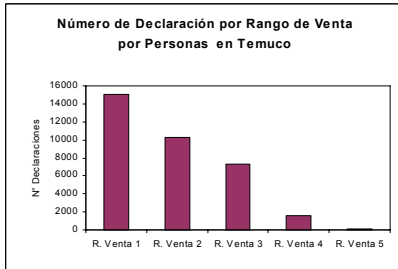
Niñoa



Concepción

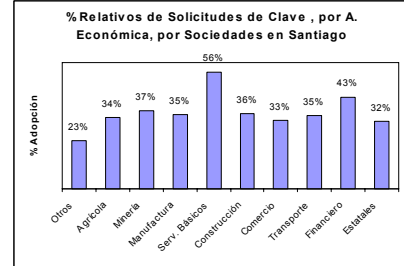
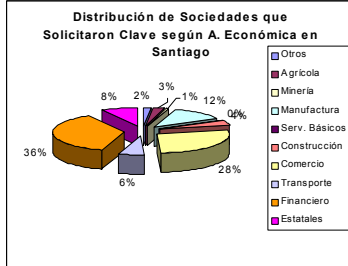
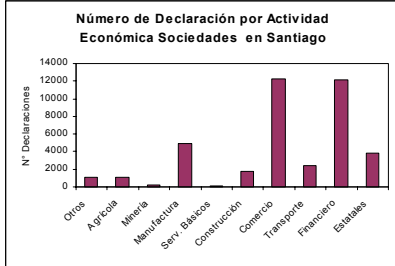


Temuco

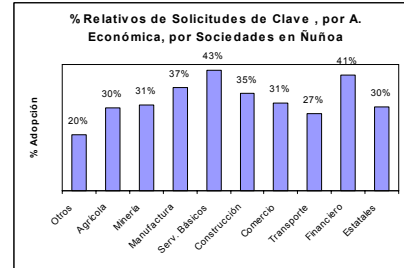
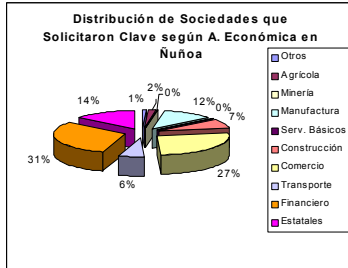
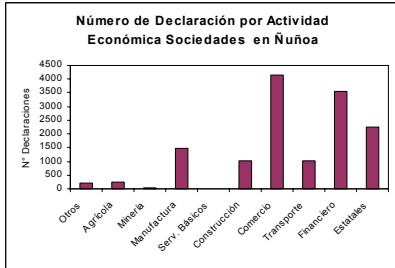


4. Análisis según Actividad Económica por Comuna de las Sociedades

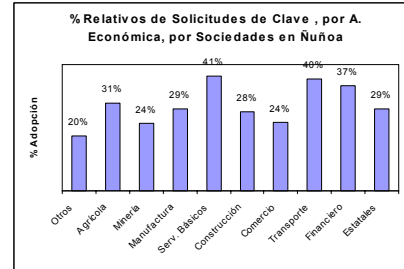
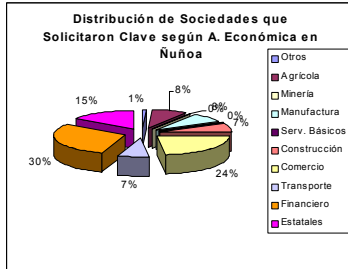
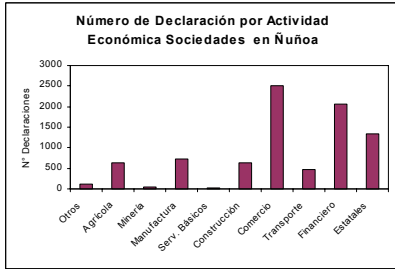
Santiago



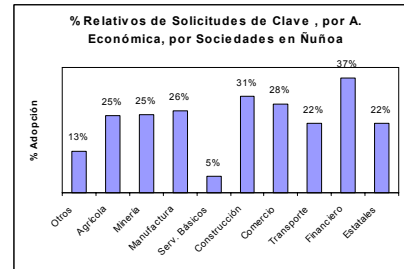
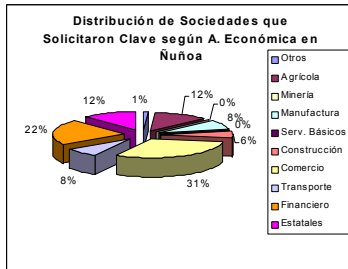
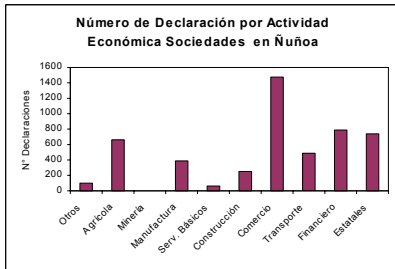
Niñoa



Concepción

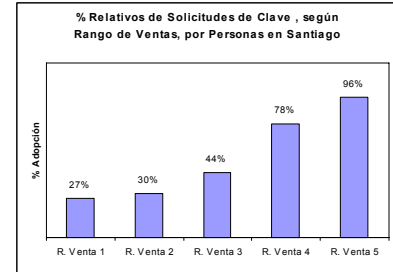
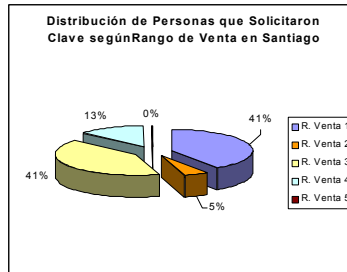
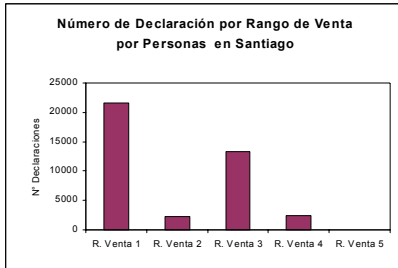


Temuco

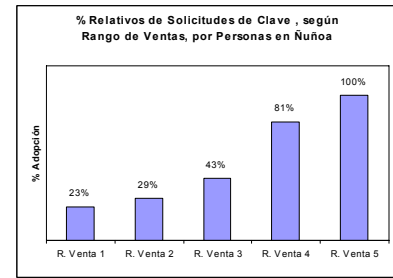
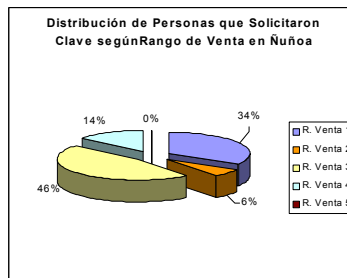
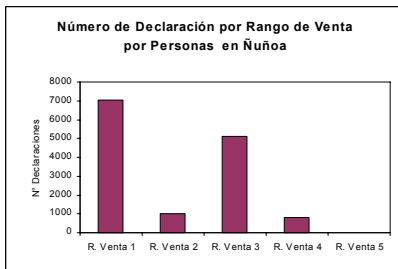


5. Análisis según Rango de Ventas por Comuna de las Sociedades

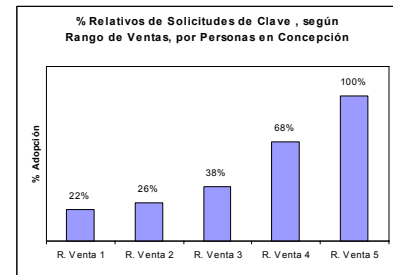
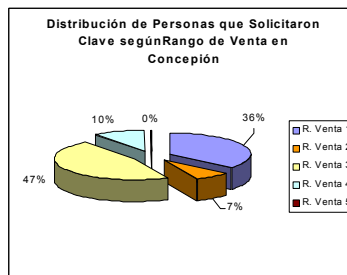
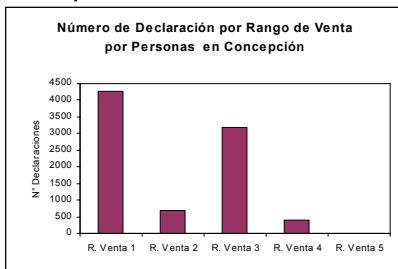
Santiago



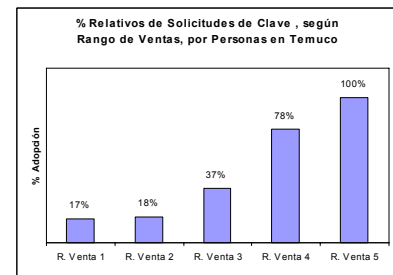
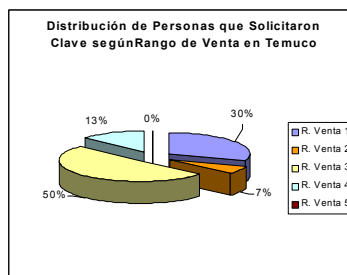
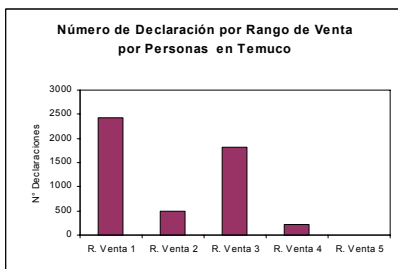
Ñuñoa



Concepción



Temuco



ANEXO V

RESULTADOS EVALUACIÓN DE PRECIOS CRITICOS DEL TELECENTROS COMO INVERSIÓN PRIVADA PARA LAS COMUNAS Y COMO INVERSION MUNICIPAL.

- 1. SANTIAGO**
- 2. LA FLORIDA**
- 3. CONCEPCION Y TEMUCO**
- 4. MUNICIPALIDAD**

Comuna de Santiago

1. Precio Crítico v/s Tamaño del Telecentro.

N° de PC	Dda. Semana		Jornada De 40 Horas			Jornada De 80 Horas		
	Jda. 40 horas	Jda. 80 horas	Conmutado	Dedicado	RDSI	Conmutado	Dedicado	RDSI
1	40	80	3.213	3.306	3.537	2.464	2.374	2.763
2	80	160	1.924	1.783	1.927	1.463	1.256	1.465
3	120	240	1.494	1.275	1.390	1.129	883	1.032
4	160	320	1.279	1.021	1.119	962	697	816
5	200	400	1.150	869	947	862	585	680
6	240	480	1.064	767	832	795	510	589
7	280	560	1.003	695	753	748	457	526
8	320	640	957	640	692	712	417	478
9	360	720	922	599	645	685	386	440
10	400	800	1.045	717	820	810	509	615
11	440	880	1.008	675	769	778	475	572
12	480	960	977	641	726	752	447	536
13	520	1040	950	611	692	729	423	506
14	560	1120	928	586	661	710	402	480
15	600	1200	908	564	634	694	385	457
16	640	1280	891	545	611	679	369	437
17	680	1360	877	529	591	667	356	420
18	720	1440	863	514	573	655	344	404
19	760	1520	851	501	556	645	333	390
20	800	1600	840	489	541	636	323	377

2. Precio Crítico v/s Tasa utilización del Telecentro.

Nº de PC	Tasa de Uso	Dda. Sem. 40 horas	Dda. Sem. 80 horas	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI
3	10%	24	48	6.239	6.374	6.949	4.484	4.415	5.158
	20%	48	96	3.273	3.187	3.475	2.387	2.207	2.579
	30%	72	144	2.285	2.125	2.316	1.688	1.472	1.719
	40%	96	192	1.790	1.594	1.737	1.339	1.104	1.289
	50%	120	240	1.494	1.275	1.390	1.129	883	1.032
	60%	144	288	1.296	1.062	1.158	989	736	860
	70%	168	336	1.155	911	993	889	631	737
	80%	192	384	1.049	797	869	815	552	645
	90%	216	432	966	708	772	756	491	573
	100%	240	480	901	637	695	710	441	516
6	10%	48	96	4.090	3.835	4.162	2.816	2.550	2.947
	20%	96	192	2.199	1.918	2.081	1.553	1.275	1.474
	30%	144	288	1.568	1.278	1.387	1.132	850	982
	40%	192	384	1.253	959	1.041	922	638	737
	50%	240	480	1.064	767	832	795	510	589
	60%	288	576	938	639	694	711	425	491
	70%	336	672	848	548	595	651	364	421
	80%	384	768	780	479	520	606	319	368
	90%	432	864	728	426	462	571	283	327
	100%	480	960	686	384	416	543	255	295
10	10%	80	160	3.995	3.549	4.098	2.887	2.525	3.076
	20%	160	320	2.151	1.775	2.049	1.588	1.263	1.538
	30%	240	480	1.537	1.183	1.366	1.156	842	1.025
	40%	320	640	1.229	887	1.024	939	631	769
	50%	400	800	1.045	710	820	810	505	615
	60%	480	960	922	592	683	723	421	513
	70%	560	1.120	834	507	585	661	361	439
	80%	640	1.280	768	444	512	615	316	385
	90%	720	1.440	717	394	455	579	281	342
	100%	800	1.600	676	355	410	550	253	308
20	10%	160	320	2.972	2.444	2.707	2.019	1.616	1.887
	20%	320	640	1.640	1.222	1.353	1.155	808	943
	30%	480	960	1.196	815	902	866	539	629
	40%	640	1.280	974	611	677	722	404	472
	50%	800	1.600	840	489	541	636	323	377
	60%	960	1.920	751	407	451	578	269	314
	70%	1.120	2.240	688	349	387	537	231	270
	80%	1.280	2.560	640	306	338	506	202	236
	90%	1.440	2.880	603	272	301	482	180	210
	100%	1.600	3.200	538	244	271	428	162	189

Comuna de la Florida

1. Precio Crítico v/s Tamaño del Telecentro.

N° de PC	Dda. Semana Jda. 40 horas	Dda. Semana Jda. 80 horas	Jornada De 40 Horas			Jornada De 80 Horas		
			Conmutado	Dedicado	RDSI	Conmutado	Dedicado	RDSI
1	40	80	3.178	3.271	3.502	2.446	2.357	2.746
2	80	160	1.897	1.756	1.900	1.450	1.243	1.451
3	120	240	1.470	1.251	1.366	1.117	871	1.020
4	160	320	1.257	999	1.097	951	686	805
5	200	400	1.129	847	926	852	574	669
6	240	480	1.043	747	812	785	500	579
7	280	560	982	674	733	738	447	516
8	320	640	937	620	672	702	407	468
9	360	720	902	579	625	675	377	431
10	400	800	1.024	696	798	799	498	605
11	440	880	987	654	748	768	464	561
12	480	960	956	620	706	741	436	525
13	520	1040	930	591	672	719	413	496
14	560	1120	907	566	641	700	392	470
15	600	1200	888	544	615	684	375	447
16	640	1280	871	525	591	669	359	427
17	680	1360	857	510	571	657	346	410
18	720	1440	844	495	553	646	334	394
19	760	1520	832	481	537	635	323	380
20	800	1600	821	469	522	626	314	368

2. Precio Crítico v/s Tasa utilización del Telecentro

Nº de PC	Tasa de Uso	Dda. Sem. 40 horas	Dda. Sem. 80 horas	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI
3	10%	24	48	6.122	6.257	6.832	4.426	4.356	5.099
	20%	48	96	3.215	3.128	3.416	2.358	2.178	2.550
	30%	72	144	2.245	2.086	2.277	1.669	1.452	1.700
	40%	96	192	1.761	1.564	1.708	1.324	1.089	1.275
	50%	120	240	1.470	1.251	1.366	1.117	871	1.020
	60%	144	288	1.276	1.043	1.139	980	726	850
	70%	168	336	1.138	894	976	881	622	728
	80%	192	384	1.034	782	854	807	545	637
	90%	216	432	953	695	759	750	484	567
	100%	240	480	889	626	683	704	436	510
6	10%	48	96	3.987	3.733	4.060	2.764	2.499	2.896
	20%	96	192	2.147	1.866	2.030	1.527	1.250	1.448
	30%	144	288	1.534	1.244	1.353	1.115	833	965
	40%	192	384	1.227	933	1.015	909	625	724
	50%	240	480	1.043	747	812	785	500	579
	60%	288	576	921	622	677	703	417	483
	70%	336	672	833	533	580	644	357	414
	80%	384	768	767	467	507	600	312	362
	90%	432	864	716	415	451	565	278	322
	100%	480	960	675	373	406	538	250	290
10	10%	80	160	3.890	3.452	3.992	2.834	2.477	3.024
	20%	160	320	2.099	1.726	1.996	1.562	1.238	1.512
	30%	240	480	1.501	1.151	1.331	1.138	826	1.008
	40%	320	640	1.203	863	998	926	619	756
	50%	400	800	1.024	690	798	799	495	605
	60%	480	960	904	575	665	714	413	504
	70%	560	1.120	819	493	570	654	354	432
	80%	640	1.280	755	432	499	608	310	378
	90%	720	1.440	705	384	444	573	275	336
	100%	800	1.600	666	345	399	545	248	302
20	10%	160	320	2.875	2.347	2.610	1.970	1.568	1.838
	20%	320	640	1.591	1.174	1.305	1.130	784	919
	30%	480	960	1.163	782	870	850	523	613
	40%	640	1.280	949	587	653	710	392	460
	50%	800	1.600	821	469	522	626	314	368
	60%	960	1.920	735	391	435	570	261	306
	70%	1.120	2.240	674	335	373	530	224	263
	80%	1.280	2.560	628	293	326	500	196	230
	90%	1.440	2.880	593	261	290	477	174	204
	100%	1.600	3.200	529	235	261	423	157	184

Comunas de Concepción y Temuco

1. Precio Crítico v/s Tamaño del Telecentro.

N° de PC	Dda. Semana	Dda. Semana	Jornada De 40 Horas			Jornada De 80 Horas		
	Jda. 40 horas	Jda. 80 horas	Conmutado	Dedicado	RDSI	Conmutado	Dedicado	RDSI
1	40	80	3.354	3.706	3.678	2.534	2.575	2.834
2	80	160	2.029	2.018	2.032	1.516	1.374	1.517
3	120	240	1.588	1.455	1.484	1.176	973	1.079
4	160	320	1.367	1.174	1.207	1.006	773	860
5	200	400	1.234	1.005	1.032	904	653	722
6	240	480	1.146	893	915	837	573	631
7	280	560	1.083	812	834	788	516	567
8	320	640	1.036	752	771	752	473	517
9	360	720	1.000	706	723	724	440	480
10	400	800	1.130	827	904	852	564	658
11	440	880	1.091	782	852	820	528	613
12	480	960	1.059	744	808	793	499	577
13	520	1040	1.031	713	774	770	474	547
14	560	1120	1.008	685	742	750	452	520
15	600	1200	988	662	714	734	433	497
16	640	1280	970	641	690	719	417	476
17	680	1360	955	623	670	706	403	459
18	720	1440	941	607	651	695	390	443
19	760	1520	929	592	634	684	379	429
20	800	1600	918	579	619	675	369	416

2. Precio Crítico v/s Tasa utilización del Telecentro

Nº de PC	Tasa de Uso	Dda. Sem. 40 horas	Dda. Sem. 80 horas	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI
3	10%	24	48	6.709	7.276	7.419	4.719	4.866	5.393
	20%	48	96	3.508	3.638	3.709	2.505	2.433	2.696
	30%	72	144	2.441	2.425	2.473	1.767	1.622	1.798
	40%	96	192	1.908	1.819	1.855	1.398	1.216	1.348
	50%	120	240	1.588	1.455	1.484	1.176	973	1.079
	60%	144	288	1.374	1.213	1.236	1.028	811	899
	70%	168	336	1.222	1.039	1.060	923	695	770
	80%	192	384	1.108	910	927	844	608	674
	90%	216	432	1.019	808	824	782	541	599
	100%	240	480	948	728	742	733	487	539
6	10%	48	96	4.501	4.463	4.573	3.021	2.864	3.153
	20%	96	192	2.404	2.231	2.287	1.656	1.432	1.576
	30%	144	288	1.705	1.488	1.524	1.201	955	1.051
	40%	192	384	1.356	1.116	1.143	973	716	788
	50%	240	480	1.146	893	915	837	573	631
	60%	288	576	1.006	744	762	745	477	525
	70%	336	672	907	638	653	680	409	450
	80%	384	768	832	558	572	632	358	394
	90%	432	864	773	496	508	594	318	350
	100%	480	960	727	446	457	563	286	315
10	10%	80	160	4.418	4.067	4.520	3.098	2.784	3.288
	20%	160	320	2.363	2.033	2.260	1.694	1.392	1.644
	30%	240	480	1.678	1.356	1.507	1.226	928	1.096
	40%	320	640	1.335	1.017	1.130	992	696	822
	50%	400	800	1.130	813	904	852	557	658
	60%	480	960	993	678	753	758	464	548
	70%	560	1.120	895	581	646	691	398	470
	80%	640	1.280	821	508	565	641	348	411
	90%	720	1.440	764	452	502	602	309	365
	100%	800	1.600	718	407	452	571	278	329
20	10%	160	320	3.359	2.896	3.094	2.213	1.843	2.080
	20%	320	640	1.833	1.448	1.547	1.251	921	1.040
	30%	480	960	1.325	965	1.031	931	614	693
	40%	640	1.280	1.070	724	774	771	461	520
	50%	800	1.600	918	579	619	675	369	416
	60%	960	1.920	816	483	516	611	307	347
	70%	1.120	2.240	743	414	442	565	263	297
	80%	1.280	2.560	689	362	387	531	230	260
	90%	1.440	2.880	646	322	344	504	205	231
	100%	1.600	3.200	577	290	309	447	184	208

Inversión Municipal

1. Precio Crítico v/s Tamaño del Telecentro

N° de PC	Demanda Semanal	CONMUTADO	DEDICADO	RDSI
1	40	2.776	2.855	3.086
2	80	1.590	1.446	1.590
3	120	1.195	977	1.092
4	160	997	742	808
5	200	878	601	654
6	240	799	507	551
7	280	743	440	478
8	320	701	390	423
9	360	668	351	381
10	400	784	462	550
11	440	750	424	504
12	480	721	392	465
13	520	696	364	433
14	560	676	341	404
15	600	657	321	380
16	640	642	303	359
17	680	628	288	340
18	720	615	274	323
19	760	604	261	308
20	800	594	250	295

Precio Crítico v/s Tasa de utilización del Telecentro

N° de PC	Tasa de Uso	Demanda Semanal	Enlace Conmutado	Enlace Dedicado	Enlace RDSI
3	10%	24	4.743	4.884	5.459
	20%	48	2.525	2.442	2.730
	30%	72	1.786	1.628	1.820
	40%	96	1.416	1.221	1.365
	50%	120	1.195	977	1.092
	60%	144	1.047	814	910
	70%	168	941	698	780
	80%	192	862	611	682
	90%	216	800	543	607
	100%	240	751	488	546
6	10%	48	2.767	2.537	2.756
	20%	96	1.537	1.268	1.378
	30%	144	1.127	846	919
	40%	192	922	634	689
	50%	240	799	507	551
	60%	288	717	423	459
	70%	336	659	362	394
	80%	384	615	317	344
	90%	432	581	282	306
	100%	480	553	254	276
10	10%	80	2.691	2.312	2.752
	20%	160	1.499	1.156	1.376
	30%	240	1.102	771	917
	40%	320	903	578	688
	50%	400	784	462	550
	60%	480	705	385	459
	70%	560	648	330	393
	80%	640	605	289	344
	90%	720	572	257	306
	100%	800	546	231	275
20	10%	160	1.742	1.251	1.473
	20%	320	1.024	625	736
	30%	480	785	417	491
	40%	640	666	313	368
	50%	800	594	250	295
	60%	960	546	208	245
	70%	1.120	512	179	210
	80%	1.280	487	156	184
	90%	1.440	467	139	164
	100%	1.600	415	125	147

