|  |  |
| --- | --- |
| ORIGINAL TEXT | TARGET LANGUAGE |
| TABLE OF CONTENTS  item  BEYOND FINANCIAL VALUE – TOWARDS THE FREEDOM OF COMMUNICATION  ABOUT US  THE PRODUCT  FEATURES  WHY WOULD I NEED ONE?  FEATURES TO COME  SCREENSHOTS  TECHNOLOGY MAP  CAUTIONARY NOTE REGARDING FORWARD-LOOKING STATEMENTS  BASIS OF PRESENTATION  ICO OFFERING  PLAN OF DISTRIBUTION  USE OF PROCEEDS  REINVESTMENT  FUNDING MILESTONES  USE OT TOKENS. THREEFOLD OPPORTUNITY  DIVIDEND POLICY  OPERATING COSTS AND EXPENCES  SPECTRUM, NETWORK AND IT INFRASTRUCTURE  REVENUE AND CALCULATIONS  WHERE THE INDUSTRY IS HEADING  GROWTH COMPETITION  REVENUE TRENDS  RISKS RELATED TO OUR BUSINESS | ÍNDICE  objeto  MÁS ALLÁ DEL VALOR FINANCIERO – HACIA LA LIBERTAD DE LAS COMUNICACIONES  ACERCA DE  EL PRODUCTO  FUNCIONALIDADES  ¿POR QUÉ DEBERÍA NECESITAR UNO?  FUNCIONALIDADES FUTURAS  CAPTURAS DE PANTALLA  MAPA TECNOLÓGICO  AVISO PREVENTIVO CORRESPONDIENTE A AFIRMACIONES PROSPECTIVAS  BASE DE LA PRESENTACIÓN  OFERTA ICO  PLAN DE DISTRIBUCIÓN  USO DE LOS INGRESOS  REINVERSIÓN  HITOS DE FINANCIACIÓN  USO DE LOS TOKENS. OPORTUNIDAD TRIPLE  POLÍTICA DE DIVIDENDOS  COSTES Y GASTOS OPERATIVOS  ESPECTRO, RED E INFRAESTRUCTURA TI  REVENUE AND CALCULATIONS  HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INDUSTRIA  CRECIMIENTO COMPETENCIA  TENDENCIAS DE INGRESOS  RIESGOS RELACIONADOS CON NUESTRO NEGOCIO |
| BEYOND FINANCIAL VALUE – TOWARDS THE FREEDOM OF COMMUNICATION  Our core business is founded on values adherent to the philosophy of natural rights and freedoms: we help client maintain private during communications, and the rapid expansion of our networks is having a profound impact on the way people manage their daily lives. | MÁS ALLÁ DEL VALOR FINANCIERO – HACIA LA LIBERTAD DE LAS COMUNICACIONES  Nuestro negocio principal es basa en los valores y filosofía de los derechos naturales y libertades: ayudamos a nuestros clientse a mantener su privacidad durante las comunicaciones, y la rápida expansión de nuestras redes tiene un profundo impacto en la manera en que la gente gestiona sus vidas a diario. |
| ABOUT US  Torqall.com was established by a team of highly skilled and trained engineers with a huge experience in telecommunications in 2016. The information contained on, or accessible through, our website is a part of this prospectus. | ACERCA DE  Torqall.com se fundó por un equipo de ingenieros altamente entrenados y habilidosos con gran experiencia en telecomunicaciones en 2016. La información contenida en, o accessible a través de nuestra página web es parte de este prospectus. |
| THE PRODUCT  We are glad to introduce a completely new solution for local and international calls including limitless roaming. TOR-Q-ALL was designed to make you unchained to local operators and big brother. Remain yourself on the phone without fear of being monitored and tracked down by anyone, and be sure of pricing when surfing the internet during a vacation at country-side or abroad. Our services have been in operations for almost a year within the Eastern Europe countries. | EL PRODUCTO  Nos complace presentar una solución totalmente nueva para las llamadas locales e internacionales incluyendo el roaming ilimitado. TOR-Q-ALL ha sido diseñado para desligarte de los operadores locales y el Gran Hermano. Permanece al teléfono sin miedo de ser monitorizado ni trazado por nadie, y estate seguro del precio durante tus vacaciones en el extranjero. Nuestros servicios llevan operativos por casi un año en países de Europa del Este. |
| FEATURES  • Secured communication  Private communications were not meant to be subject to surveillance, rather it was designed to make one's life easier: to share information, to communicate with each other, to remain oneself.  • Borderless communication  Stay tuned wherever you are. More than 195 countries for the same price. Unlimited calls and moderate pricing for secured (VPN) internet connection of just USD 30 / 1 Gb.  • Anonymity  TOR-Q-ALL provides numerous features in order to secure your calls, inter alia, an option to choose call services provider, change your voice, setup your caller's I.D. and make/receive calls a resident of London or New York, or any other place. All incoming calls are routed as VPN-calls.  • Onion routing  In order to cover tracks all local outgoing calls are routed first to another country, where it is lost due to our tor-alike technology, and eventually, the call is returned back. And all of these in a snap of a finger. | FUNCIONALIDADES  • Comunicación segura  Las comunicaciones privadas no deberían estar sujetas a vigilancia, Internet fue diseñado para hacer la vida más fácil: compartir información, comunicarse unos con otros y permanecer en sí mismo.  • Comunicaciones sin fronteras  Mantente conectado estés donde estés. más de 195 países por el mismo precio. llamadas ilimitadas y precios moderados para conexión a internet segura (VPN) por solo 30$ / 1 gb.  • Anonimato  TOR-Q-ALL proporciona numerosas funcionalidades para asegurar tus llamadas, entre otras, una opción de elegir el proveedor de servicios de telefonía, cambiar tu voz, configurar tu ID y realizar/recibir llamadas desde/a un residente en Londres o Nueva York, o cualquier otro lugar. Todas las llamadas entrantes se enrutan como llamadas VPN.  • Enrutado Onion    Para cubrir las huellas todas las llamadas salientes se enrutan primero a otro país, donde se pierden gracias a nuestra tecnología similar a TOR, y finalmente la llamada es devuelta. Todo esto al alcance de la mano. |
| WHY WOULD I NEED ONE?  The number of applications is extremely huge. Below you’ll find some scenarios for individuals or corporations:  • Private cell sub-network    Incoming and outgoing calls made possible with the private cell sub-network via assigned FMC-numbers (so called, short numbers of only five digits).    • S2S (STAFF-TO-STAFF)    Setup a secured S2S line for an exchange of high sensitive corporate information.    • Hospitality solution  Create a unique and modern service for the accommodation of your clients, whether you are a professional hotelier or an independent AIR B'N'B renter.    • Friendly CRM (client-relations management)  Setup DDI-numbers for your clients abroad and help them save money on international calls.  • Global contract    One contract for your employees worldwide. Pay once for all regardless of branches' locations.  • Customize your own virtual cell operator    Manage your company's finance within flexible fee schedule. Remain independent and state your own prices within our flexible rates. | ¿POR QUÉ DEBERÍA NECESITAR UNO?  El número de aplicaciones es extremadamente alto. A continuación encontrarás varios escenarios para particulares y empresas:  • Sub-red móvil privada    Llamadas entrantes y salientes hechas posibles con la sub-red privada de móviles a través de números FMC asignados (así llamados, números cortos de solo cinco dígitos).    • S2S (STAFF-TO-STAFF)    Configura una línea segura S2S para el intercambio de información corporativa sensible.    • Solución de Hospitalidad  Crea un servicio único y moderno para la acomodación de tus clientes, tanto si eres un hotelero profesional como un arrendador independiente en AIRB'N'B.    • CRM fácil de usar (client-relations management)  Configura números DDI para tus clientes en el extranjero y ayúdales a ahorrar dinero en las llamadas internacionales.  • Contacto Global    Un contrato para tus empleados a nivel mundial. Paga una vez para todos independientemente de la ubicación de tus oficinas.  • Personaliza tu propio operador móvil    Gestiona las finanzas de tu compañía dentro de las tarifas flexibles. Mantén tu independencia y fija tus propios precios dentro de las tarifas flexibles. |
| FEATURES TO COME  Below please find the screenshots of the forthcoming feature LETTERHEAD CALLER'S I.D.. which may be used by service providers like Über or Gett so that a driver’s call is no surprise for a client. Below please find the visualization of this feature that is not ready yet but is expected to come Q2 2018. | FUNCIONALIDADES FUTURAS  A continuación encontrarás capturas de pantalla de la funcionalidad futura MEMBRETE ID DE EMISOR que puede ser usada por proveedores de servicios como Über o Gett de modo que la llamada del conductor no suponga una sorpresa para un cliente. Por favor, ten en cuenta que esta funcionalidad todavía no está lista pero que esperamos lanzarla en el 2º Trim. de 2018. |
| SCREENSHOTS  Below please find the screenshots made while testing the implemented features of the product. | CAPTURAS DE PANTALLA  Por favor echa un vistazo a las capturas de pantalla realizadas durante el testeo de las funcionalidades implementadas del producto. |
| TECHNOLOGY MAP    We have invested a lot of efforts and funds into the development of our product. As of now, we have successfully installed the following features and solutions:  Further upgrades are scheduled, and include the following:  We are eager to stick to the plan and maintain the tempo, though the implementation of many of these features demands investment that we are going to obtain via ICO. | MAPA TECNOLÓGICO  Hemos realizado un gran esfuerzo y destinado una gran cantidad de fondos al desarrollo de nuestro producto. De momento, hemos instalado con éxito las siguientes funcionalidades y soluciones:  Se prevén más actualizaciones, e incluyen las siguientes:  Estamos deseosos de ceñirnos al plan y mantener el tempo, si bien la implementación de muchas de estas funcionalidades requiere inversión, que vamos a obtener a través de la ICO. |
| CAUTIONARY NOTE REGARDING FORWARD-LOOKING STATEMENTS  This prospectus contains forward-looking statements. Forward-looking statements are neither historical facts nor assurances of future performance. Instead, they are based on our current beliefs, expectations and assumptions regarding the future of our business, future plans and strategies, and other future conditions. Forward-looking statements can be identified by words such as “anticipate,” “believe,” “envision,” “estimate,” “expect,” “intend,” “may,” “plan,” “predict,” “project,” “target,” “potential,” “will,” “would,” “could,” “should,” “continue,” “contemplate” and other similar expressions, although not all forward-looking statements contain these identifying words. These forward-looking statements include all matters that are not historical facts. They appear in a number of places throughout this prospectus and include statements regarding our intentions, beliefs or current expectation concerning, among other things, our results of operations, financial condition, liquidity, prospects, growth, strategies and the industry in which we operate. Forward-looking statements contained in this prospectus include, among other things, statements relating to expectations regarding industry trends and the size and growth rates of addressable markets; our business plan and our growth strategies, including plans for expansion to new markets and new products; the proposed use of proceeds from this offering.  Although we base the forward-looking statements contained in this prospectus on assumptions that we believe are reasonable, we caution you that actual results and developments (including our results of operations, financial condition and liquidity, and the development of the industry in which we operate) may differ materially from those made in or suggested by the forward-looking statements contained in this prospectus. Certain assumptions made in preparing the forward-looking statements contained in this prospectus include:    • our ability to implement our growth strategies;    • our ability to maintain good business relationships with our suppliers, wholesalers and distributors;    • our ability to keep pace with changing consumer preferences;    • our ability to protect our intellectual property; and    • the absence of material adverse changes in our industry or the global economy.  By their nature, forward-looking statements involve risks and uncertainties because they relate to events and depend on circumstances that may or may not occur in the future. We believe that these risks and uncertainties include, but are not limited to, those described in the “Risk Factors” section of this prospectus beginning on page five. | AVISO PREVENTIVO CORRESPONDIENTE A AFIRMACIONES PROSPECTIVAS  Este prospectus contiene afirmaciones a futuro. Las afirmaciones prospectivas no son ni hechos históricos ni aseveraciones de rendimientos futuros. En cambio, están basadas en nuestra creencia actual, expectativas y asunciones sobre el futuro de nuestro negocio, planes y estrategias futuras, y otras condiciones futuras. Las afirmaciones a futuro se pueden identificar mediante palabras como “prever”, “creer”, “visualizar”, “estimar”, “esperar”, “pretender”, “poder”, “planear”, “predecir”, “proyectar”, “perseguir”, “potencial”, “será”, “sería”, “podría”, “debería”, “continuar”, “contemplar” y otras expresiones similares, aunque no todas las afirmaciones prospectivas contienen estas palabras idénticas. Dichas afirmaciones a futuro incluyen todas las materias que no sean hechos históricos. Aparecen en un número de lugares a lo largo del prospectus e incluyen enunciados sobre nuestras intenciones, creencias o expectativas actuales sobre, entre otras cosas, el resultado de nuestras operaciones, la condición financiera, liquidez, previsiones, crecimiento, estrategias y la industria en la que operamos. Las frases prospectivas contenidas en este prospectus incluyen, entre otras cosas, enunciados relacionados con las expectativas en cuanto a las tendencias en la industria y el tamaño y porcentajes de crecimiento de los mercados objetivo; nuestro plan de negocios y nuestras estrategias de crecimiento, incluyendo los planes para la expansión a nuevos mercados y nuevos productos; el uso propuesto de ingresos de esta oferta.  Aunque basamos las afirmaciones prospectivas contenidas en este prospectus en asunciones que creemos razonables, te prevenimos de que los resultados y desarrollos efectivos (incluyendo nuestros resultados de operaciones, condición financiera y liquidez, así como el desarrollo de la industria en la que operamos) pueden diferir materialmente de aquellas hechos o sugeridos por las afirmaciones a futuro contenidas en este prospectus. Determinadas asunciones hechas al preparar los enunciados prospectivos contenidos en este prospectus incluyen:    • nuestra capacidad para implementar estrategias de crecimiento;    • nuestra capacidad para mantener buenas relaciones de negocios con otros proveedores, mayoristas y distribuidores;    • nuestra capacidad para mantener el ritmo con el cambio de preferencias de los consumidores;    • nuestra capacidad para protegernuestra propiedad intelectual; y    • la ausencia de cambios materiales adversos en nuestra industria o la economía global.  Por su naturaleza, los enunciados a futuro suponen riesgos e incertidumbres porque se refieren a eventos que dependen de circunstancias que pueden o pueden no ocurrir en el futuro. Creemos que dichos riesgos e incertidumbres incluyen, pero no se limitan, a aquellos descritos en la sección “Factores de Riesgo” de este prospectus que comienza en la página 5. |
| BASIS OF PRESENTATION  Unless otherwise indicated, all references in this prospectus to “TOR-Q-ALL,” “we,” “our,” “us,” “the company” or similar terms refer to torqall.com. In this prospectus, unless otherwise specified, all references to “$,” “USD,”, “U.S. Dollars” mean United States dollars and all references to “ETH” mean Ethereum.  ICO OFFERING  In connection with present ICO, we offer an amount of 168 000 000 TRQ tokens based on Ethereum protocol  for an initial price of 1 ETH = 3,000 TRQ. Prior to this offering, there has been no public market for our TRQ tokens. | BASE DE LA PRESENTACIÓN  A no ser que se indique lo contrario, todas las referencias en este prospectus a “TOR-Q-ALL”, “nosotros”, “nuestro”, “la compañía” o términos similares se refieren a torquall.com. En este prospectus, a no ser que se especifique lo contrario, todas las referencias a “$”, “USD”, “Dólares Americanos” se refieren a los dólares de EEUU y todas las referencias a “ETH” significan Ethereum.  OFERTA ICO  En conexión con la presente ICO, ofrecemos una cantidad de 168 000 000 tokens TRQ basados en el protocolo Ethereum  para un precio inicial de 1 ETH = 3.000 TRQ. Antes de esta oferta, no ha habido mercado público para nuestros tokens TRQ. |
| PLAN OF DISTRIBUTION  We may sell any series of debentures through agents or directly to one or more purchasers during the pre-sale campaign or ICO campaign.  USE OF PROCEEDS  Based on the market research and current trends in telecom ICO, we estimate that the net proceeds to us from our issuance and sale of TRQ tokens in this offering will be: for the soft cap – ETH 1,050; for the hard cap – ETH 56,000, after estimated offering expenses payable by us. This estimate assumes an initial public offering price of 1 ETH per 3000 TRQ.  We intend to use the proceeds from this offering to (a) repay the sums owned to active participants of our Bounty Campaign; (b) invest in hardware upgrade and scaling; (c) hire first-class specialists in applied engineering, IOS and Android applications development, logistics; (d) build-up a 24/7 tech-support department.  Depending on the amount of the proceeds from this offering costs and amount of improvements may vary. See page 20 for details.  REINVESTMENT  Our cash flow helps us to maintain a high level of investment to give our customers a superior network experience, which over time should enable us to secure a premium positioning in most of our markets. Over the last year, we have committed USD 250,000 in capital investment in equipment, software development, and distribution. | PLAN DE DISTRIBUCIÓN  Podemos vender una serie de títulos a través de agentes o directamente a uno o más compradores durante la campaña de preventa o campaña ICO.  USO DE LOS INGRESOS  En base al estudio de mercado y a las tendencias actuales en ICOs de telecomunicaciones, estimamos que los ingresos netos para nosotros por la emisión y venta de tokens TRQ en esta oferta serán: para el límite mínimo – 1.050 ETH; para el límite máximo – 56.000 ETH, tras los gastos de la ofertas estimados pagaderos por nosotros. Esta estimación tiene en cuenta un precio de oferta pública inicial de 1 ETH por 3000 TRQ.  Pretendemos usar los ingresos de esta oferta para (a) repagar las sumas debidas a los participantes activos en nuestra Campaña de Recompensas; (b) invertir en actualizaciones de hardware y escalabilidad; (c) contratar especialistas de primer nivel en ingeniería aplicada, desarrollo de aplicaciones iOS y Android, logística; (d) construir un departamento de soporte técnico 24/7.  En función de la cantidad de ingresos de esta oferta los costes y la cantidad de mejoras pueden variar. Consulta la página 20 para más detalles.  REINVERSIÓN  Nuestro flujo de caja nos ayudará a mantener un nivel alto de inversión para dar a nuestros clientes una experiencia de red superior, que en el tiempo debería permitirnos asegurar una posición privilegiada en la mayoría de nuestros mercados: Durante los últimos años, hemos comprometido una inversión de 250.000$ de capital en equipamiento, desarrollo de software y distribución. |
| FUNDING MILESTONES  Considering the way our product has been developed, we are positive that we will be ready to upgrade and scale within terms states in Technology Map section. Further funding would ensure our ability to complete the tech-map and proceed further with large distribution plans. Hence, we have several strategies in dependence to the placement of our TRQ tokens:  • USD 300,000 (ETH 1,050+)    A minimum sum needed for further development of our network according to the technology map. That point would help us to introduce the product to more than 1,000 subscribers (10x multiplication) and manage this number of subscribers according to our standards.  • USD 1,000,000 (ETH 3,500+)  According to that strategy, we are going to change the core hard- and software units, i.e. migration to YateHSS/HLR, implementation of logistics software (Oracle SCM Cloud) in order to provide improved visibility and control of our B2B and B2C e-commerce sales and operations.  • USD 3,000,000 – USD 16.000.000 (ETH 10,500)  Completely different modus of actions at the market, including business scaling and aggressive marketing.  R&D department upgrade, CISCO migration pack (Cisco Policy Suite (PS) of software solutions, the Cisco Virtualized Packet Core (vPC), and the Cisco ASR 5500 Series Aggregation Services Router Packet Gateway), Implementation of logistics software (Oracle); Logistics Upgrade Kit (SAP). Business scaling and aggressive marketing. | HITOS DE FINANCIACIÓN  Teniendo en cuenta la manera en que nuestro producto se ha desarrollado, somos optimistas en que estaremos listos para una actualización y escalamiento en los plazos enunciados en la sección de Mapa Tecnológico. Mayor financiación aseguraría nuestra capacidad de completar el mapa tecnológico y proceder más allá con nuestros planes de distribución. Por eso, tenemos múltiples estrategias a la espera de los resultados de nuestros tokens TRQ:  • 300.000$ (ETH 1,050+)    Suma mínima necesaria para el desarrollo de nuestra red de acuerdo al mapa tecnológico. Este punto nos ayudaría a presentar el producto a más de 1.000 suscriptores (multiplicador de x10) y gestionar este número de suscriptores de acuerdo a nuestros estándares.  • 1.000.000$ (ETH 3,500+)  De acuerdo a la estrategia, vamos a cambiar las unidades centrales de hardware y software, esto es, realizar una migración a YateHSS/HLR, implementar software de logística (Oracle SCM Cloud) para proporcionar visibilidad mejorada y control de nuestras ventas y operaciones de comercio electrónico B2B y B2C.  • 3.000.000$ –16.000.000$ (ETH 10,500)  Modo de acción totalmente diferente en el mercado, incluyendo escalamiento de negocios y marketing agresivo.  Mejora del departamento de I+D, pack de migración CISCO (Cisco Policy Suite (PS) o soluciones de software, el Cisco Virtualized Packet Core (vPC), y el Cisco ASR 5500 Series Aggregation Services Router Packet Gateway), Implementación de software de logística (Oracle); Actualización del Kit de logística (SAP). Escalamiento del negocio y marketing agresivo. |
| USE OT TOKENS. THREEFOLD OPPORTUNITY  Apart from dividend policy which is an implied feature of TRQ tokens, we also suggest three other ways for return on your investments.  • Buy-Back  Token repurchase value increases at a rate of 4.5% per month starting with the end of ICO-campaign, with payments starting one month since the reach of 25,000 subscribers. The amount of funds spent on buy-back campaign shall not exceed 7% of net income. The buy-back is held on pro rata (pari passu) basis. If the full quota of tokens is not repurchased or there is a remaining balance of funds at the end of the month, these funds will be added to the repurchase amount for the following month.  • Payment for services  Starting one month since the reach of 25,000 subscribers, you may also pay for our services with TRQ tokens. Discount rates shall be calculated afterward.  • Stock exchange  We are looking forward to list TRQ token at TIDEX exchange so that our investor could have an opportunity to buy additional TRQ tokens or sell their own. | USO DE LOS TOKENS. OPORTUNIDAD TRIPLE  Aparte de la política de dividendos que es una funcionalidad implícita de los tokens TRQ, también sugerimos tres maneras distintas para el retorno de tus inversiones.  • Recompra  La recompra de tokens aumenta en valor a un tipo de 4,5% mensual comenzando con el final de la campaña ICO, con pagos empezando un mes tras la obtención de 25.000 suscriptores. La cantidad de fondos gastados en campañas de recompra no deberían exceder del 7% de ingresos netos. La recompra se realiza en base a prorrata (pari passu). Si la cuota total de tokens no se recompra o queda remanente en el balance de fondos al final de mes, estos fondos se añadirán a la cantidad de recompra para el mes siguiente.  • Pago por servicios  Comenzando un mes después de alcanzar los 25.000 suscriptores, también puedes pagar por nuestros servicios con tokens TRQ. Los tipos de descuento deberán calcularse a posteriori.  • Mercado de valores  Buscamos listar el token TRQ en la casa de cambio TIDEX para que nuestros inversores puedan tener la oportunidad de comprar tokens TRQ adicionales o vender los propios. |
| DIVIDEND POLICY  Following completion of the offering, we do not currently intend to pay dividends on our TRQ tokens. We currently intend to retain any future earnings to fund business development and growth, and we do not expect to pay any dividends until the completion of the Road Map aims and Goals (see www.torqall.com for additional information) in the foreseeable future.  Afterwards, all future determination to declare token dividends will be made at our discretion, and will depend on a number of factors, including our financial condition, results of operations, capital requirements, contractual restrictions, general business conditions. We intend to pay dividends, starting Q4 2018. At least 25% of net income shall be paid quarterly.  For preliminary calculations see pages 8-9.  Operating Costs and Expenses  Our operating expenses consist of the following:  • Cost of service: includes roaming charges billed to us for our subscribers' usage outside of our parent network and direct telecom charges, which are costs to handle calls over our network, including landline charges, trunk lines and other costs to maintain our network, as well as site rentals, tower rentals and network-related salaries;  • Cost of equipment: primarily includes costs of hardware, routers, hubs, reserve lines, data storage, etc;  • Selling, general and administrative expenses: includes all operating expenses not included in the other operating expense categories, including commissions; allocated expenses from Cellco for certain services provided to us in connection with our business. | POLÍTICA DE DIVIDENDOS  Tras la compleción de la oferta, no pretendemos actualmente pagar dividendos sobre nuestros tokens TRQ. Pretendemos retener cualquier ganancia futura para financiar el desarrollo del negocio y crecimiento, y no esperamos pagar ningún dividendo hasta la finalización de los objetivos de la Hoja de Ruta (para más información, visita [www.torqall.com)](http://www.torqall.com)) en un futuro.  Tras ello, toda determinación futura de declarar dividendos de tokens se hará a nuestra discreción, y dependerá de un número de factures, incluyendo nuestra dondición financiera, el resultado de las operaciones, requisitos de capital, restricciones contractuales, condiciones generales de negocio. Pretendemos pagar dividendos, comenzando el 4º Trim. de 2018. Al menos un 25% de los ingresos netos se pagarán trimestralmente.  Para los cálculos preliminares, consulta las páginas 8-9.  Costes y gastos operativos  Nuestros gastos operativos consisten en los siguientes:  • Coste del servicio: incluye cargos de roaming facturados a nosotros por el uso de nuestros suscriptores fuera de nuestra parent network y cargos de telecomunicaciones directos, que son costes para la realización de llamadas por toda nuestra red, incluyendo cargos por teléfono fijo, líneas troncales y otros costes para mantener nuestra red, así como alquileres de sitios, alquileres de torres y salarios relacionados con la red;  • Coste del equipamiento: principalmente incluye costes de hardware, routers, hubs, líneas de reserva, almacenamiento de datos, etc.  • Gastos de ventas, generales y administrativos: incluyen todos los gastos operativos no incluidos en las otras categorías de gastos, incluyendo las comisiones; gastos asignados por Cellco para determinados servicios proporcionados a nosotros en conexión con nuestros negocios. |
| SPECTRUM, NETWORK AND IT INFRASTRUCTURE  We operate as MVNA (see Competition section for further details) in order to provide the radio frequencies needed to deliver communications services. We use and our expertise in network management to transmit signals for mobile services. Through the wholesale agreements with other operators, we provide broadband, voice and other services. Our IT estate provides our data centers, customer relationship capability, customer billing services and online resources.  Our information systems consist of the following systems: billing, point of sales, provisioning, customer care, data warehouse, fraud detection and prevention, financial and human resources.  REVENUE AND CALCULATIONS  The majority of our revenue comes from selling mobile voice, text and data. Mobile users pay in advance on a monthly, bi-annually or annually basis. Over 90% of our mobile customers are individual consumers and the rest are enterprise customers. A growing share of mobile revenue arises from monthly fees rather than metered access, which is much more vulnerable to competitive and economic pressures. Currently, we have sold one hundred and fifty long-term (3 months +) contracts, mostly via closed subscription, which number gives us USD [\*\*\*] net income.  We expect two scenarios in regard to revenue in Q4 2018. Positive scenario means that the number of contracts (subscribers) would reach one hundred and fifty thousand (150,000 +), and the average scenario to be 65,000 to 100,000 contracts by the end of 2018, while the satisfactory scenario would be 25,000 to 65,000.  Preliminary calculations:  Considering that our current net income from a subscriber vary from 21 to 23% depending on overall traffic used; given that we sell a contract for USD 199 per month; hence, USD 199 x ~22% x 3 months = USD 131,34  Please see next page for the calculations. | ESPECTRO, RED E INFRAESTRUCTURA TI  Operamos como MVNA (consulta la sección Competencia para más detalles) para proporcionar las frecuencias de radio necesarias para proveer servicios de comunicaciones. Usamos nuestro propio expertise en la gestión de redes para transmitir señales para servicios móviles. A través de acuerdos mayoristas con otros operadores, proporcionamos ancho de banda, voz y otros servicios. Nuestro estado de TI proporciona nuestros centros de datos, capacidad de relaciones con clientes, servicios de facturación a clientes y recursos online.  Nuestros sistemas de información consisten en los siguientes sistemas: facturación, punto de venta, provisión, atención al cliente, almacén de datos, detección y prevención de fraude, recursos humanos y financieros.  INGRESOS Y CÁLCULOS  La mayor parte de nuestros ingresos provienen de la venta de voz, texto y datos móviles. Los usuarios móviles pagan por adelantado en base mensual, bianual o anual. Más del 90% de nuestros clientes móviles son consumidores particulares y el resto clientes empresas. Una cuota creciente de los ingresos móviles provienen de cuotas mensuales más que de acceso medido, que es mucho más vulnerable a presiones competitivas y económicas. Actualmente, hemos vendido 150 contratos de largo plazo (más de 3 meses), la mayoría mediante suscripción cerrada, cuyos números nos dan los ingresos netos de [\*\*\*]$.  Prevemos dos escenarios en cuanto a ingresos el 4º Trim. de 2018. El escenario positivo implica que el número de contratos (suscriptores) alcanzaría más de ciento cincuenta mil (+150.000), y el escenario neutral entre 65.000 y 100.000 contratos para el final de 2018, mientras que el escenario satisfactorio sería de 25.000 a 65.000.  Cálculos preliminares:  Teniendo en cuenta que nuestros ingresos netos actuales por suscriptor pueden variar entre un 21 y un 23% en función del uso general de tráfico; teniendo en cuenta que vendemos contratos por 199% al mes; así, 199$ x 22% x 3 meses = 131,34$.  Por favor, revisa la siguiente página para los cálculos. |
| Given that we successfully placed all the issued tokens, and that our dividend policy states that we are paying dividends in an amount of 35% of the net income, then:  • In case of satisfactory scenario:    starting with 25,000 subscribers:    USD 131,34 X 25,000 subscribers / 100 x 35% (dividend rate) = USD 1,149,225 –>  USD 1,149,225 / TRQ 240,000,000 x 3,000 –>    per TRQ 3000 or ETH 1 USD dividend shall be USD 14,50 per QUARTER or USD 57,50 per ANNUM  and up to 65,000 subscribers:  USD 131,34 X 65,000 subscribers / 100 x 35% (dividend rate) = USD 2,987,985 –>  USD 2,987,985 / TRQ 240,000,000 x 3,000 –>    per TRQ 3000 or ETH 1 USD dividend shall be USD 37,30 per QUARTER or USD 149,50 per ANNUM  • In case of average scenario (100,000 subscribers):  USD 131,34 X 100,000 subscribers / 100 x 35% (dividend rate) = USD 4,596,900 –>  USD 4,596,900 / TRQ 240,000,000 x 3,000 –>    per TRQ 3000 or ETH 1 USD dividend shall be USD 57,50 per QUARTER or USD 229,85 per ANNUM  • In case of average scenario (150,000 subscribers):  USD 131,34 X 150,000 subscribers / 100 x 35% (dividend rate) = USD 6,895,350 –>  USD 6,895,350 / TRQ 240,000,000 x 3,000 –>    per TRQ 3000 or ETH 1 USD dividend shall be USD 86,20 per QUARTER or USD 344,80 per ANNUM | Suponiendo que se colocan satisfactoriamente todos los tokens emitidos, y que nuestra política de dividendos establece que pagaremos dividendos en una cantidad del 35% de los ingresos netos, entonces:  • En el caso del escenario satisfactorio:    comenzando con 25.000 suscriptores:    131,34$ X 25.000 suscriptores / 100 x 35% (tasa de dividendo) = 1.149.225$ –>  1.149.225$ / 240.000.000 TRQ x 3.000 –>    por 3000 TRQ o 1 ETH el dividendo sería de 14,50$ TRIMESTRALES o 57,50$ ANUALES  y hasta 65.000 suscriptores:  131,34$ X 65.000 suscriptores / 100 x 35% (tasa de dividendo) = 2.987.985$ –>  2.987.985$ / 240.000.000 TRQ x 3.000 –>    por 3000 3000 o 1$ en ETH el dividendo sería de 37,30$ TRIMESTRALES o 149,50$ ANUALES  • En caso del escenario medio (100.000 suscriptores):  131,34$ X 100.000 suscriptores / 100 x 35% (tasa de dividendo) = 4.596.900$ –>  4.596.900 / 240.000.000 TRQ x 3.000 –>    por 3000 TRQ o 1 ETH el dividendo sería de 57,50$ TRIMESTRALES o 229,85$ ANUALES  • En el caso del escenario optimista (150.000 suscriptores):  131,34$ X 150.000 suscriptores / 100 x 35% (tasa de dividendo) = 6.895.350$ –>  6.895.350$ / 240.000.000 TRQ x 3.000 –>    por 3000 TRQ o 1 ETH el dividendo sería de 86,20$ TRIMESTRALES o 344,80 ANUALES |
| WHERE THE INDUSTRY IS HEADING  According to Vodafone statements, which we do not doubt, the pace of change in the industry is expected to remain significant – the demand for data is accelerating, there is an ongoing shift towards mobile bundles, networks are improving, and the market environment is becoming more positive.  Growing importance of data, emerging markets and other new revenue areas Traditional revenue sources – mobile voice and texts – have reached maturity in a number of markets. Therefore, to deliver future growth opportunities, we are investing in newer revenue areas such as data. It is estimated that between 2014 and 2018 mobile data revenue will grow by 18%, compared to a 7% decline in voice revenue over the same period.  The demand for data will continue to be driven by rising smartphone and tablet penetration and usage, and improvements in mobile network capability. Already 95% of the world’s total traffic on mobile networks is data. The data services most used are video streaming and internet browsing which require high-speed networks. Therefore, operators are investing more in 4G in European markets and a combination of 4G and 3G in emerging markets to provide much faster data speeds.  Emerging markets have significant potential for customer and revenue growth driven by rising populations, strong economic growth, lower mobile penetration and a lack of alternative fixed-line infrastructure. By 2018 it is expected that there will be 1.5 billion new mobile users in emerging markets, taking their share of global users to 79%.  Other new revenue streams are being pursued which extend the use of mobile beyond everyday communication. These include money transfers and payments using a handset, and M2M services such as smart metering and the location monitoring of vehicles, through a SIM card embedded in the vehicle.  Standard 4G provides speeds of up to 150 Mbps, which is more than three times the highest 3G speeds. The next stage of 4G development is 4G+, which bonds together multiple spectrum blocks to provide typical peak speeds of up to 450 Mbps. The High-Definition voice is another new mobile technology which provides customers with crystal clear call quality. | HACIA DÓNDE SE DIRIGE LA INDUSTRIA  De acuerdo a las declaraciones de Vodafone, que no ponemos en duda, la velocidad del cambio en la industria se espera que permanezca alta – la demanda de datos se está acelerando, se está produciendo un cambio hacia paquetes móviles, las redes están mejorando, y el entorno de mercado está volviéndose más positivo.  La importancia creciente de los datos, mercados emergentes y otras áreas de ingresos de fuentes de ingresos Tradicionales – voz en móvil y texto – han alcanzado la madurez an un buen número de mercados. Así, para aprovechar futuras oportunidades, estamos invirtiendo en nuevas áreas de ingresos como los datos. Se estima que entre 2014 y 2018 los ingresos por datos móviles aumentarán en un 18% comparado con la disminución del 7% en ingresos de voz para el mismo periodo.  La demanda de datos continuará estando motivada por la creciente penetración y uso de smartphones y tablets y mejoras en la capacidad de la red móvil. Actualmente el 9%% del tráfico total mundial en redes móviles son datos. Los servicios de datos más usados son el streaming de vídeo y la navegación en Internet que requiere redes de alta velocidad. Así, los operadores están invirtiendo más en 4G en los mercados europeos y en una combinación de 4G y 3G en mercados emergentes para proporcionar velocidades de datos mucho más altas.  Los mercados emergentes tienen un potencial significativo para el crecimiento de clientes e ingresos derivados de poblaciones crecientes, crecimiento fuerte de la economía, menor penetración móvil y falta de alternativas de infraestructura de líneas fijas. Para 2018 se espera que haya 1.500 millones de nuevos usuarios móviles en mercados emergentes, tomando su cuota de usuarios globales al 79%.  Otras nuevas fuentes de ingresos se están persiguiendo y que llevan el uso del móvil más allá de las comunicaciones diarias. Esto incluye las transferencias de dinero y los pagos usando un handset, y los servicios M2M como el smert metering y la monitorización de localización de vehículos a través de tarjetas SIM embebidas en el vehículo.  El estándar 4G proporciona velocidades de hasta 150 Mbps, que es más de tres veces la mayor velocidad de 3G. La siguiente fase del desarrollo 4G es 4G+, que une múltiples espectros de bloques para proporcional picos de velocidad típicos de hasta 450 Mbps. La voz en Alta Definición es otra nueva tecnología móvil que proporciona a alos consumidores calidad de llamadas clara como el cristal. |
| GROWTH  The demand for mobile services continues to grow strongly. In the last three years the number of users increased by 20%. In 2011 global mobile penetration was only 87%, and by 2014 it had risen to 101%.  Most of the increase in users has been from emerging markets due to favorable growth drivers – young and expanding populations, faster economic growth, low but rising mobile penetration, and less fixed-line infrastructure. The other key area of growth is data, which is being driven by increasing smartphone and tablet penetration, better mobile networks, and an increased choice of internet content and applications (‘apps’).  COMPETITION  The mobile industry is highly competitive, with many alternative providers. In each country, there are typically at least three to four mobile network operators (‘MNOs’). Across Europe there are more than 100 MNOs. In addition, there can be numerous mobile virtual network operators (‘MVNOs’) – suppliers that rent capacity from mobile operators to sell on to their customers. There is also competition from other communication providers using internet-based rather than cellular services such as WiFi calling or instant messaging  As a result of competition, we have encountered and may in the future encounter further market pressures to increase advertising and promotional spending; reduce our prices; restructure our service packages to offer more value; respond to particular short-term, market-specific situations – for instance, special introductory pricing; or increase our capital investment in service quality; or introduce new service offerings that are less profitable. | CRECIMIENTO  La demanda de servicios móviles continua creciendo fuertemente. En los últimos 3 años el número de usuarios ha aumentado un 20%. En 2011 la penetración móvil global fue tan solo del 87% y para 2014 aumentó al 101%.  La mayor parte del incremento en usuarios ha sido desde mercados emergentes debido a los potenciadores de crecimiento favorables – poblaciones jóvenes y en expansión, crecimiento económico más rápido, penetración móvil baja pero creciente, y menor infraestructura de línea fija. Otra área clave para el crecimiento son los datos, que están siendo potenciados por el aumento de la penetración de smartphones y tablets, mejores redes móviles, y una mayor selección de contenido de Internet y aplicaciones (apps).  COMPETENCIA  La industria móvil es altamente competitiva, con muchos proveedores alternativos. En cada país, hay típicamente al menos tres o cuatro operadores de redes móviles (‘MNOs’). En Europa hay más de 100 MNOs. Además, puede haber un gran número de operadores de redes móviles virtuales (‘MVNOs’) – proveedores que alquilan capacidad de operadores móviles para vendérsela a sus clientes. También hay competencia de otros proveedores de comunicaciones usando servicios basados en Internet en vez de servicios móviles como las llamadas via WiFi o mensajería instantánea.  Como resultado de la competencia hemos encontrado y puede que encontremos en el futuro más presiones de mercado para aumentar el gasto promocional y en publicidad; reducir nuestros precios; reestructurar nuestros paquetes para ofrecer un mayor valor; responder a situaciones particulares del corto plazo, específicas del mercado – por ejemplo, un precio especial de bienvenida; o aumentar las inversiones de capital en calidad de servicio; o presentar nuevas ofertas de servicios que son menos rentables. |
| REVENUE TRENDS  In an environment of intense competition and significant regulatory pressures, the average global price per minute of a mobile call has fallen by over a third in the last three years global mobile revenue remains on a positive trend and expanded by 9% over the same period. See the CTIA chart below for the reference of current trends: the growth of wireless traffic is trending, so are the calls. | TENDENCIAS DE INGRESOS  En un entorno de competencia intensa y presiones regulatorias significativas, en el que el premio medio global por minuto de una llamada móvil ha caído en más de un tercio en los últimos tres años, los ingresos móviles globales mantienen una tendencia positiva y aumentaron un 9% durante el mismo periodo. Consulta el gráfico CTIA a continuación para la referencia a tendencias actuales: el crecimiento del tráfico inalámbrico es tendencia, y así lo son las llamadas. |
| RISKS RELATED TO OUR BUSINESS  • Our business depends on a uniqueness of features implied, and if we are not able to maintain and enhance them we may be unable to sell our products, which would adversely affect our business.  Our values are integral to the growth of our business, and to the implementation of our strategies for expanding our business. We believe that the brand image we are developing contributes a lot to the success of our business and is critical to maintaining and expanding our customer base.  Maintaining and enhancing our brand may require us to make substantial investments in areas such as product design, operations, marketing, e-commerce, community relations and employee training, and these investments may not be successful.  We anticipate that, as our business expands into new markets and new product categories and as the market becomes increasingly competitive, maintaining and enhancing our brand may become difficult and expensive. Conversely, as we penetrate these new markets and our brand becomes more widely available, it could potentially detract from the appeal stemming from the scarcity of our brand. Our brand may also be adversely affected if our public image or reputation is tarnished by negative publicity.  A key element of our growth strategy is an expansion of our product offerings into new markets. As we expand into new geographic markets, consumers in these new markets may be less compelled by our offerings of the product and may not be willing to pay a higher price to purchase our premium functional products as compared to traditional local ones.  • Because our business is highly concentrated on a single product category, unlimited secure phone calls and internet, we are vulnerable to changes in consumer preferences that could harm our sales, profitability and financial condition.  Our business is not currently diversified and consists primarily of just one product, namely Unlimited world-wide secure phone calls and internet. Consumer preferences often change rapidly. Therefore, our business is substantially dependent on our ability to attract customers who are willing to pay a premium for our product. | RIESGOS RELACIONADOS CON NUESTRO NEGOCIO  • Nuestro negocio depende de la unicidad de las funcionalidades implicadas, y si no somos capaces de mantener y mejorarlas puede que no seamos capaces de vender nuestros productos, lo que podría afectar negativamente a nuestros negocios.  Nuestros valores son integrales al crecimiento de nuestros negocios, y a la implementación de nuestras estrategias para expandir nuestros negocios. Creemos que la imagen de marca que estamos desarrollando contribuye en gran medida al éxito de nuestro negocio y es crítico mantenerla y expandir nuestra base de clientes.  Mantener y mejorar nuestra marca puede requerir que realicemos inversiones sustanciosas en áreas como el diseño de producto, operaciones, marketing, comercio electróinico, relaciones con la comunidad y entrenamiento de empleados, y estas inversiones puede que no sean exitosas.  Prevemos que, a medida que nuestro negocio se expanda en nuevos mercados y nuevas categorías de producto y a medida que el mercado sse vuelva más competitivo, mantener y mejorar nuestra marca se tornará difícil y caro. Así, a medida que penetramos dichos nuevos mercados nuestra marca se vuelve más disponible, y podría restar potencialmente atractivo al atractivo derivado de la escased de nuestra marca. Nuestra marca puede también verse afectada de manera negativa si nuestra imagen pública o reputación se ve manchada por publicidad negativa.  Un elemento clave de nuestra estrategia de crecimiento es la ampliación de nuestra oferta de productos en nuevos mercados. A medida que nos expandamos a nuevos mercados geográficos, los consumidores en dichos nuevos mercados puede que se vean menos oglibados por nuestras ofertas de productos y puede que no estén dispuestos a pagar un mayor precio por comprar productos con funcionalidades premium en comparación con los locales tradicionales.  • Dado que nuestro negocio está muy concentrado en una única categoría de producto, las llamadas de teléfono e Internet seguros ilimitados, somos vulnerables a los cambios en las preferencias de los consumidores que podrían dañar nuestras ventas, rentabilidad y condición financiera.  Nuestro negocio no está actualmente diversificado y consiste principalmente de solo un producto, esto es, llamadas a teléfonos e Internet en todo el mundo de manera ilimitada. Las preferencias del consumidor generalmente cambian rápido. Así, nuestro negocio es sustancialmente dependiente de nuestra capacidad de atraer clientes que estén dispuestos a pagar un premium por nuesto producto. |
| In addition, we believe that continued increases in sales of premium products in B2C telecom industry will largely depend on customers continuing to demand technical superiority from their luxury products. If the number of customers demanding premium outerwear does not continue to increase, or if our customers are not convinced that our premium product is more functional or stylish than other outerwear alternatives, we may not achieve the level of sales necessary to support new growth platforms and our ability to grow our business will be severely impaired.  • A downturn in the economy may affect customer purchases of discretionary items, which could materially harm our sales, profitability and financial condition.  Many factors affect the level of consumer spending for discretionary items such as our premium product. These factors include general economic conditions, interest and tax rates, the availability of consumer credit, disposable consumer income, unemployment and consumer confidence in future economic conditions. Consumer purchases of discretionary items, such as our premium product, tend to decline during recessionary periods when disposable income is lower. A downturn in the economy in markets in which we sell our products may materially harm our sales, profitability and financial condition.  • We operate in a highly competitive market and the size and resources of some of our competitors may allow them to compete more effectively than we can, resulting in a loss of our market share and a decrease in our revenue and profitability.  The market for outerwear is highly fragmented. We compete directly against the giants of the telecom industry, like AT&T, Vodafone, Salt., T-Mobile, and others. Because of the fragmented nature of the marketplace, we also compete with virtual operators that use the facilities of the traditional ones. Many of our competitors have significant competitive advantages, including longer operating histories, larger and broader customer bases, more established relationships with a broader set of suppliers, greater brand recognition and greater financial, research and development, store development, marketing, distribution, and other resources than we do. | Además, creemos que un incremento continuado en las ventas de productos premium en la industria de telecomunicaciones B2C dependerá en gran medida de los clientes que continúen demandando superioridad tecnológica de sus productos de lujo. Si el número de consumidores demandando material premium no continua creciendo, o si nuestros consumidores no están convencidos de que nuestro producto premium es más funcional o estiloso que otras alternativas, no alcanzaremos el nivel de ventas necesario para apoyar el crecimiento de nuevas plataformas y nuestra habilidad de ampliar nuestro negocio se verá gravemente reducida.  • Una recesión económica puede afectar a las compras de clientes de productos discrecionales, lo que podría dañar materialmente nuestras ventas, rentabilidad y condición financiera.  Muchos factores afectan al nivel de gasto del consumidor en productos discrecionales como nuestro producto premium. Dichos factores incluyen condiciones económicas generales, tipos de interés e impuestos, la disponibilidad de crédito al consumo, incresos de consumo disponibles, desempleo y confianza del consumidor en condiciones económicas futuras. Las compras por parte de consumidores de objetos discrecionales, como nuestro producto premium, tienden a reducirse durante periodos de recesión en los que los ingresos libres son menores. Una recesión en la economía y los mercados en los que vendemos nuestros productos podría dañar materialmente nuestras ventas, rentabilidad y condición financiera.  • Operamos en un mercado muy competitivo y el tamaño y recursos de algunos de nuestros competidores puede permitirles competir más efectivamente de lo que nosotros podemos, resultando en una pérdida de nuestra cuota de mercado y una disminución de nuestros ingresos y rentabilidad.  El mercado está muy fragmentado. Competimos directamente contra gigantes de la industria de las telecomunicaciones, como AT&T, Vodafone, Salt., T-Mobile, y otros. Debido a la naturaleza fragmentada del mercado, también competimos con operadores virtuales que usan la infraestructura de los tradicionales, Muchos de nuestros competidores tienen ventajas competitivas significativas, incluyendo historial de operaciones más largo, bases de clientes mayores, relaciones más establecidas con un mayor número de proveedores, mayor reconocimiento de marca y mayor desarrollo financiero y de investigación, desarrollo de tiendas, marketing, distribución, y otros recursos de los que nosotros tenemos. |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |