

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**FACULTAD DE INGENIERIA EN ELECTRICIDAD Y  
COMPUTACIÓN**

**“ANÁLISIS Y DISEÑO DE UNA SOLUCIÓN PARA COMERCIO  
ELECTRÓNICO Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES”**

**TESINA DE SEMINARIO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**GREGORIO MANUEL CRUZ GONZABAY**

**KATERINE ALEXANDRA PRADO QUINTANA**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

**AÑO  
2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis compañeros y profesores que me ayudaron en el transcurso de mi carrera y que gracias a ellos he podido culminar esta tesis.

**Gregorio Cruz Gonzabay**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

**Katerine Prado Quintana**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi Madre que me supo apoyar siempre en el transcurso de mi carrera, a mi hermana que ha estado siempre pendiente de mí.

**Gregorio Cruz Gonzabay**

## **DEDICATORIA**

A mis Padres Fernando y Susana por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación, sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

**Katerine Prado Quintana**

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

ING. ROBERT ANDRADE TROYA

**PROFESOR DEL SEMINARIO DE GRADUACIÓN**

---

ING. NÉSTOR ARREAGA ALVARADO

**PROFESOR DELEGADO POR LA UNIDAD ACADÉMICA**

## DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesina, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

---

Gregorio Cruz Gonzabay

---

Katerine Prado Quintana

## RESUMEN

El presente proyecto establece una solución para una empresa dedicada a la venta de productos ferreteros utilizando herramientas como las redes sociales o plataformas en la web que permitan incrementar sus ingresos y ganar mercado.

El desarrollo de un Sitio web que permita la integración de los diferentes componentes de las redes sociales y permita gestionar los requerimientos de los clientes en una sola plataforma.

En este proyecto se mencionan aspectos como:

- La gestión de las redes sociales como Facebook y Twitter
- Administración de un CRM( Customer Relationship Management)
- Creación de un sitio web que permita dar a conocer los productos y servicios que se ofertan.
- Creación de un portal que permita la venta electrónica de los productos.

El posicionamiento de un sitio web es de vital importancia para el desarrollo de una empresa y pueda captar más clientes en diferentes regiones por su buen servicio.



# INDICE GENERAL

REUMEN.....	I
ÍNDICE GENERAL.....	II
ÍNDICE DE TABLAS.....	IV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	V
ABREVIATURAS.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	VII
<b>1 ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>1</b>
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	2
1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	3
1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	4
1.6 OBJETIVOS.....	7
1.7 POLÍTICAS.....	7
1.8 ESTRATEGIA.....	8
1.9 MISIÓN Y VISIÓN.....	9
<b>2 MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>10</b>
2.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES.....	16

<b>3</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>23</b>
3.1	PROBLEMÁTICA DESTACADA .....	23
3.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO ACTUAL .....	24
3.3	ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL .....	25
3.4	MODELO DE NEGOCIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO .....	26
3.5	BARRERAS DEL MERCADO.....	27
3.6	ANÁLISIS FODA .....	28
3.7	SOLUCIONES PROPUESTAS .....	30
3.8	SELECCIÓN DE LA MEJOR SOLUCION.....	33
3.9	BENEFICIOS DE LA SOLUCIÓN .....	33
3.10	MANUAL DE USUARIO.....	35
<b>4</b>	<b>ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>52</b>
4.1	COSTO DE HOSTING.....	53
4.2	INVERSIÓN INICIAL .....	53
4.3	INVERSIÓN TOTAL .....	55
4.4	FINANCIAMIENTO .....	55
4.5	INGRESOS .....	56
4.5.1	INGRESOS POR VENTA .....	56
4.5.2	COSTO POR VENTAS .....	57
4.6	GASTOS .....	58
4.6.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	58
4.6.2	GASTOS OPERATIVOS.....	59

4.7 ANALISIS DE COSTOS .....	59
4.7.1 GASTOS FINANCIEROS.....	59
4.7.2 DEPRECIACION.....	60
4.8 FLUJO DE CAJA .....	61
4.9 ESTADO FINANCIERO.....	62
4.9.1 BALANCE GENERAL .....	62
4.9.2 ESTADOS DE RESULTADO .....	63
4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	64
4.10.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO (Periodo de Recuperación). 64	
4.10.2 TASA INTERNA DE RETORNO.....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Modelo de Negocio y Análisis del mercado .....	26
Tabla 4.1 Software.....	53
Tabla 4.2 Alquiler de Oficina.....	53
Tabla 4.3 Muebles de Oficina .....	54
Tabla 4.4 Equipos de Oficina.....	54
Tabla 4.5 Equipos de Computación .....	54
Tabla 4.6 Inversión Inicial .....	55
Tabla 4.7 Financiamiento de la Inv. Inicial .....	55
Tabla 4.8 Ingresos por Ventas.....	57
Tabla 4.9 Costo por Ventas .....	57
Tabla 4.10 Sueldos y Salarios .....	58
Tabla 4.11 Beneficios Sociales.....	58
Tabla 4.12 Gastos Operativos .....	59
Tabla 4.13 Amortización .....	60
Tabla 4.14 Depreciación .....	60
Tabla 4.15 Flujo de Caja.....	61
Tabla 4.16 Balance General .....	62
Tabla 4.17 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	63
Tabla 4.18 Periodo de Recuperación.....	64
Tabla 4.19 Tasa Interna de Retorno .....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Ubicación de Multicomercio Quintana.....	2
Figura 1.2 Logo de la Empresa.....	2
Figura 1.3 Organigrama de Multicomercio Quintana .....	5
Figura 3.1 Barreras del mercado .....	27
Figura 3.2 Análisis FODA .....	28
Figura 3.3 Logo de PHP .....	31
Figura 3.4 Home del Sitio Web .....	35
Figura 3.5 Accesos directos al sitio.....	36
Figura 3.6 Sección de Bienvenida del Sitio.....	37
Figura 3.7 Sección de Quiénes Somos.....	38
Figura 3.8 Compra en Línea .....	39
Figura 3.9 Selección de artículos.....	40
Figura 3.10 Selección de Método de pago .....	40
Figura 3.11 Cotización .....	41
Figura 3.12 Formulario de Contactos.....	42
Figura 3.13 Banner Principal.....	43
Figura 3.14 Panel de Administración .....	44
Figura 3.15 Administración de Usuarios .....	45
Figura 3.16 Gestor de Usuarios .....	45
Figura 3.17 Gestor de Menú .....	46

Figura 3.18 Gestor de Artículos .....	47
Figura 3.19 Gestor Multimedia.....	48
Figura 3.20 Administrador de Contactos.....	49
Figura 3.21 Gestor de Módulos.....	50
Figura 3.22 Gestor de Plugins .....	51

## ABREVIATURAS

**BIESS:** Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

**CRM:** Gestión sobre la Relación con los Consumidores.

**DNS:** Sistema de nombres de dominio

**FNE:** Flujos netos efectivo

**FTP:** Protocolo de Transferencia de Archivos

**HTML:** Lenguaje de Marcado de Hipertexto

**HTTP:** Protocolo de transferencia de hipertexto

**HTTPS:** Protocolo de transferencia de hipertexto Seguro

**PHP:** Hypertext Pre-processor

**POP3:** Protocolo de Oficina Postal

**SO:** Sistema Operativo

**TIR:** Tasa interna de retorno

**VAN:** Valor Actual Neto

**WWW:** World Wide Web

## **INTRODUCCION**

El presente proyecto tiene como objetivo principal maximizar las ventas de una de las franquicias de Disensa denominada "Multicomercio Quintana" ubicada en la ciudad de San José de Chimbo de la Provincia de Bolívar, creando un portal Web que permita realizar ventas on-line y que pueda generar a su vez trabajo mediante una sección de clasificados que ofrecerá el servicio de personas capacitadas en las diferentes áreas para la construcción.

En el primer capítulo se podrá encontrar un análisis de la situación actual de la empresa, que permitirá determinar el alcance de este proyecto.

En el segundo capítulo se puede encontrar un glosario de términos que se utilizaron en el desarrollo de este proyecto y que permitirá al lector una mejor comprensión.

En el tercer capítulo estará planteada la problemática y la mejor alternativa seleccionada para satisfacer cada una de las necesidades que tenga la franquicia.

En el cuarto capítulo se detallará el desarrollo, especificaciones técnicas y el análisis económico para la implementación de la solución que se ha planteado.

El quinto capítulo podemos encontrar las conclusiones y recomendaciones que nosotros proponemos.



# CAPÍTULO 1

## 1 ASPECTOS GENERALES

### 1.1 ANTECEDENTES

En el transcurso de los años el sector ferretero ha tenido un gran impacto económico en el país, debido a que es uno de los campos con mayor demanda.

Sin embargo este sector se ha encontrado con varias barreras como: tributarias o gubernamentales entre otros factores externos que no han permitido un crecimiento progresivo. Pero las necesidades de los consumidores del Cantón San José de Chimbo situado en la Provincia de Bolívar, sierra central del Ecuador, parece ser hoy en día el impulso de la empresa **Multicomercio Quintana** que ayuda en el crecimiento del sector de la construcción y ferretería en este Cantón, a través de decisiones estratégicas en medio del cambio de tendencia importante que está latente en este año a nivel nacional.

Las empresas de tipo familiar encabezan la lista del sector ferretero en el Cantón San José de Chimbo.



Figura 1.1 Ubicación de Multicomercio Quintana

## 1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

🔗 Multicomercio Quintana

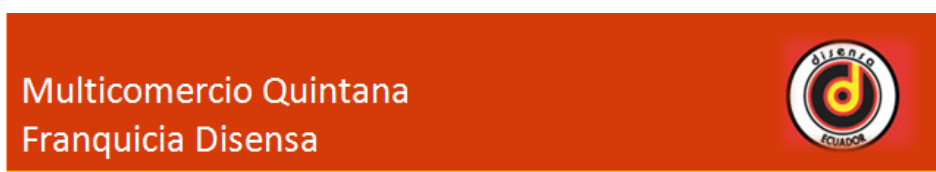


Figura 1.2 Logo de la Empresa

### **1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

La Franquicia “Multicomercio Quintana”, está ubicada en el cantón San José de Chimbo, provincia de Bolívar vía principal, barrio El Rosal.

En el mes de Septiembre del año 2000 con un capital de \$ 8.000 dólares el Sr. Jorge Quintana decide independizarse y crear una empresa de comercialización.

Para esto adquiere la franquicia de Disensa y empieza su empresa dedicándose a la comercialización de materiales de construcción y ferretería en general, adquiere un vehículo para el servicio de transporte dentro del cantón.

### **1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Los años anteriores las ventas en la Franquicia “Multicomercio Quintana” se han manejado de manera tradicional y sus ventas han sido las esperadas, pero en los últimos periodos sus ventas han disminuido en un 30%, debido a factores internos y externos entre ellos el no tener definidas estrategias de comercialización de acuerdo a su empresa o buscar nuevos mercados en el sector de la construcción.

La Franquicia “Multicomercio Quintana” para la venta maneja varias líneas de productos pero como toda microempresa tiene varios problemas para alcanzar las metas de ventas, hemos identificado algunos inconvenientes como la falta de estrategias de marketing, falta de un plan estratégico. Esta franquicia no aprovecha las redes sociales para difundir sus promociones y productos, tampoco posee un sitio web donde pueda dar a conocer al público en general los productos que oferta, el objetivo de este proyecto es dar una solución y buscar alternativas para incrementar las ventas, todo esto se puede lograr mediante el uso de herramientas adecuadas como un CRM (Administración basada en clientes) y la elaboración del portal web.

## **1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

En este organigrama, indicaremos las áreas departamentales de la Franquicia “Multicomercio Quintana” y se estructuran de la siguiente manera: Gerencia, Contabilidad, Compras/Ventas, y Bodega.

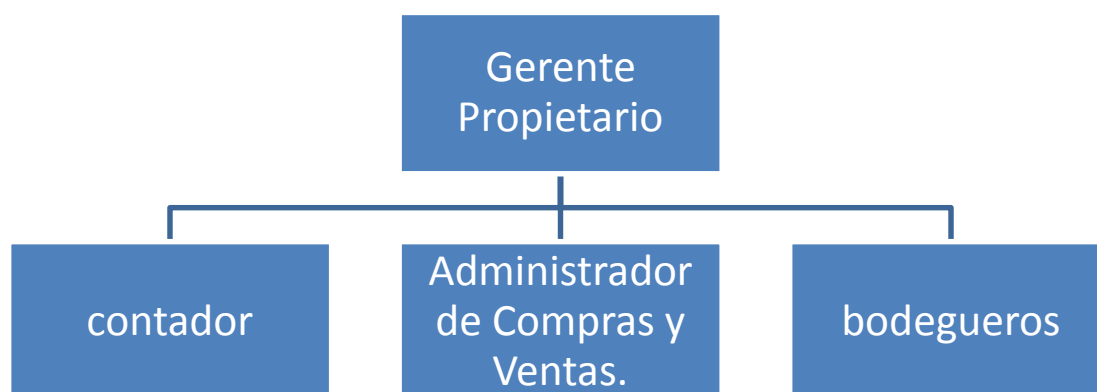


Figura 1.3 Organigrama de Multicomercio Quintana

*Elaborado por:* Gregorio y Katerine

### Gerente - Propietario

- 🔗 Administrar debidamente la franquicia de acuerdo a sus estatutos.
- 🔗 Cumplir la Ley de Empresas.
- 🔗 Realizar las negociaciones de compras.
- 🔗 Coordinar la logística tanto en compras como en ventas.
- 🔗 Realizar el pago de todos los impuestos.
- 🔗 Analizar los Estados Financieros.
- 🔗 Elaborar los cheques correspondientes a los pagos de los proveedores y trabajadores.
- 🔗 Dar solución a los problemas administrativos.

## Contador

- 🔗 Administrar los recursos de la empresa.
- 🔗 Declarar los impuestos a tiempo.
- 🔗 Presentar los Estados Financieros.
- 🔗 Realizar la nómina para el respectivo pago a los empleados.
- 🔗 Registrar y realizar el seguimiento de compras a proveedores.
- 🔗 Controlar la facturación y entrega de las ventas a los clientes.
- 🔗 Disponer la entrega de facturas a los clientes y controlar que los pagos se realicen a tiempo.

## Bodegueros

- 🔗 Realizar el control de inventarios en las bodegas y en el punto de venta.
- 🔗 Estar pendiente de la organización e imagen del local.
- 🔗 Acondicionar, despachar, recibir y solicitar la mercadería.
- 🔗 Registrar el stock de inventarios Entrada/Salida.
- 🔗 Realizar el servicio de transporte en casos que lo ameriten.

## 1.6 OBJETIVOS

Los objetivos son el pilar que apoyan las estrategias organizacionales, por lo tanto es importante conocerlos:

- ✍ Comercializar materiales de construcción de excelente calidad que ofrece la franquicia Disensa como cemento, hierro, tuberías, cubiertas, baldosas cerámicas, sanitarios, entre otros a nivel local y nacional.
- ✍ Brindar el servicio de transporte para la movilización de la mercadería a nivel local y Nacional.
- ✍ Ofrecer un portal de empleo, donde sus clientes podrán contratar a personal calificado.

## 1.7 POLÍTICAS

### Generales

- ✍ Prestar un servicio de calidad para la satisfacción de clientes
- ✍ Enseñar a todos los trabajadores sobre los productos para mantener un excelente servicio.
- ✍ Asociarnos a proveedores reconocidos donde podamos conseguir el mejor descuento y calidad en productos.

### Política para empleados

- ✍ Familiares no podrán hacer visitas en la empresa
- ✍ Los retrasos no pueden exceder los 10 minutos.

- 🔗 Se da una hora para el refrigerio del personal
- 🔗 Se ofrece un descuento especial para empleados.
- 🔗 Prohibido el uso de teléfonos celulares

#### Políticas para proveedores

- 🔗 Los pagos se realizan cada tercer viernes del mes.

#### Política de devoluciones

- 🔗 La mercancía debe estar sellada y sin daños para poder rembolsar o intercambiar el artículo.
- 🔗 Los cambios se podrán realizar hasta 30 días a partir del despacho.

### 1.8 ESTRATEGIA

- 🔗 Dar a conocer los servicios de la empresa mediante el e-marketing y campañas de publicidad en las distintas redes sociales, para poder posicionarnos en el mercado ecuatoriano.
- 🔗 Proveer de materiales para la construcción de excelente calidad.
- 🔗 Poseer una plataforma web que permita automatizar los requerimientos de los clientes y que estos sean respondidos de manera inmediata.



🔗 Tener un canal de distribución acorde con las necesidades de los clientes, para llegar a todos los rincones del Ecuador.

🔗 Sistematizar la atención de los clientes.

## **1.9 MISIÓN Y VISIÓN**

### **Misión**

Proveer de materiales para construcción a los habitantes del Cantón San José de Chimbo y a sus alrededores, con productos enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo además un servicio de logística para la entrega de los materiales.

### **Visión**

Ser una empresa eficiente y líder en el sector ferretero a nivel nacional, superando las perspectivas de calidad y servicio de los clientes.

## **CAPÍTULO 2**

### **2 MARCO CONCEPTUAL**

Dentro del marco conceptual se pretende dar una definición de los principales términos e ideas que se utilizarán en el desarrollo de este proyecto.

#### **E-Commerce (Comercio electrónico)**

Se describe como el crecimiento en línea del comercio, miles de compañías iniciaron sus negocios con el E-Commerce, que consiste en vender o comprar productos o servicios usando como forma de pagos medios electrónicos como tarjetas de créditos. (Pankaj, 2005)

#### **Mercadeo por Internet (E-Marketing)**

La mercadotecnia en Internet es un componente del comercio electrónico. Puede incluir la gestión de contenidos, las relaciones públicas, el servicio al cliente y las ventas. (Riobó, 2006)

## **Negocios por Internet (E-Business)**

Es nada más que comprar y vender por internet pero no se limita al uso de internet solamente sino que incorpora estrategias tecnológicas de la información y comunicación para interacción de clientes, proveedores socios entre otros a través de los diferentes canales de comunicación. (Siebel, 2011)

### **Página web**

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos. (WordPress, Definición de página web, 2013)

### **Tipos de sitios web**

A continuación se definen los distintos tipos de sitio web que existen actualmente.

#### **Sitio Catálogo (Brochureware)**

Este sitio está destinado a ser un sitio de marketing que apoya el proceso de compra y venta. El objetivo es promocionar a la empresa y sus productos. También en ocasiones un sitio catálogo presta servicios de asistencia como documentación sobre los productos o descarga de software y una sección de

preguntas frecuentes, en inglés frequently asked question, (FAQ). Ofrece información de contactos como dirección física, números de teléfono y la dirección de correo electrónico (e-mail).

Las ventas realizadas por este sitio se dan de manera indirecta ya que solo brindan la información del producto, la transacción se hace efectiva o se realiza fuera de línea (offline).

### **Tienda en línea (online)**

Es aquel en donde los consumidores pueden comprar productos y servicios.

Este tipo de Web es denominado sitio de comercio electrónico o B2C por su sigla en inglés (business to consumer) o en español empresa a consumidor.

La tienda en línea enseña los productos y/o servicios, junto con la detallada información de especificaciones y precios, esto desde una base de datos y con un sistema de pagos en línea.

### **Sitio de suscripción**

Este modelo se dirige a un nicho de mercado muy concreto, que otorga un gran valor al servicio de la información a cargo de expertos.

Los boletines electrónicos técnicos, el acceso a datos de investigación y la

Descarga de gráficos, de música y de juegos electrónicos, son ejemplos de Servicios ofrecidos por sitios de suscripción los cuales cobran una pequeña tarifa por cada transacción.

### **Sitio publicitario**

Un sitio Web publicitario es aquel que está dedicado como su nombre lo indica a la puesta de publicidad. Sus ingresos son del dinero obtenido por los anuncios publicitarios como son los banners, otros anuncios, el patrocinador y otros medios de publicidad. El tráfico que genere el sitio es el determinante de su valor.

### **Cibercentro comercial o centro comercial en línea**

Este modelo consiste en la apertura de una tienda en línea dentro de uno de los muchos cibercentros comerciales de la Web. Estos centros ofrecen la posibilidad de implantar la plantilla de catálogo y una extensión del carrito de compras.

Una de las ventajas que genera un cibercentro comercial es la generación de mayor tráfico dentro de nuestro sitio. Por otra parte ofrece la posibilidad de disminuir los costos de software, ya que ofrecen la adopción del sistema de compras del propietario del cibercentro por tan solo un pequeño porcentaje en las ventas.

### **Sitio de comercio electrónico de empresa a empresa**

Un sitio de comercio electrónico de empresa a empresa (B2B, business to business) se dedica a vender productos y/o servicios a otras empresas. Uno de los beneficios de este es la mejora entre los canales de distribución, el servicio al cliente y hasta las estrategias de precios. (Raynolds, 2000)

### **Relaciones Públicas**

Conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras. (Nataly, 2013)

### **Portafolio de servicios**

Es un documento o una presentación donde una compañía detalla las características de su oferta comercial. Este tipo de portafolio puede dirigirse a potenciales clientes, posibles socios comerciales, proveedores entre otros. (WordPress, Definición de portafolio de servicios, 2008)

## **Redes sociales**

Se llama así a los diferentes sitios o páginas de internet que ofrecen registrar y contactar a las personas con el fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros. (Marquis, 2013)

### **Ejemplos y descripción de sitios:**

- ✓ MySpace: Ofrece un espacio web que puede personalizarse con videos, fotos, un blog y toda una serie de diversas y variadas aplicaciones.
- ✓ Facebook: Comenzó como una red social de universitarios; pero sus estrategias de mercadotecnia la han convertido en la red social generalista más importante del mundo.
- ✓ Twitter: Red social para intercambio de intereses sobre todo profesionales y literarios.
- ✓ Flickr: La más grande red social de intercambio de fotografías y de aficionados a la fotografía.
- ✓ Skype: No sólo una red social, sino un servicio de telefonía.
- ✓ Hi5: Es una red social basada en un sitio web, lanzada en 2003 y fundada por Ramun Yalamanchis, es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual; la cual está presente en 23 idiomas populares.

## 2.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES

- ✓ Están basadas en el usuario: Las redes sociales son construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con el contenido.
- ✓ Son Interactivas: Las redes sociales poseen además de un conjunto de salas de chat y foros, una serie de aplicaciones basadas en una red de juegos, como una forma de conectarse y divertirse con los amigos.
- ✓ Establecen relaciones: Las redes sociales no sólo permiten descubrir nuevos amigos sobre la base de intereses, sino que también permiten volver a conectar con viejos amigos con los que se ha perdido contacto desde muchos años atrás.
- ✓ Intercambio de información e intereses: Las redes sociales permiten que el contenido publicado por un usuario se difunda a través de una red de contactos y sub-contactos mucho más grande de lo que se pueda imaginar.
- ✓ Ofrece una variedad de servicios: Intercambio de información, fotografías, servicios de telefonía, juegos, chat, foros. (Marquis, 2013)



**Internet**

Conjunto de redes que utiliza protocolos, como el TCP/IP, que permite la comunicación entre una computadora y otra a nivel mundial. Es conocida como la red de redes. (Lackerbauer, 2000)

**Web**

Surge con el fin de compartir información entre investigadores, pero no es hasta el año 1993 cuando se hizo famosa a nivel mundial, y que debido a la demanda de usuarios que utilizaban fueron surgiendo ciertas mejoras debido a que necesitaban requerimientos específicos, no solo bastaba con tener hipertexto. (Solís, 2013)

**Intercambio de información digitalizada**

Este punto hace referencia a la comunicación que existe entre dos o más partes, el intercambio de bienes y/o servicios o la transmisión de pedidos electrónicos. Esto se puede dar entre organizaciones, individuos o ambos. (Rayport, 2000)

Actividades entre y dentro de las organizaciones que apoyan el intercambio. Lo que quiere decir que el comercio electrónico no solo afecta o modifica la forma en cómo las organizaciones se relacionan con todos su stakeholders

externos (clientes, proveedores, socios, competidores y mercados) sino también a los internos como la operación interna al manejar actividades, procesos y sistemas. (MIKE, 2001)

Como se puede ver el comercio electrónico es mucho más que una transacción bancaria a través de un portal en Internet. Es un nuevo tipo de mercado que transforma las culturas y las sociedades. (Raypot & Jaworskil, 2003)

### **Usabilidad**

Definir la usabilidad en páginas web puede parecer muy complicado y demasiado técnico, pero, no es necesaria tanta complejidad ni tecnicismos que expliquen las funciones mínimas de una página en Internet.

La usabilidad está basada en los siguientes principios:

- ✓ Sencillez.
- ✓ Control.
- ✓ Obviedad.
- ✓ Satisfacción.
- ✓ Accesibilidad.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Personalización. (Raypot & Jaworskil, 2003)

**Smartphone**

Es un teléfono inteligente que puede comunicarse a través de Wi-Fi, bluetooth, conexión a internet, envío de mensajería, e-mails. (Guerrero, 2013)

**Aplicación**

En informática, una aplicación es un tipo de programa informático diseñado como herramienta para permitir a un usuario realizar uno o diversos tipos de trabajos.

**ERP**

Sistema de planificación de los recursos y gestión de la información, que de una forma estructurada satisface la demanda de necesidades de gestión empresarial. (Muñiz, 2004)

**Nube**

El término proviene de la definición que se le dio al procesamiento masivo de datos y almacenamiento de información en grupos de servidores conectados a una conexión de internet llamado Cloud Computing o Computación en la nube. (Yasser, 2013)

## **Franquicia**

La franquicia es la práctica de utilizar el modelo de negocios de otra persona, lo define en su acepción segunda como una "concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona *determinada*."

## **Microempresa**

En términos generales, se denomina microempresa a toda empresa de tamaño pequeño. Una definición más precisa depende de la legislación de cada país. Las microempresas surgen de un proyecto emprendedor por parte del dueño del mismo, quien a su vez suele ser el administrador de su propia empresa. Son negocios que venden sus productos en pequeñas cantidades y no requieren de gran inversión para su funcionamiento. Estas pequeñas empresas tienen la posibilidad de crecer y generar competitividad con sus similares.

## **Hosting o Almacenamiento**

El hosting sirve para almacenar los archivos que conforman su página web, sus correos electrónicos, bases de datos, etc...Adicionalmente con el hosting usted puede instalar paquetes gratuitos como blogs, foros, etc... (Cruz, 2013)

### **Nombre de Dominio**

El nombre de dominio es como la “marca” que tendrá su empresa en internet, por ejemplo, si su empresa se llama “Mi Empresa” entonces el mejor nombre de dominio que puede registrar será [www.miempresa.com](http://www.miempresa.com) (Quiróz, 2013)

### **Diseño de la Página Web**

Es el conjunto de archivos diseñados para su website que contienen información específica sobre su negocio: Visión, misión, descripción de sus servicios, información de contacto. Generalmente tienen un formulario de contacto donde los visitantes pueden mandarle consultas que llegan directamente a su correo electrónico. (Gómez, 2013)

### **Banner**

Un banner (en español: banderola) es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión (Rojas, 2013)

### **Plataforma web**

Una plataforma web, estamos diciendo que nuestro sistema funcionará desde un navegador web, independientemente del sistema operativo (SO) que se esté utilizando. (Luis, 2008)

### **Gestor multimedia**

El gestor multimedia en Joomla es muy útil para subir o borrar imágenes desde la carpeta '/images/' ubicada en la raíz de tu sitio Joomla. Puedes subir nuevas imágenes, o borrar de existente, y crear subdirectorios. (Org, 2014)

### **Gestor de módulos**

El gestor de módulos es el lugar desde donde podrás crear nuevos módulos o editar los existentes. Los módulos, en Joomla! se usan para mostrar contenido y/o información multimedia alrededor del contenido del componente principal. (Org, comunidad joomla, 2014)

### **Gestor de Plugins**

El gestor de plugins te permite habilitar o deshabilitar plugins de Joomla!, así como editar sus detalles y parámetros. (ORG, 2014)

## **CAPITULO 3**

### **3 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **3.1 PROBLEMÁTICA DESTACADA**

Las ventas en la Franquicia “Multicomercio Quintana” se han manejado de manera tradicional, pero en los últimos periodos sus ventas han disminuido en un 30%, debido a factores internos y externos entre ellos el no tener definidas estrategias de comercialización de acuerdo a su empresa o buscar nuevos mercados en el sector de la construcción.

Hemos identificado algunos inconvenientes como la falta de estrategias de marketing, falta de un plan estrategias generales. Esta franquicia no aprovecha las redes sociales para difundir sus promociones y productos, tampoco posee un sitio web donde pueda dar a conocer al público en general los productos que oferta.

### 3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO ACTUAL

Actualmente las ventas se manejan en 4 diferentes formas:

- ✍ El cliente se acerca al local selecciona los materiales de construcción que necesita, cancela su pedido y tiene la opción que se entregue en el lugar de la construcción.
- ✍ El cliente realiza una llamada solicitando los materiales de construcción, los cuales son despachados y cancelados al recibirlos o con un depósito, algunos clientes tiene crédito.
- ✍ El cliente envía su requerimiento por mail, el vendedor le envía la proforma una vez aprobada por el cliente, los productos son despachados y cancelados al recibirlos o con un depósito, algunos clientes tiene crédito.
- ✍ El dueño de empresa presenta su propuesta en compras públicas, de llegar a un acuerdo, él se encarga de realizar los trámites de entrega y cobros.

Al manejarse solo de forma tradicional, se está limitando y no aprovecha los avances tecnológicos, para darse a conocer en el mercado y así poder incrementar sus ventas.



### **3.3 ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL**

En la actualidad en el Cantón de San José de Chimbo existen 5 ferreterías las cuales son pequeñas empresas que muchas veces el consumidor final no encuentra materiales de construcción básicos.

A lo largo de los años Multicomercio Quintana se ha posicionado en dicho cantón por lo que recibe un promedio de 300 clientes al día de acuerdo a una encuesta realizada en el local, esta Franquicia de Disensa tiene como características vender al por mayor y al detalle, donde existe un asistente en ventas que es el encargado de la logística en caso de que el cliente requiera el servicio de transporte para sus materiales.

Las diferentes ferreterías que se encuentran situadas en el cantón San José de Chimbo no cuentan con servicio puerta a puerta, por lo que si el usuario requiere llevar materiales pesados, cada uno de ellos deberá contratar el transporte para su pedido.

Es por ello que actualmente Multicomercio Quintana es Líder en el sector ferretero de este cantón

### 3.4 MODELO DE NEGOCIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO

Alianzas Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Cliente
-Municipio -Hoteles -Gremio de arquitectos -Constructoras -Inmobiliarias -Comerciales	-Venta de Materiales de construcción -	-Venta online -Cotización -Consulta de materiales	-Web -Redes Sociales -Prensa -Eventos	-Empresas Naturales -Constructoras -Municipio - -Otros
	<b>Recursos Claves</b> --Personal -Instalaciones -Vehículos -		<b>Canal de Distribución</b>  -Terrestre -Web -Canales Locales	

Tabla 3.1 Modelo de Negocio y Análisis del mercado

### 3.5 BARRERAS DEL MERCADO



Figura 3.1 Barreras del mercado

### 3.6 ANÁLISIS FODA



Figura 3.2 Análisis FODA

**FORTALEZAS.-** Son las cosas con las que cuenta una organización. Son de vital importancia para el funcionamiento y desarrollo.

- 🔗 Productos acorde con las exigencias del cliente
- 🔗 Suficiente Stock en mercadería.
- 🔗 Precios justos y accesibles a los consumidores
- 🔗 Ubicación estratégica del negocio "Vía Principal"
- 🔗 Descuentos y promociones a clientes frecuentes

**OPORTUNIDADES.-** Son todas aquellas posibilidades de desarrollo que tiene una organización.

- 🔗 Nuevos mercados aprovechando los préstamos del BIESS
- 🔗 Reinvertir constantemente e incrementar los productos que se comercializan.
- 🔗 Ampliar la base de clientes y motivarlos a recomendarnos.

- ✍ La gran afluencia de carros al ser una vía principal lo cual provoca que sea más reconocido el local.
- ✍ Posee transportes para todo tipo de mercadería. (cuenta con Plataforma, camión, camioneta)

DEBILIDADES.- Son todas aquellas deficiencias con las que cuenta una organización.

- ✍ Tiene un solo local.
- ✍ No posee tecnología avanzada de comunicación como el uso de una página web
- ✍ No existe compromiso suficiente para el logro de objetivos.
- ✍ Sistema de computación no adecuado (lento).

AMENAZAS.- Son todas aquellas situaciones negativas que atentan contra el desarrollo de una organización.

- ✍ Ingreso al mercado de grandes competidores.
- ✍ Inestabilidad económica y política.
- ✍ Competencia que maneja un buen plan de marketing.
- ✍ Incremento de la competencia en el sector.

### 3.7 SOLUCIONES PROPUESTAS

Mediante un análisis de la situación actual de la empresa y de los medios con lo que dispone se presentan las siguientes propuestas:

- ✍ Desarrollo de una plataforma web con herramientas Microsoft
- ✍ Desarrollo de Una plataforma web con php
- ✍ Campaña de publicidad en medios escritos y radiales
- ✍ Contratar personal para que realice marketing y ventas directas.

#### **Desarrollo de una plataforma web con Herramientas Microsoft**

Se desarrollará una plataforma que permita mejorar las gestiones administrativas y que mejore la interacción con el cliente, va a permitir realizar cotizaciones, un foro que permita responder todas las inquietudes que tenga el usuario final.

Dicha plataforma se implementará en lenguaje Asp.Net con conexión a una base de datos MySql, contemplando todas las funciones básicas y necesarias de seguridad, tomando como referencia los estándares actuales de la web 3.0, todo esto va a permitir llevar un control de la logística interna y externa del Franquiciado.

### **Desarrollo de una plataforma web con php**

Se desarrollará una plataforma que permita mejorar las gestiones administrativas y que mejore la interacción con el cliente, va a permitir realizar cotizaciones, un foro que permita responder todas las inquietudes que tenga el usuario final.

Dicha plataforma se implementará en lenguaje PHP con conexión a una base de datos MySql, contemplando todas las funciones básicas y necesarias de seguridad, tomando como referencia los estándares actuales de la web 3.0, todo esto va a permitir llevar un control de la logística interna y externa del Franquiciado, va a contar con un administrador para una mejor gestión del contenido.



Figura 3.3 Logo de PHP

Se puede integrar la plataforma con las redes sociales para que pueda generar un marketing indirecto y que se pueda segmentar el mercado, utilizando herramientas como sign-up que permite gestionar las redes sociales y realizar campañas de publicidad con asistentes personalizados.

**Campaña de publicidad en medios escritos y radiales**

Crear una agresiva campaña para reposicionar a la empresa como número uno en el sector de la construcción, con publicidad tanto en los principales periódicos de la provincia, así como folletos dando a conocer sus productos en las distintas marcas que comercializa, también crear una propaganda que sea difundida de manera diaria en las radiodifusoras del cantón para que de esa manera cuando necesiten algún material piensen de inmediato en Multicomercio Quintana.

Crear promociones por consumos realizados, como sorteos o acumulación de puntos para ser canjeados por premios.

Patrocinar eventos deportivos o de labor social con el fin de dar a conocer a la marca como una empresa sólida.

**Contratar personal para que realice marketing y ventas directas.**

Crear un departamento de ventas con personal capacitado y que posea conocimientos del sector de la construcción, estos se encargarían de contactar a posibles clientes para ofrecer afiliaciones y así puedan obtener descuentos por fidelidad también se encargarían de ofrecer los materiales y herramientas que necesite para su obra.



Internamente se crearía políticas de venta y premios por ventas realizadas para motivar a los vendedores a superar sus propias metas y poder aumentar las ventas mensuales.

### **3.8 SELECCIÓN DE LA MEJOR SOLUCION**

La solución elegida es Desarrollo de una plataforma web con php debido a que la plataforma es de uso gratuito y permite tener aplicaciones que en futuro se pueden expandir.

### **3.9 BENEFICIOS DE LA SOLUCIÓN**

- 🔗 Plataforma gratuita
- 🔗 Costos de implementación y mantenimiento bajos
- 🔗 Se llega a los clientes de una manera directa e indirecta con un sitio web
- 🔗 Se puede integrar con redes sociales de manera sencilla
- 🔗 Variedad de medios para difundir un mensaje con rapidez de una persona a otra por ende crear un efecto de rumor
- 🔗 Se aprovecha el uso de la tecnología como principal herramienta de difusión
- 🔗 Desarrollo de un sitio web es eficaz, en especial cuando están respaldadas o patrocinadas por empresas de confianza

- ✍ Permite tener una comunicación bidireccional con el cliente, de esa manera crear vínculos de fidelidad a la empresa.
- ✍ En el sitio se puede patrocinar a distintas empresas del área de la construcción que cuenten con alto prestigio.
- ✍ El cliente podrá encontrar una base de datos de trabajadores con conocimientos relacionados a la construcción.
- ✍ Permitirá realizar cotizaciones on-line.
- ✍ La información se encontrar disponible y accesible en cualquier momento.
- ✍ Su target se expandiría a nivel nacional
- ✍ Se creara una cuenta en <http://www.sign-up.to/> para poder realizar campañas de márketing digital.

### 3.10 MANUAL DE USUARIO

#### 1. inicio

Al ingresar a [www.multicomercioquintana.com](http://www.multicomercioquintana.com) se presentara esta página de inicio en la cual se podrá divisar el menú principal para acceder a diferentes opciones que presenta la página.

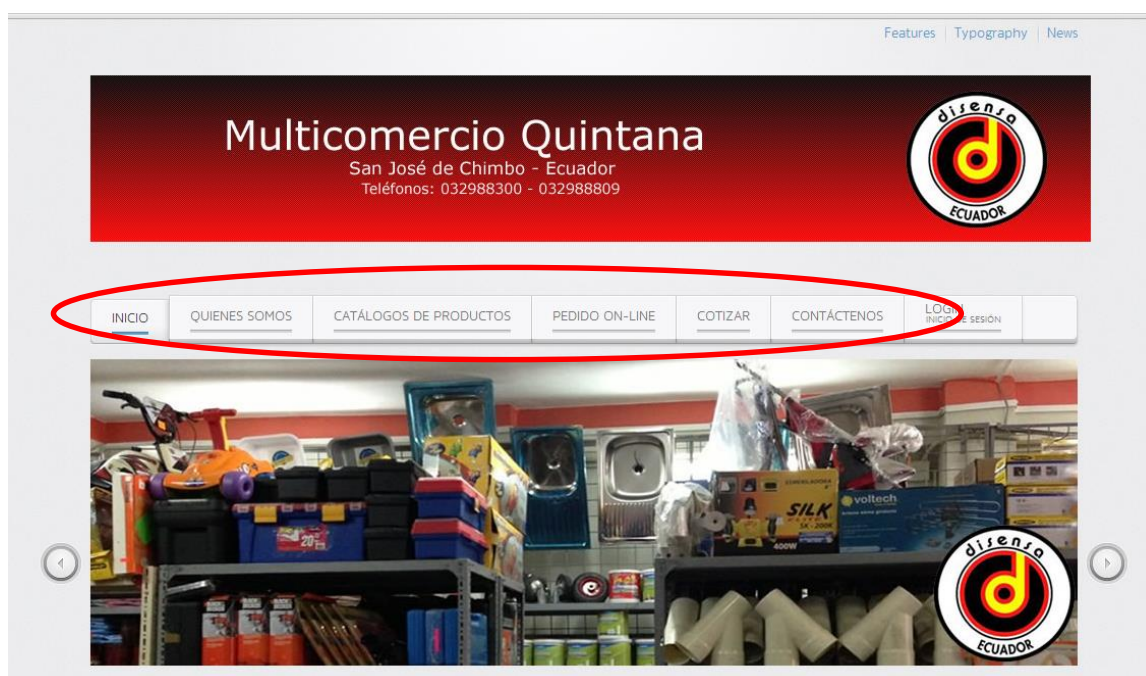


Figura 3.4 Home del Sitio Web

Accesos directos a:



- Compra On-Line
- Portal de empleo
- Catálogo de Productos




Figura 3.5 Accesos directos al sitio

**Compra On-line:** El usuario podrá seleccionar los productos que desea y hacer el pago en línea.

**Portal de Empleo:** Puede encontrar personas ofreciendo sus servicios

**Catálogo de Productos:** Un listado de todos los productos con los que cuenta el local



En la parte inferior de la página se podrán divisar presentaciones aleatorias de las promociones vigentes y en la parte derecha un módulo de Facebook  para

comentarios.

## Bienvenidos

24 FEBRERO 2011



DEMO  
**Pulse Meter**  
 120 beats per min

DEMO  
**Personal Highscore**  
 Calories burned

DEMO  
**Personal Highscore**  
 2651 steps/2.43 km

DEMO  
**Current Sleep Phase**  
 7:45 am

 Edit this article.

## Síguenos

Find us on Facebook



**Multicomercio Quintana**  
Like



**Multicomercio Quintana**  
 Muy Pronto descuentos y sorpresas  
28 de septiembre a la(s) 13:47

Mostrar más ▼

2 people like Multicomercio Quintana.




 Facebook social plugin

KA Facebook Fanbox 1.1

Figura 3.6 Sección de Bienvenida del Sitio

## 2. Quienes somos



En esta opción encontraremos información detallada de la empresa sus inicios, misión, visión, ubicación.

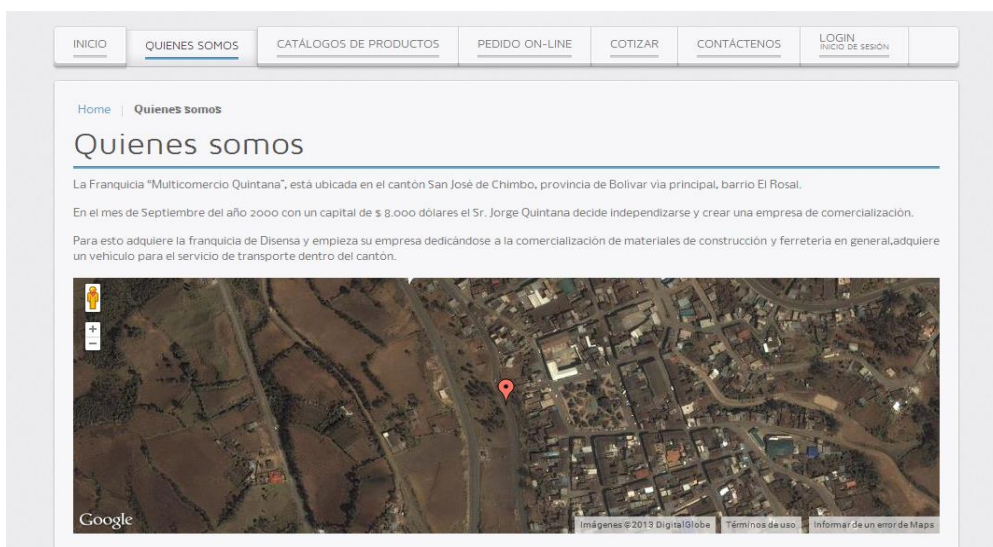


Figura 3.7 Sección de Quiénes Somos

## 3 Pedidos On –line



En esta opción se podrá realizar pedidos en línea

- Damos clic en Pedidos  On-line
- Seleccionamos los productos a comprar
- Damos clic en el carrito de compras.

Descripción	Producto	Precio	
Mt2	Adoquines	1.50	<input type="checkbox"/>
Libra	Alambre	10.50	<input type="checkbox"/>
Rollo	Alambre de Pua	25.00	<input type="checkbox"/>
Par	Botas	13.00	<input type="checkbox"/>
Libra	Cables electricos	10.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Caja de Herramientas	12.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Casco para soldar	11.50	<input type="checkbox"/>
Saco	Cemento	5.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Cemento de Contacto	0.85	<input type="checkbox"/>
Unidad	Cinta aislante	1.30	<input type="checkbox"/>
Libra	Clavos	2.50	<input type="checkbox"/>
Par	Guantes	5.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Ladrillo	0.10	<input type="checkbox"/>
Unidad	Maquina para soldar	235.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Tubo 2"	4.25	<input type="checkbox"/>
Unidad	Tubo 3"	5.20	<input type="checkbox"/>
Libra	Varilla	13.00	<input type="checkbox"/>
Unidad	Zinc	12.50	<input type="checkbox"/>

Figura 3.8 Compra en Línea

En la segunda pantalla



- d. Colocamos la cantidad de cada producto que vamos a comprar para que se realice el cálculo del valor a pagar.
- e. Damos clic en Finalizar la compra

INICIO   QUIENES SOMOS   CATÁLOGOS DE PRODUCTOS   **PEDIDO ON-LINE**   COTIZAR   CONTÁCTENOS   LOGIN INICIO DE SESIÓN

## Compra en Línea

### Carrito

Producto	Precio	Cantidad de Unidades	Borrar	Actualizar
Alambre	10.50	1 <input type="text" value="1"/>		
Adoquines	1.50	1 <input type="text" value="1"/>		

Total de Artículos: 2

Total: \$12.00

Continuar la selección de productos [FINALIZAR LA COMPRA](#)

Figura 3.9 Selección de artículos



En la tercera pantalla

- f. Seleccionamos la forma de pago
- g. Damos clic en Enviar

INICIO   QUIENES SOMOS   CATÁLOGOS DE PRODUCTOS   **PEDIDO ON-LINE**   COTIZAR   CONTÁCTENOS   LOGIN INICIO DE SESIÓN

## Compra en Línea

Finalizar la Compra

**Detalle de los Productos Seleccionados:**  
 Productos: 1 unidad de Alambre+1 unidad de Adoquines  
 Precio Total: \$12.00

Figura 3.10 Selección de Método de pago



#### 4.- Cotización



En esta opción podemos realizar una cotización de productos

- a. Clic en Cotizar
- b. Llenar los datos
- c. Enviar
- d. Recibirá la cotización en la página

### Cotización

---

**COTIZACION**

Cliente:	Carlos Avila	Fecha:	12/12/2013
Ruc:	0922753498	Fecha Valida Hasta:	24/112/2013
Dirección:	Av. Paquisha y la merce	Email:	gmcruz@espol.edu.ec
Contacto:	0988786769	Twitter	gmcruzg
Teléfono:	0982790779	Facebook	

Producto: producto1 ▼
[Agregar](#)

Código	Descripción	Cantidad
00239	Cemento	13

**Figura 3.11 Cotización**

## 5.- Contáctenos

Encontrará información de contacto, números telefónicos, direcciones, correo electrónico de la empresa. Se incluye un formulario en el cual pueden ingresar sus comentarios o preguntas.



Home | Contáctenos

### Katerine Prado

Servicio al cliente

**Dirección**  
CnImbo  
Bolívar  
Ecuador

**Contacto**  
092343453  
<http://www.muiticomercioquintana.com>

**Formulario de contacto**

ENVIAR UN CORREO ELECTRONICO. TODOS LOS CAMPOS CON EL ASTERISCO (\*) SON OBLIGATORIOS.

Nombre \*

Correo electrónico\*

Asunto\*

Mensaje\*

Envíeme una copia

ENVIAR

Figura 3.12 Formulario de Contactos

## 6.- Iniciar Sección



Una vez registrado sus datos podrá ingresar con su usuario y su contraseña.



Figura 3.13 Banner Principal

## ADMINISTRACION DEL SITIO

### 7.- Panel de Control del Sitio



El usuario puede encontrar las diferentes opciones para actualización del sitio, se encuentran por categorías y también tiene un acceso directo.

**Administración**

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0

Panel de control  
Mi perfil  
Configuración global  
Mantenimiento  
Información del sistema  
Desconectar

Gestor de artículos  
Gestor de categorías  
Gestor multimedia  
Gestor de menús

Gestor de usuarios  
Gestor de módulos  
Gestor de extensiones  
Gestor de idiomas  
Configuración global

▼ Los 5 últimos usuarios conectados

Nombre	Localización	ID	Última actividad
Super User	Administrador	42	2013-11-24 17:02:11

► Los 5 artículos más populares

► Los 5 últimos artículos añadidos

Figura 3.14 Panel de Administración

## 8.- Gestión de Usuario



Permite crear, modificar, eliminar los usuarios del Sitio Web, y concede privilegios como: Administrador, Editor y Jefe de Redacción.

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Des

**Gestor de usuarios: Usuarios** Nuevo Editar Activar Bloquear Desbloquear Borrar Opciones

Usuarios Grupos de usuario Niveles de acceso Notas del usuario Categorías de notas

Buscar usuarios:  Buscar Restablecer Filtrar usuarios por: Estado - Activo - Grupo - Fecha de registro -

Nombre	Usuario	Habilitado	Activado	Grupos	Correo electrónico	Fecha de la última visita	Fecha de registro
Super User	admin	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Super Users	admin@admin.com	2013-11-24 17:02:11	2013-07-25 03:45:43

Cantidad 20

Procesar por lotes los usuarios seleccionados

Figura 3.15 Administración de Usuarios

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Des

Gestor de usuarios Grupos de usuarios: Usuarios Niveles de acceso Añadir nuevo nivel de acceso Notas de usuario Categorías de notas de usuario Niveles de acceso Notas del usuario Categorías de notas Correo masivo

**Gestor de usuarios: Usuarios** Nuevo Editar Activar Bloquear Desbloquear Borrar Opciones

Usuarios Grupos de usuario Niveles de acceso Notas del usuario Categorías de notas

Buscar usuarios:  Buscar Restablecer Filtrar usuarios por: Estado - Activo - Grupo - Fecha de registro -

Nombre	Usuario	Habilitado	Activado	Grupos	Correo electrónico	Fecha de la última visita	Fecha de registro
Super User	admin	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Super Users	admin@admin.com	2013-11-24 17:02:11	2013-07-25 03:45:43

Cantidad 20

Figura 3.16 Gestor de Usuarios

## 9.- Administración de Menú



Permite crear y modificar las opciones del menú del Sitio, crear nuevos enlaces y poder organizar la información.

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Desconectar

**Gestor de menús: Elementos del menú** Nuevo Editar Publicar Despublicar Desbloquear Papelera Inicio Reconstruir Ayuda

Menús Elementos del menú

Filtro:  Buscar Limpiar Main Menu - Seleccionar niveles máximos - Seleccionar estado - Seleccionar acceso - Seleccionar idioma -

<input type="checkbox"/>	Título	Estado	Orden	Acceso	Tipo de elemento del menú	Inicio	Idioma	ID
<input type="checkbox"/>	Inicio (Alias: inicio)		<input type="text" value="1"/>	Public	Artículos » Mostrar un solo artículo		Todos	101
<input type="checkbox"/>	Blue / Orange		<input type="text" value="1"/>	Public	Crear una URL		Todos	131
<input type="checkbox"/>	Lightgreen / Orange		<input type="text" value="2"/>	Public	Crear una URL		Todos	132
<input type="checkbox"/>	Lilac / Blue		<input type="text" value="3"/>	Public	Crear una URL		Todos	133
<input type="checkbox"/>	Grey / Red		<input type="text" value="4"/>	Public	Crear una URL		Todos	134
<input type="checkbox"/>	Turquoise / Green		<input type="text" value="5"/>	Public	Crear una URL		Todos	154
<input type="checkbox"/>	Red / Grey		<input type="text" value="6"/>	Public	Crear una URL		Todos	135

Figura 3.17 Gestor de Menú

## 10.- Gestor de Artículos



Crea y modifica los artículos que se encuentran publicados en el sitio y permite establecer una publicación automática.

Administración Joomla!

Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Desconectar

**Gestor de artículos: Artículos** Nuevo Editar Publicar Despublicar Destacado Archivar Desbloquear Papelera Opciones Ayuda

Artículos Categorías Artículos destacados

Filtro:  Buscar Limpiar

<input type="checkbox"/>	Título	Estado	Destacado	Categoría	Orden	Acceso	Creado por	Fecha	Veces visto	Idioma	ID
<input type="checkbox"/>	Accordion (Alias: accordion)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="4"/>	Public	Super User	31-07-2011	1	Todos	21
<input type="checkbox"/>	Beautiful Icons (Alias: beautiful-icons)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Blog	<input type="text" value="2"/>	Public	Super User	20-03-2011	3	Todos	9
<input type="checkbox"/>	Bienvenidos (Alias: bienvenidos)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="19"/>	Public	Super User	24-02-2011	430	Todos	7
<input type="checkbox"/>	Compra en Línea (Alias: compra-en-linea)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="0"/>	Public	Super User	09-10-2013	5	Todos	28
<input type="checkbox"/>	Cotización (Alias: cotizacion)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="1"/>	Registered	Super User	09-10-2013	18	Todos	25
<input type="checkbox"/>	Dummy Content (Alias: dummy-content)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="17"/>	Public	Super User	02-05-2011	3	Todos	5
<input type="checkbox"/>	Features (Alias: features)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Uncategorised	<input type="text" value="18"/>	Public	Super User	02-05-2011	66	Todos	6
<input type="checkbox"/>	Free Social Icons	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>		<input type="text" value="1"/>	Public	Super User	11-11-2011	1	Todos	10

Figura 3.18 Gestor de Artículos

## 11.- Gestor Multimedia



Permite subir al servidor todos los archivos multimedia para ser publicados en el sitio

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Desconectar

Gestor multimedia Borrar Opciones Ayuda

Vista en miniaturas Vista en detalle

Carpets multimedia

- articulos
- banner
- banners
- box
- catalogo
- sampledata
- slider
- yootheme

Archivos

articulos banner banners box catalogo sampledata slider

yootheme DSC01520.J... bread.png joomla\_bla... joomla\_gre... joomla\_log... local.jpg local.png

powered\_by...

E:\xampp\htdocs\disensa\imagenes Crear carpeta

Figura 3.19 Gestor Multimedia



## 12.- Gestor de Contacto



Administra cada una de las categorías de contactos que se puedan publicar en el sitio

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Desconectar

**Gestor de contactos: Contactos** Nuevo Editar Publicar Despublicar Archivar Desbloquear Papelera Opciones Ayuda

Contactos Categorías

Filtro:  Buscar Limpiar - Seleccionar estado - - Seleccionar categoría - - Seleccionar acceso - - Seleccionar idioma -

<input type="checkbox"/>	Título	Usuario enlazado	Estado	Destacado	Categoría	Orden	Acceso	Idioma	ID
<input type="checkbox"/>	Katerine Prado (Alias: katerine-prado)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Uncategorised	1	Public	Todos	1

Cantidad: 20

Procesar por lotes los siguientes contactos

Si se ha elegido copiar un contacto, se aplicará cualquier otra acción seleccionada en el contacto a copiar. En otro caso, se aplicarán todas las acciones al contacto.

Asignar nivel de acceso - Mantener niveles de acceso originales -

Asignar idioma - Mantener el idioma original -

Asignar el usuario enlazado - Mantener el usuario original -

Seleccionar categoría a mover o copiar

Seleccionar  Copiar  Mover

Figura 3.20 Administrador de Contactos

### 13.- Gestor de Módulo



Permite instalar, publicar y des publicar diferentes módulos para el funcionamiento del sitio.

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio 1 Desconectar

**Gestor de módulos: Módulos** Nuevo Editar Duplicar Publicar Despublicar Desbloquear Papelera Opciones Ayuda

Filtro:  Buscar Limpiar Sitio - Seleccionar estado - Seleccionar posición - Seleccionar tipo - Seleccionar acceso - Seleccionar idioma -

<input type="checkbox"/>	Título	Estado	Posición	Orden	Tipo	Páginas	Acceso	Idioma	ID
<input type="checkbox"/>	Widgetkit		:: Ninguno ::	<input type="text" value="0"/>	Widgetkit	Ninguno	Public	Todos	75
<input type="checkbox"/>	Facebook FanBox		:: Ninguno ::	<input type="text" value="0"/>	Facebook FanBox	Ninguno	Public	Todos	93
<input type="checkbox"/>	Bottom A		bottom-a	<input type="text" value="1"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	19
<input type="checkbox"/>	Twitter Bubbles		bottom-a	<input type="text" value="1"/>	Widgetkit Twitter	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	78
<input type="checkbox"/>	Bottom A		bottom-a	<input type="text" value="2"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	20
<input type="checkbox"/>	Bottom A		bottom-a	<input type="text" value="3"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	21
<input type="checkbox"/>	Bottom A		bottom-a	<input type="text" value="4"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	22
<input type="checkbox"/>	Bottom B		bottom-b	<input type="text" value="1"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	27
<input type="checkbox"/>	Popular Sports		bottom-b	<input type="text" value="1"/>	HTML personalizado	Solo en las seleccionadas	Public	Todos	83

Figura 3.21 Gestor de Módulos

## 14.- Gestor de Plugins



Activa o desactiva los diferentes plugins para el sitio

Administración Joomla!

Sitio Usuarios Menús Contenido Componentes Extensiones Ayuda 0 visitantes 1 administrador 0 Ver sitio Desconectar

**Gestor de plugins: Plugins** Editar Habilitar Deshabilitar Desbloquear Opciones Ayuda

Filtro:  Buscar Limpiar - Seleccionar estado - Seleccionar tipo - Seleccionar acceso -

<input type="checkbox"/>	Nombre del plugin	Estado	Orden	Tipo	Elementos	Acceso	ID
<input type="checkbox"/>	Autenticación - Joomla	✓	0	authentication	joomla	Public	401
<input type="checkbox"/>	Autenticación - GMail	⊘	1	authentication	gmail	Public	400
<input type="checkbox"/>	Autenticación - LDAP	⊘	3	authentication	ldap	Public	402
<input type="checkbox"/>	Captcha - ReCaptcha	✓	0	captcha	recaptcha	Public	439
<input type="checkbox"/>	Content - Widgetkit	✓	0	content	widgetkit_content	Public	10004
<input type="checkbox"/>	Contenido - Cargar módulos	✓	0	content	loadmodule	Public	406
<input type="checkbox"/>	Contenido - Joomla	✓	0	content	joomla	Public	435
<input type="checkbox"/>	Contenido - Búsquedas inteligentes	⊘	0	content	finder	Public	441
<input type="checkbox"/>	Contenido - Enmascarar correo	✓	1	content	emailcloak	Public	404
<input type="checkbox"/>	Contenido - Remarcador de código (GeSHi)	⊘	2	content	geshi	Public	405
<input type="checkbox"/>	Contenido - Salto de página	✓	4	content	pagebreak	Public	407
<input type="checkbox"/>	Contenido - Navegación entre páginas	⊘	5	content	pagenavigation	Public	408
<input type="checkbox"/>		✓	8	content	vote	Public	409

ilhost81/disensa/administrator/index.php?option=com\_plugins#

Figura 3.22 Gestor de Plugins

## **CAPÍTULO 4**

### **4 ANÁLISIS FINANCIERO**

La inversión en activos se puede diferenciar claramente, según su tipo. La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. En este apartado se define la inversión monetaria sólo en los activos fijo y diferido, que corresponden a todos los necesarios para operar la empresa desde los puntos de vista de producción, administración y ventas. El activo circulante (capital de trabajo), que es otro tipo de inversión, se determina en otro apartado. De acuerdo a las leyes tributarias vigentes, el impuesto al valor agregado no se considera como parte de la inversión inicial.

#### 4.1 COSTO DE HOSTING

Para entrar en funcionamiento de nuestro sitio web, contrataremos a un proveedor que nos brinde el alojamiento de nuestro sitio web, a continuación se detallan las características de nuestro plan de Hosting:

SOFTWARE			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Sitio Web</b>	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
<b>Dominio</b>	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>Hosting</b>	1	\$ 0,00	\$ 45,00
<b>MySql</b>	1	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total</b>			\$ 1.375,00

Tabla 4.1 Software

#### 4.2 INVERSIÓN INICIAL

Concluyendo el estudio de la inversión de la página web, se la llevara a cabo, por lo cual se muestra en las siguientes tablas los costos necesarios para invertir el proyecto.

ALQUILER OFICINA				
Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Mensual	C. Anual
<b>Oficina</b>	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>Total</b>				\$ 3.600,00

Tabla 4.2 Alquiler de Oficina

<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Escritorio</b>	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
<b>Silla Ejecutiva</b>	3	\$ 100,00	\$ 300,00
<b>Sillas</b>	6	\$ 50,00	\$ 300,00
<b>Archivadores</b>	2	\$ 180,00	\$ 360,00
<b>Total</b>			\$ 1.960,00

Tabla 4.3 Muebles de Oficina

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>A/c</b>	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
<b>Teléfonos</b>	2	\$ 150,00	\$ 300,00
<b>Total</b>			\$ 1.700,00

Tabla 4.4 Equipos de Oficina

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Computadoras</b>	4	\$ 950,00	\$ 3.800,00
<b>Servidor</b>	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
<b>Laptop</b>	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
<b>Impresora</b>	2	\$ 250,00	\$ 500,00
<b>Total</b>			\$ 6.800,00

Tabla 4.5 Equipos de Computación

### 4.3 INVERSIÓN TOTAL

El total de la inversión inicial en los activos fijos y diferidos se presenta en el siguiente cuadro.

<b>INVERSION INICIAL</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles de oficina	\$ 1.960,00
Equipo de Oficina	\$ 1.700,00
Equipo de Computación	\$ 6.800,00
Página Web	\$ 1.375,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 10.460,00</b>
<b>GASTOS DIFERIDOS</b>	
Gastos Constitución	\$ 685,02
Capital Trabajo	\$ 2.300,00
<b>TOTAL GASTOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 2.985,02</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 13.445,02</b>

Tabla 4.6 Inversión Inicial

### 4.4 FINANCIAMIENTO

El presente proyecto será financiado en un 30% por capital propio, por parte de un grupo inversionista y un 70% mediante un préstamo bancario.

<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION INICIAL</b>	
<b>APORTE SOCIOS (30%)</b>	<b>\$ 4.033,51</b>
<b>PRESTAMO A REQUERIR (70%)</b>	<b>\$ 9.411,51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.445,02</b>

Tabla 4.7 Financiamiento de la Inv. Inicial

## 4.5 INGRESOS

### 4.5.1 INGRESOS POR VENTA

Comprende la entrada de recursos por la generación de ingresos compuesta por las ventas realizadas a través del sitio Web y ventas directas.

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Ladrillos	2500	0,20	\$ 500,00
Piedras /metro 2	20	23,00	\$ 460,00
Cemento	750	7,85	\$ 5.887,50
Arena /metro 2	300	5,25	\$ 1.575,00
Eternit	160	23,00	\$ 3.680,00
bloques 0.18*0.38*0.09m	25000	0,23	\$ 5.750,00
sika 1.5KG	25	2,85	\$ 71,25
cerámica 31*31 o similar	56	7,14	\$ 399,84
sacos de bondex de 25kg	41	4,89	\$ 200,49
inodoro lavamanos	50	60,00	\$ 3.000,00
ducha giratoria	25	4,76	\$ 119,00
pintura caucho	63	6,57	\$ 413,91
varilla 8mm*9m	85	3,43	\$ 291,55
varilla 12mm L 1,00m	896	0,90	\$ 806,40
cable solido 12	120	0,60	\$ 72,00
cinta aislante	63	1,00	\$ 63,00
cajetín octagonal	256	0,50	\$ 128,00
cajetín rectangular	3265	0,50	\$ 1.632,50
boquilla porcelana	40	0,90	\$ 36,00
interruptor completo	87	1,00	\$ 87,00
manguera 1/2 instalación	500	0,15	\$ 75,00
porcelana 2kg	45	1,90	\$ 85,50
puerta 1.90x64cm	63	58,00	\$ 3.654,00
malla electro soldada	58	14,00	\$ 812,00
bloques ornamentales	125	2,10	\$ 262,50
tubo pvc 50mm *3mt	521	1,70	\$ 885,70
codos pvc 50*90	75	1,24	\$ 93,00
codo pvc 110mm x90	50	2,15	\$ 107,50
tee pvc inyectados 50mm	96	0,90	\$ 86,40



rejilla de piso de 2"	45	1,00	\$	45,00
tubo pvc 110mm 3mt	68	5,30	\$	360,40
codos hidro 3 1/2 *90	100	0,35	\$	35,00
te hidro 3 ½	142	0,70	\$	99,40
llave paso ½	74	4,86	\$	359,64
libra de clavo 21/2	52	1,00	\$	52,00
tubo permatex mediano	69	1,70	\$	117,30
tubos pvc -p ros cable	38	5,17	\$	196,46
<b>TOTAL VENTAS EN EL MES</b>	<b>\$ 32.500,24</b>			

Tabla 4.8 Ingresos por Ventas

#### 4.5.2 COSTO POR VENTAS

El costo de comercializar la mercadería desde la compra, la venta, almacenamiento y entrega en los puntos asignados por el cliente.

Descripción	Mensual	Anual
<b>Transporte</b>	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
<b>Mercadería</b>	\$ 24.375,00	\$ 292.500,00
<b>Almacenamiento</b>	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>Total</b>	\$ 26.175,00	\$ 314.100,00

Tabla 4.9 Costo por Ventas

## 4.6 GASTOS

### 4.6.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

En el siguiente cuadro se detallan los gastos de sueldos y salarios del personal que trabaja en el Multicomercio Quintana.

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Gerente</b>	1	950	\$ 11.400,00
<b>Cajera</b>	2	\$ 350,00	\$ 8.400,00
<b>Chofer</b>	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
<b>Personal Servicio</b>	2	\$ 315,00	\$ 7.560,00
<b>Secretaria</b>	1	\$ 410,00	\$ 4.920,00
<b>Total</b>		\$ 2.575,00	\$ 38.880,00

Tabla 4.10 Sueldos y Salarios

<b>BENEFICIOS SOCIALES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Décimo tercer sueldo</b>	2	\$ 214,58	\$ 2.575,00
<b>Décimo Cuarto Sueldo</b>	2	\$ 106,00	\$ 1.272,00
<b>Aporte Patronal</b>	2	\$ 312,86	\$ 3.754,35
<b>Fondo de reserva</b>	2	\$ 214,58	\$ 2.575,00
<b>Total</b>		\$ 848,03	\$ 10.176,35

Tabla 4.11 Beneficios Sociales

#### 4.6.2 GASTOS OPERATIVOS

<b>GASTOS GENERALES</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Agua</b>	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Luz</b>	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Dominio Hosting</b>		\$ 75,00
<b>Teléfono</b>	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>Internet</b>	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>Suministro Oficina</b>	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>Seguro oficina</b>	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Total</b>		\$ 3.615,00

Tabla 4.12 Gastos Operativos

#### 4.7 ANALISIS DE COSTOS

Se han contemplado el sueldo del personal necesario para poder llevar a cabo este proyecto, se han considerado todos los beneficios de ley que rigen en la actualidad.

##### 4.7.1 GASTOS FINANCIEROS

La empresa para iniciar sus operaciones necesitará recurrir a un préstamo bancario por el 70% de la inversión, por lo que se detalla la amortización de dicho préstamo.

AMORTIZACION			
AÑO	CAPITAL	INTERES	TOTAL
1	\$ 1.511,21	\$ 1.035,27	\$ 2.546,48
2	\$ 1.677,44	\$ 869,03	\$ 2.546,48
3	\$ 1.861,96	\$ 684,51	\$ 2.546,48
4	\$ 2.066,78	\$ 479,70	\$ 2.546,48
5	\$ 2.294,12	\$ 252,35	\$ 2.546,48
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.411,51</b>	<b>\$ 3.320,87</b>	<b>\$ 12.732,38</b>

Tabla 4.13 Amortización

#### 4.7.2 DEPRECIACION

DEPRECIACION			
Descripción	V. Compra	Vida Contable	Depreciación Anual
<b>Equipo Computación</b>	\$ 6.800,00	3	\$ 2.266,67
<b>Muebles Oficina</b>	\$ 1.960,00	5	\$ 392,00
<b>Equipos Oficina</b>	\$ 1.700,00	5	\$ 340,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.998,67</b>

Tabla 4.14 Depreciación

## 4.8 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		\$ 390.000,00	\$ 401.700,00	\$ 413.751,00	\$ 426.163,53	\$ 438.948,44
PRESTAMO BANCARIO	(\$ 9.411,51)					
APORTE ACCIONISTAS	(\$ 4.033,51)					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>(\$ 13.445,02)</b>	\$ 390.000,00	\$ 401.700,00	\$ 413.751,00	\$ 426.163,53	\$ 438.948,44
COSTO DE VENTA		\$ 314.100,00	\$ 320.382,00	\$ 326.789,64	\$ 333.325,43	\$ 339.991,94
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
PUBLICIDAD		\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
ALQUILER DE OFICINA		\$ 3.600,00	\$ 3.672,00	\$ 3.745,44	\$ 3.820,35	\$ 3.896,76
SUELDOS Y SALARIOS		\$ 38.880,00	\$ 40.824,00	\$ 42.865,20	\$ 45.008,46	\$ 47.258,88
BENEFICIOS SOCIALES		\$ 10.176,35	\$ 10.685,17	\$ 11.219,43	\$ 11.780,40	\$ 12.369,42
GASTOS GENERALES		\$ 2.575,00	\$ 2.703,75	\$ 2.838,94	\$ 2.980,88	\$ 3.129,93
DEPRECIACION		\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>		\$ 66.630,02	\$ 69.283,58	\$ 72.067,67	\$ 74.988,76	\$ 78.053,65
AMORTIZACION CAPITAL PRESTAMO		\$ 1.511,21	\$ 1.677,44	\$ 1.861,96	\$ 2.066,78	\$ 2.294,12
INTERES		\$ 1.035,27	\$ 869,03	\$ 684,51	\$ 479,70	\$ 252,35
<b>UTILIDAD BRUTA OPERATIVA</b>		\$ 6.723,51	\$ 9.487,94	\$ 12.347,21	\$ 15.302,86	\$ 18.356,37
PARTICIPACION 15% UTILIDAD		\$ 1.008,53	\$ 1.423,19	\$ 1.852,08	\$ 2.295,43	\$ 2.753,46
UTILIDAD ANTES IMPUESTO		\$ 5.714,98	\$ 8.064,75	\$ 10.495,13	\$ 13.007,43	\$ 15.602,91
IMPUESTOS (25%)		\$ 1.428,75	\$ 2.016,19	\$ 2.623,78	\$ 3.251,86	\$ 3.900,73
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(\$ 13.445,02)</b>	\$ 4.286,24	\$ 6.048,56	\$ 7.871,35	\$ 9.755,58	\$ 11.702,18
DEPRECIACION		\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67	\$ 2.998,67
AMORTIZACION		\$ 1.511,21	\$ 1.677,44	\$ 1.861,96	\$ 2.066,78	\$ 2.294,12
<b>FLUJO NETO</b>	<b>(\$ 13.445,02)</b>	\$ 8.796,11	\$ 10.724,67	\$ 12.731,98	\$ 14.821,02	\$ 16.994,97

Tabla 4.15 Flujo de Caja

## 4.9 ESTADO FINANCIERO

### 4.9.1 BALANCE GENERAL

El balance general inicial mostrará la aportación neta que deberán realizar.

ACTIVO		PASIVO	
<b>Activo Circulante</b>		<b>Pasivo Circulante</b>	
Caja y Banco	23000,00	Cuentas por Pagar	30500,00
Cuentas por Cobrar	28000,00	Préstamo	1000,00
Inventario	62000,00	Salarios	2575,00
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>113000,00</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>34075,000</b>
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	
Vehículo	55000,00	Préstamo Hipotecario	13445,02
Muebles de Oficina	1960,00	Total Pasivo	47520,02
Equipo de Computación	6800,00	Capital	
Equipo de Oficina	1700,00	<b>Capital Social</b>	<b>130939,980</b>
<b>Total</b>	<b>178460,00</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>178460,000</b>

Tabla 4.16 Balance General

#### 4.9.2 ESTADOS DE RESULTADO

El estado de resultados pro-forma o proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo (FNE) con los cuales se realiza la evaluación financiera. Se presenta un estado de resultados sin inflación, sin financiamiento y con una demanda ligada al crecimiento de clientes de un 1.05%, durante los cinco años de vida útil del proyecto.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	\$ 390.000,00	\$ 401.700,00	\$ 413.751,00	\$ 426.163,53	\$ 438.948,44
<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 314.100,00	\$ 320.382,00	\$ 326.789,64	\$ 333.325,43	\$ 339.991,94
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 75.900,00	\$ 81.318,00	\$ 86.961,36	\$ 92.838,10	\$ 98.956,49
<b>COSTO FIJO</b>	\$ 66.630,02	\$ 69.283,58	\$ 72.067,67	\$ 74.988,76	\$ 78.053,65
<b>AMORTIZACION</b>	\$ 1.511,21	\$ 1.677,44	\$ 1.861,96	\$ 2.066,78	\$ 2.294,12
<b>INTERES</b>	\$ 1.035,27	\$ 869,03	\$ 684,51	\$ 479,70	\$ 252,35
<b>UTILIDAD ANTES 15%</b>	\$ 6.723,51	\$ 9.487,94	\$ 12.347,21	\$ 15.302,86	\$ 18.356,37
<b>MENOS 15% TRABAJ</b>	\$ 1.008,53	\$ 1.423,19	\$ 1.852,08	\$ 2.295,43	\$ 2.753,46
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 5.714,98	\$ 8.064,75	\$ 10.495,13	\$ 13.007,43	\$ 15.602,91
<b>MENOS 25% IMPUESTO RENTA</b>	\$ 1.428,75	\$ 2.016,19	\$ 2.623,78	\$ 3.251,86	\$ 3.900,73
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 4.286,24	\$ 6.048,56	\$ 7.871,35	\$ 9.755,58	\$ 11.702,18

Tabla 4.17 Estado de Pérdidas y Ganancias

## 4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel donde los ingresos son iguales a los gastos, para que Multicomercio Quintana alcance el punto de equilibrio.

### 4.10.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO (Periodo de Recuperación)

<i>Período</i>	<i>Flujo de Fondos</i>	<i>Flujo Acumulado</i>
<b>0</b>	-13.445,02	
<b>1</b>	8.796,11	8.796,11
<b>2</b>	10.724,67	19.520,78
<b>3</b>	12.731,98	32.252,76
<b>4</b>	14.821,02	47.073,78
<b>5</b>	16.994,97	64.068,75

Tabla 4.18 Periodo de Recuperación

La inversión se recuperará en el periodo 1.43 lo que indica que es al Año cuatro meses

### 4.10.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Evaluando el flujo de caja proyectado, la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto para los inversionistas es de 75.43%

<b>TIR</b>	<b>75,43%</b>
<b>TCCI</b>	10,00%
<b>VAN</b>	\$ 33.656,03

Tabla 4.19 Tasa Interna de Retorno



El **valor actual neto (VAN)** para el presente proyecto es de **US\$ \$ 33.656,03** y siendo este valor mayor que cero, se verifica la factibilidad financiera de invertir en el mismo.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

1. Las páginas web y por ende el internet han generado gran impacto en la sociedad es por ello que las empresas en general deben aprovechar esta herramienta que actualmente está al alcance de todos.
2. Se ha podido concluir que las ventas online es la nueva forma de comercializar y expandir un negocio, de llegar de una forma más directa con el cliente, haciendo que se sienta libre para consultar, cotizar y realizar el pedido de lo que necesite.

3. A lo largo de la investigación se pudo observar que todas las empresas por muy pequeñas que sean necesitan automatizar sus sistemas, para poder obtener mejores resultados.
  
4. La creación de la página web ayudara a expandir el negocio, al darse a conocer a nivel nacional no solo a nivel provincial, para poder competir a nivel nacional con empresas más grandes, ya posesionadas en el mercado.

## RECOMENDACIONES



1. Implementar una página web para poder ofrecer los productos los 7 días de la semana los 356 días del año.
2. Crear un diseño minimalista: colores definidos, texto en negro y tal vez una imagen o dos como mucho. Esto no sólo sirve para poner toda la atención en el producto en cuestión, también da al espectador algo más para centrarse en los producto.
3. Realizar publicidad para dar a conocer la página web, incluir promociones por las compras online.
4. Capacitar constantemente al personal que laborará en Multicomercio quintana, para que puedan manejar la página Web de una manera óptima.

## BIBLIOGRAFÍA

- [1] Aubry, c. (2012). *HTML 5 Y CSS 3*. Barcelona: ENI.
- [2] Barbara, S. (2004). *The journal of Business & Industrial Marketing*. EEUU: Macrothink.
- [3] Cruz, M. (28 de 11 de 2013). *Silicon*. (Paolo) Recuperado el 5 de enero de 2014, de Silicon: <http://silicon-netspin.com/es/lo-que-usted-necesita-saber-para-poner-su-negocio-en-internet/>
- [4] Gil, G. (2012). *El gran libro de Joomla 1.6*. Barcelona: Marcombo.
- [5] Gómez, A. (13 de 09 de 2013). *silicon*. (Paolo) Recuperado el 5 de enero de 2014, de silicon: <http://silicon-netspin.com/es/lo-que-usted-necesita-saber-para-poner-su-negocio-en-internet/>
- [6] Guerrero, A. (29 de 08 de 2013). *gsmSpain*. Recuperado el 24 de Abril de 2013, de gsmSpain: <http://www.gsmSpain.com/>
- [7] Lackerbauer. (2000). *Internet*. Barcelona: Marcombo.
- [8] Luis, T. (11 de 09 de 2008). <http://espanol.answers.yahoo.com>. Recuperado el 5 de enero de 2014, de <http://espanol.answers.yahoo.com>: <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080819103107AA0MHkj>
- [9] Marquis, E. J. (10 de 12 de 2013). *Monografias*. Recuperado el 2013, de Monografias: <http://www.monografias.com/trabajos84/redes-sociales/redes-sociales.shtml>

- [10] Mazier, D. (2011). *Cree y Administre sus sitios Web*. Barcelona: ENI.
- [11] MIKE, C. (2001). *Lo fundamental y lo más efectivo acerca del E-Commerce*. ALIBRI Llibreria.
- [12] Muñiz, L. (2004). *ERP, guía practica para la selección e implementación*. España: Gestion 2000.
- [13] Nataly, M. (15 de 10 de 2013). *RPNET*. Obtenido de RPNET:  
<http://www.rppnet.com.ar/defrpp.htm>
- [14] Org, J. (12 de 09 de 2014). *comunidad joomla*. Recuperado el 5 de enero de 2014, de comunidad joomla:  
<http://comunidadjoomla.org/centro-de-ayuda/144-ayuda-para-joomla-1-5-x/73-gestor-multimedia-joomla-15x.html>
- [15] Org, J. (16 de 06 de 2014). *comunidad joomla*. Recuperado el 5 de enero de 2014, de comunidad joomla:  
<http://comunidadjoomla.org/centro-de-ayuda/144-ayuda-para-joomla-1-5-x/128-gestor-de-modulos-joomla-15x.html>
- [16] ORG, J. (06 de 06 de 2014). *comunidad joomla*. Recuperado el 5 de enero de 2014, de comunidad joomla:  
<http://comunidadjoomla.org/centro-de-ayuda/144-ayuda-para-joomla-1-5-x/130-gestor-de-plugins-joomla-15x.html>
- [17] Pankaj, S. (2005). *E-commerce*. New Delhi: Kul Bhrushan.
- [18] Quiróz, A. (28 de 11 de 2013). <http://silicon-netspin.com>. (Paolo) Recuperado el 5 de enero de 2014, de <http://silicon-netspin.com>:

<http://silicon-netspin.com/es/lo-que-usted-necesita-saber-para-poner-su-negocio-en-internet/>

- [19] Raynolds, J. (2000). *El libro completo del e-commerce*. México.
- [20] Rayport, J. F. (2000). *E-Commerce* .
- [21] Raypot, J., & Jaworskil, B. (2003). *e-Commerce*. Mc Graw Hill. En J. Raypot, & Jaworskil, *e-Commerce*. México: Mc Graw Hill.
- [22] Riobó, E. P. (2006). *El marketing a través de las Nuevas Tecnologías*. España: Ideas Propias Editorial.
- [23] rodriguez, j. a. (16 de 04 de 2013). *Monografías*. Recuperado el abril de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos93/mercadotecnia-internet/mercadotecnia-internet.shtml>
- [24] Rojas, F. (16 de 10 de 2013). <http://es.wikipedia.org>. Recuperado el 5 de enero de 2014, de <http://es.wikipedia.org>: <http://es.wikipedia.org/wiki/Banner>
- [25] Schnierjans, M. (2002). *E-commerce Operations Management*. London: WSP.
- [26] Siebel, T. M. (2011). *Principios del E-Business*. España: DoubleDay.
- [27] Solís, S. M. (2013). *La Web Semántica*. Chile.
- [28] *wikipedia*. (22 de noviembre de 2013). (wikipedia) Recuperado el 5 de enero de 2014, de wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Franquicia>
- [29] *wikipedia*. (21 de NOVIEMBRE de 2013). Recuperado el 5 de ENERO de 2014, de wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>

- [30] *wikipedia*. (25 de 10 de 2013). Recuperado el 24 de Abril de 2013, de wikipedia:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n\\_inform%C3%A1tica](http://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_inform%C3%A1tica)
- [31] WordPress, G. c. (05 de 2013 de 2008). *Definición de portafolio de servicios*. Recuperado el 2013, de <http://definicion.de/portafolio-de-servicios/#ixzz2RfrkjvWj>
- [32] WordPress, G. c. (07 de 06 de 2013). *Definición de página web*. Recuperado el Abril de 2013, de <http://definicion.de/pagina-web/#ixzz2RFogQeaR>
- [33] Yasser, N. O. (25 de 08 de 2013). *cnn*. Recuperado el 24 de Abril de 2013, de cnn: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/03/27/que-es-la-nube-un-hogar-para-los-archivos-que-no-viven-en-tu-computadora>