

ESCUELA SUPERIOR
POLITECNICA DEL LITORAL

Maestría en Sistemas de Información
Gerencial

Tesis de Grado

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
Master en Sistemas de Información
Gerencial

TITULO DEL PROYECTO:

Portal de Servicios Comisariato
El Conquistador

Autores:

José Abel Alarcón Salvatierra

Harry Jacinto Luna Aveiga

Gary Xavier Reyes Zambrano

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año 2006



A.F. 132504

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

Portal de Servicios Comisariato “El Conquistador”

TESIS DE GRADO

Previo la Obtención del Título de:

**MAGÍSTER EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
GERENCIAL**

Presentada por:

José Abel Alarcón Salvatierra

Harry Jacinto Luna Aveiga

Gary Xavier Reyes Zambrano

GUAYAQUIL – ECUADOR

Año: 2006

TRIBUNAL DE GRADUACION

Ing. Lenin Freire C.

PRESIDENTE – DIRECTOR

Carlos Banchón
CAL PRINCIPAL

Ing. Guido Caicedo
VOCAL PRINCIPAL

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitir que cumpla unos de mis objetivos trazados en esta vida. Agradecer de igual manera a mis padres, que me han apoyado en todas mis decisiones; también agradezco a mis hermanos por su apoyo incondicional.

Finalmente quiero agradecer a los profesores, compañeros y amigos de la maestría y de la tesis, Director y Tribunal de Tesis, y a todas aquellas personas que hicieron posible culminar este proyecto de manera exitosa.

Abel

En primer lugar quiero agradecer a Dios por bendecirme en el logro de éste nuevo objetivo en mi vida. Quiero agradecer también a mi padres, pilares en mi desarrollo personal y profesional. Agradezco a mis hermanos quienes siempre han estado pendientes apoyándome a lograr mis metas.

Agradezco a mis compañeros de Tesis, con quienes hemos compartido muchos años de amistad.

Finalmente quiero agradecer a todas aquellas personas que de alguna manera hicieron posible la terminación de éste trabajo de Tesis y que no las mencioné, gracias a Todos

Gary

Al terminar otra etapa mas de mi vida profesional, quiero expresar mis mas sinceros agradecimientos en especial a dios sin el no hubiese alcanzado este objetivo, a mis padres y hermanos que de una u otra forma me apoyaron moralmente a continuar desarrollándome profesionalmente.

Harry

DEDICATORIA

A mis padres: Griselda Salvatierra C. y Pablo Alarcón H.;
a mis hermanos: Melva, Adriano, Leonor, Ebelina; y en
especial dedico este trabajo a mi esposa Katu y a mi hijo
KENNYN la persona que más quiero en esta vida.

Abel

A Mis padres y hermanos

Gary

Dedico este trabajo a mis queridos padres, hermanos y
sobrinos

Harry

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL"

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

José Abel Alarcón Salvatierra

Harry Jacinto Luna Aveiga

Gary Xavier Reyes Zambrano

RESUMEN

Para poder Obtener la titulación de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial, se emitió, aprobó y desarrolló nuestro tema Tesis. Entonces empezó la investigación de cómo elaborar un Plan de Negocios y se procedió el desarrollo del mismo para Internacional Software Group S.A. empresa que ofrecerá Servicios de Tecnología de Información y que iniciará sus Operaciones en el año 2007. El Primer Producto que comercializará Internacional Software Group es un Sistema de Aprovisionamiento Electrónico para Pymes(S@E).

Para complementar el desarrollo del Plan de Negocios se construyó la 1era. Versión de S@E y se implementó como Plan Piloto en Comisariatos "El Conquistador", realizándose todas las etapas involucradas en el desarrollo de un software. Se utilizó Tecnología Open Source y se realizó la Publicación en un Hosting en la Web.

Nuestro Plan de Negocios resulta atractivo al Inversionista por la Claridad con el que se encuentra elaborado el Resumen Ejecutivo el mismo que contiene lo relevante del Estudio de Mercado, el producto, la organización, el proyecto y el estudio económico – financiero que son partes importantes del Plan. La Rentabilidad del Proyecto y la implementación del anexo del Plan, S@E son las claves del éxito del mismo.

INDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN	II
INDICE GENERAL	III
INDICE DE FIGURAS	IV
INDICE DE TABLAS	V
ANTECEDENTES	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	
1.1. Resumen Ejecutivo	3
1.2. Resumen del proyecto "sistema de aprovisionamiento electrónico s@e"	9
1.3. El equipo directivo	20
1.4. Misión y visión	24
CAPITULO 2	
2. NATURALEZA DEL PROYECTO	25
2.1 PROBLEMÁTICA	25
2.2 Solución a la problemática	32
2.3 El Modelo de Negocio	36

2.4	El producto	37
2.4.1	Objetivos Generales	38
2.4.2	Objetivos Específicos	39
2.4.3	Beneficios	40
2.4.4	Ventajas	43

CAPITULO 3

3.	ESTUDIO Y DEFINICIÓN DEL MERCADO	46
3.1	Objetivos del Estudio del Mercado	46
3.2	Ventajas para el Cliente	47
3.3	Tamaño del Mercado	48
3.4.	Mercado Potencial.	49
3.5.	Mercado Meta.	54

CAPITULO 4

4.	ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS Y OPORTUNIDADES	57
4.1.	Oportunidades Externas.	57
4.2	Amenaza Externa (competencia).	57
4.3	Fortaleza interna	59
4.4	Debilidades internas.	59

CAPITULO 5

- 5. ESTRATEGIA DE PRECIO, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD. 61
 - 5.1. Fijación de precio. 61
 - 5.2. Promoción y Publicidad del Software. 63

CAPITULO 6

- 6. ESTRATEGIA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN. 65
 - 6.1. Ventas y Distribución. 65
 - 6.2. Agentes externos y propios. 66
 - 6.3. Servicio post ventas 66

CAPITULO 7

- 7. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO 68
 - 7.1. Nuestro Reto. 68
 - 7.2. Alcances 69
 - 7.3. Tecnología aplicada. 74

CAPITULO 8

- 8. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA. 76
 - 8.1. Hardware, Software y Humanos 76
 - 8.2. Aplicaciones informáticas. 79

CAPITULO 9

9.	ASPECTO GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN.	80
9.1.	Proceso de apertura.	80
9.2.	Localización / oficinas.	82
9.3.	Definición de funciones.	82
9.4.	Organigrama.	87

CAPITULO 10

10.	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.	88
10.1.	Números de socios.	88
10.2.	Capital social.	88
10.3.	Obligaciones fiscales y laborales.	88

CAPITULO 11

11.	ÁREAS DE CONOCIMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTO	90
11.1.	Gestión de tiempo del proyecto	90
	11.1.1 Determinación del tiempo del proyecto	90
11.2.	Gestión de costos del proyecto.	92
11.3.	Gestión de riesgo.	94
11.4.	Gestión de RR HH.	95
11.5.	Gestión de la Comunicación.	96

11.6. Gestión de Calidad.	97
11.7. Gestión de procuración.	97

CAPITULO 12

12. ADMINISTRACIÓN DE PROYECTO.	99
12.1. Partidos interesados.	99
12.2. Modelo de Desarrollo y Ciclo de Vida del Proyecto.	100
12.3. Procesos y Desarrollo del proyecto.	100

CAPITULO 13

13. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA.	102
13. 1. Localización del negocio.	102
13.2. Equipos y maquinarias.	103
13.3. Distribución de planta.	106
13.4. Análisis administrativo	107

CAPITULO 14

14. ASPECTO ECONÓMICO.	110
14.1. Análisis Económico	110
14.1.1. Inversión en activos fijos.	110
14.1.2. Presupuesto de ingresos.	111
14.1.3 Presupuesto de ingresos.	117

14.1.4 Depreciaciones y amortizaciones.	117
14.1.5 Presupuesto de gastos de administración y ventas.	123
14.2 Análisis de costos.	125

CAPITULO 15

15. ASPECTO FINANCIERO.	126
15.1. Análisis financiero.	126
15.1.1 Flujo de caja.	126
15.1.2 Estado de resultado.	128
15.1.3. Balance General.	130
15.2. Otros Análisis.	132

CAPITULO 16

16. ANÁLISIS DE RIESGOS.	134
--------------------------	-----

CAPITULO 17

17. EVALUACIÓN DE PROYECTO.	136
-----------------------------	-----

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Sistema de aprovisionamiento electrónico	2
Figura 2. Distribución del mercado meta según el modelo de negocio	55
Figura 3. Pantalla inicial	69
Figura 4. Pantalla transacción	74
Figura 5. Esquema técnico de s@e	75
Figura 6. Organigrama de la empresa	87
Figura 7. Modelo espiral	100
Figura 8. Distribución de la planta	106
Figura 9. Organigrama de proyecto	109

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estadísticas de pymes. Resumen del análisis del mercado	7
Tabla 2. Número de empresas y su la participación en el mercado	49
Tabla 3. Tipos de empresas según producción	50
Tabla 4. Estadísticas de pymes	54
Tabla 5. Inicialización de la empresa	80
Tabla 6. Punto de función	90
Tabla 7. Cronograma del proyecto.	92
Tabla 8. Presupuesto de inversión en activos fijos	111
Tabla 9. Presupuesto de ingresos por venta de licencias	113
Tabla 10. Presupuesto de ingresos por transacciones	114
Tabla 11. Presupuesto de ingresos por transacciones tarifa fija	115
Tabla 12. Presupuesto de ingresos (todos los modelos)	116
Tabla 13. Presupuesto de obra de mano directa e indirecta	117
Tabla 14. Resumen de activos fijos	118
Tabla 15. Activos fijos equipo de oficina	119
Tabla 16. Activos fijos planta y maquinaria	120
Tabla 17. Activos fijos. Activos intangibles	121
Tabla 18. Resumen de total de depreciación	122
Tabla 19. Gastos administrativos	124
Tabla 20. Estado de flujo de efectivo	127
Tabla 21. Estado de pérdidas y ganancias	129
Tabla 22. Balance general	131
Tabla 23. Razones claves	137

INTRODUCCIÓN

Cada año la administración de la cadena de cimiento ha tomado mayor importancia en el mundo globalizado ya que día a día la competencia se hace más ardua y solo las empresas que logran importantes diferencias contra sus competidores aspiran a aumentar su participación en el mercado o simplemente a sobrevivir en él. La buena administración de la cadena de abastecimiento y el uso de la tecnología de información ayudan a lograr este propósito.

La administración de la cadena de abastecimiento es el tema principal en muchas industrias con una firme idea de la importancia de una relación integrada entre clientes y proveedores.

Para poder administrar con eficiencia y eficacia una empresa, se necesita contar con una buena información que muestre lo que está sucediendo al interior de la misma y lo que está ocurriendo a su alrededor. Por consiguiente, se necesita de una herramienta que suministre dicha información a la gerencia. Por consiguiente, la Planeación y la Administración del Aprovisionamiento juegan un papel fundamental dentro de las empresas

Nuestro producto está dirigido a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del Ecuador; muchas de estas empresas ya cuentan con sus

sistemas que automatizan sus procesos internos del negocio como son: facturación, ventas, contabilidad, compras, etc. Los que pueden estar o no integrados. Pero lo que se ha dejado de un lado son los procesos externos con sus clientes y proveedores, los mismos se manejan de manera manual, debido a que no ha existido la necesidad de automatizarlos.

Hoy en día con la globalización y el Tratado de libre Comercio entre países muchas de estas empresas ven una oportunidad de negocio el poder integrar sus cadenas de valor.

Por estas y muchas otras razones más es que presentamos el nuevo Sistema de Aprovisionamiento Electrónico "S@E", el cual permitirá a todas estas PYMES (como las empresas del Grupo "El Conquistador") una comunicación en línea con los proveedores y clientes.



FIGURA 1. SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO ELECTRÓNICO

CAPITULO 1

RESUMEN EJECUTIVO

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP S.A. Es una empresa que se establecerá en Guayaquil - Ecuador a inicios del año 2007 con el propósito de prestar servicios tecnológicos integrales en el área de los **Sistemas de Información**. Iniciarán sus Operaciones con la puesta en marcha del proyecto: SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO ELECTRÓNICO PARA PYMES.

Conocedores del creciente protagonismo de la Tecnología de la Información, INSOFT GROUP, proveerá Soluciones estratégicas innovadoras a las Grandes, Medianas y Pequeñas Empresas del País.

La Gama de Servicios que ofrecerá son los siguientes:

Consultoría

- En Proyectos de Implementación de Sistemas Estratégicos como ERP, CRM y SCM
- En Proyectos de Implantación de Sistemas de Aprovisionamiento Electrónico
- En Tecnología Open Source
- Provisión de Recurso Humano especializado en T.I.

Hardware

- Venta y Mantenimiento de Pc's y Servidores

Software

- Desarrollo de Aplicaciones Comerciales a la medida
- Venta y Mantenimiento de S@E.

El Grupo Empresarial Gestor de éste Proyecto estará conformado por los Ingenieros de Sistemas José Abel Alarcón Salvatierra, Harry Jacinto Luna Aveiga, Gary Xavier Reyes Zambrano, quienes tienen experiencia directa en el manejo de proyectos de software comerciales y una

excelente formación, tanto en el área de Ingeniería de Sistemas e Infraestructura, así como también en las áreas operativas y administrativas

El proyecto Inicial será: El Desarrollo, Venta y Distribución de un Sistema de Aprovisionamiento Electrónico para las PYMES

En vista de que este nuevo producto será desarrollado con tecnología Open Source, brindará de manera eficiente a las PYMES la solución esperada antes sus necesidades de Aprovisionamiento.

El Flujo económico de ésta nueva empresa estará soportado por las utilidades que genere su **proyecto inicial**.

Para éste Proyecto INSOFT GROUP S.A. requiere una inversión total de \$30000 de los cuales \$10.000 aportarán sus accionistas para la adquisición de Infraestructura como: mobiliario, hardware, software, etc. y \$20.000 serán financiados a través de préstamo bancario los que serán utilizados para Gastos Operativos, logrando generar una rentabilidad, en un análisis de 3 años de: 10,94%, 34,16% y 64,01% respectivamente y su equivalente en dólares de: \$18.783,62,

\$33.184,62 y \$63.043,52, superior a cualquier opción financiera existente en el mercado.

La oportunidad es clara, porque nuestros esfuerzos iniciales estarán dirigidos a 120 empresas (Mercado Meta) que actualmente manejan el PVSAC (Sistema de Automatización de Puntos de Venta, Inventario y Facturación) y que han expresado su necesidad de contar con un Sistema de Aprovisionamiento Electrónico con sus proveedores para mejorar su Etapa de Abastecimiento.

El proyecto, cumpliendo el 65% de sus metas de mercado logrará rendimiento económico.

TABLA 1

ESTADÍSTICAS DE PYMES Resumen del Análisis del Mercado	
# PYMES	DESCRIPCION
15000	EN ECUADOR
8030	REGISTRADA (CON RUC)
5139	64% TIENE MAS DE UNA COMPUTADORA
2811	35% TIENE UNA COMPUTADORA
1606	20% TIENE ENTRE 2 Y 3 COMPUTADORA
723	9% TIENE MAS DE TRES COMPUTADORA
477	66% TIENE INTERNET
260	36% TIENE SISTEMA DE INVENTARIO (MERCADO POTENCIAL)

Nuestro Modelo de Negocio será el siguiente:

Venta de Software S@E. Programas ejecutables.

- El cliente adquiere las licencias de uso de S@E. Ideal para aquellas empresas que desean administrar por cuenta propia su portal de abastecimiento electrónico.

Utilización de S@E Virtual. Pago por transacción.

- El cliente pagará por transacción efectuada en nuestro sistema virtual, cuyo acceso será desde Internet. Este modelo es ideal para aquellas empresas que manejan pocas transacciones de abastecimiento.

Utilización de S@E Virtual. Pago Cuota Fija.

- El cliente pagará una cuota fija mensual por la utilización de nuestro sistema virtual, cuyo acceso será desde Internet. Este modelo es ideal para aquellas empresas que manejan muchas transacciones de abastecimiento.

Estos modelos son atractivos por que permiten a las empresas de manera flexible adaptarse a cualquiera de nuestros servicios. De igual manera le permitirá reducir sus costos operacionales e ingresar al mundo de la Tecnología de Información. Para conseguir ampliar sus operaciones INSOFT GROUP S.A. Podrá re-invertir las utilidades generadas del proyecto Inicial en actualización de una nueva versión de S@E y adicionalmente se pueden iniciar nuevos proyectos como:

- Desarrollo de un ERP para PYMES (incluido S@E).
- Apertura de la Consultoría y Asesoría en la Implantación de Sistemas de Información.
- Apertura de los servicios de proveer outsourcing calificado a los departamentos de sistemas de las empresas del medio.
- Desarrollo de Aplicaciones a la medida.

1.2 Resumen del proyecto “sistema de aprovisionamiento electrónico s@e”

El abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para su funcionamiento. Su concepto es sinónimo de provisión o suministro.

Actividades incluidas en el abastecimiento.

La gestión de la cadena de abastecimiento es el proceso de optimizar las prácticas internas de la empresa, así como la interacción con sus proveedores y clientes. Comprende la

coordinación, programación, adquisición, producción, inventarios y entrega de los productos y servicios a los clientes.

Cálculo de Necesidades.-Es una actividad propia del planeamiento logístico. Las necesidades de abastecimiento involucran todo aquello que se requiere para el funcionamiento de la empresa, en cantidades específicas para un determinado período de tiempo, para una fecha señalada, o para completar un determinado proyecto.

El cálculo de las necesidades se materializa con los pedidos o la requisición. Las necesidades de abastecimiento para una empresa determinada pueden ser por consumo, reemplazo, reserva o seguridad, necesidades iniciales y necesidades para proyecto. Dentro de esta actividad se debe considerar al factor tiempo. Este Proceso lo automatizaremos a través de la carga de los pedidos al S@E.

Compra o Adquisición.-Esta actividad tiene por objetivo realizar las adquisiciones de materiales en las cantidades necesarias y económicas en la calidad adecuada al uso al que se va a

destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente.

Los principales objetivos específicos de esta actividad son:

- Mantener la continuidad del abastecimiento.
- Pagar precios justos, pero razonablemente bajos por la calidad adecuada.
- Mantener existencias económicas compatibles con la seguridad y sin prejuicios para la empresa.
- Evitar deterioros, duplicidades, desperdicios, etc., buscando calidad adecuada.
- Buscar fuentes de suministros, alternativas y localizar nuevos productos y materiales.
- Mantener costos bajos en el departamento, sin desmejorar la actuación.
- Estudiar e investigar nuevos procedimientos continuamente.
- Preocuparse por la permanente capacitación del personal.
- Mantener informado al gerente de logística o gerente general acerca de la marcha del departamento.

Obtención.- La obtención empieza con el pedido y tiene por finalidad contribuir a la continuidad de las actividades, evitando demoras y paralizaciones, verificando la exactitud y calidad de lo que se recibe.

Almacenamiento.- Este implica la ubicación o disposición, así como la custodia de todos los artículos del almacén, que es la actividad de guardar artículos o materiales desde que se producen o reciben hasta que se necesitan o entregan. **Los principales aspectos de esta actividad son:**

- Control de la exactitud de sus existencias.
- Mantenimiento de la seguridad.
- Conservación de los materiales.
- Reposición oportuna.

Despacho o Distribución.-Consiste en atender los requerimientos del usuario, encargándose de la distribución o entrega de la mercadería solicitada.

Para que los requerimientos de los usuarios sean atendidos con prontitud, es necesario contar con el embalaje o empaque para

asegurarnos que las cantidades y calidades de los artículos o materiales sean correctas.

Es igualmente importante en esta función asegurar el control de la exactitud de los artículos que se despachan, así como la rapidez de su ejecución para cumplir con los plazos solicitados.

Control de Stocks.- Como objetivo de esta actividad debemos plantear el asegurar una cantidad exacta en abastecimiento en el lugar y tiempo oportuno, sin sobrepasar la capacidad de instalación, con un control preciso y exacto se garantiza un control efectivo de todos los artículos del abastecimiento.

Utilización de Desperdicios.-Esto con el fin de tomar las más ventajosas para la empresa.

IMPORTANCIA.

La función de aprovisionamiento existe a partir del momento en que un objeto o servicio debe ser buscado fuera de la empresa entre las principales metas tenemos las siguientes:

- Proporcionar un flujo ininterrumpido de materiales, suministros, servicios necesarios para el funcionamiento de la organización.
- Mantener las inversiones en existencias y reducir las pérdidas de éstos a un nivel mínimo.
- Mantener normas de calidad adecuadas.
- Buscar y mantener proveedores competentes.
- Normalizar los elementos que se adquieren.
- Comprar los elementos y los servicios necesarios al precio más bajo posible.
- Mantener la posición competitiva de la organización.
- Conseguir los objetivos del aprovisionamiento procurando que los costos administrativos sean los más bajos posibles.

APROVISIONAMIENTO.-Organizar a las empresas para conseguir estos objetivos es difícil porque no sólo hay que tener en cuenta las necesidades internas, sino también las del mundo exterior.

Tanto el departamento de aprovisionamiento como el tráfico de materiales tienen un contacto directo en el mercado y han de responder a su solución.

La tarea fundamental del gerente de abastecimiento consiste en localizar fuentes confiables y progresivas de suministros, asegurar y mantener su cooperación e interés.

El aprovisionamiento considera dos puntos importantes:

- Las previsiones en un plan general.
- Los plazos en los casos particulares. Ambos se reducen a un sólo factor, el tiempo.

En la mayor parte de las organizaciones los aprovisionamientos consumen aproximadamente entre el 20% y 50% de los ingresos totales de la compañía en mercadería y servicios.

Cuando una organización gasta cantidades tan grandes de sus ingresos en una sola área es importante que se reciba una buena compensación por los fondos comprometidos.

El efecto de apalancamiento de los beneficios que consiguen las compras, actúa como un poderoso estímulo para racionalizar el abastecimiento.

En toda empresa de ciertas proporciones, debe de existir un jefe o gerente de abastecimiento (o compras).

El gerente de abastecimiento debe enfocar su labor hacia el desarrollo de estrategias, dirigidas hacia las compras, el desarrollo de los proveedores y de las negociaciones, que concuerden los objetivos y estrategias de la organización, tanto a corto plazo como a largo plazo.

Con el abastecimiento para determinar:

Lo que se refiere al cálculo de necesidades, abastecimiento debe considerar la política de la empresa para definir sobre los siguientes puntos:

- Emplear en la producción materiales extranjeros o nacionales.

- Tener o no almacenado la materia prima a emplearse o los artículos que se produzcan.
- Aplicar un sistema de compra exclusivamente al contado o crédito.

También debe considerar la capacidad económica o financiera de la empresa para determinar mayores o menores niveles de abastecimiento, de consumo o reserva, la capacidad instalada de la empresa y el nivel de utilización de la misma, la mano de obra disponible y el nivel de instalación.

Para determinar las necesidades, el gerente de abastecimiento debe coordinar con diferentes niveles, debido principalmente a que esta necesidad tiene su origen en otras dependencias de la empresa.

Con la producción para determinar necesidad de:

- Los productos que se van a requerir para las operaciones de producción en el volumen previsto.
- Periodicidad con que se requieren estos productos, a fin de poder determinar cuándo colocar los pedidos.

- La calidad y el tipo de cada artículo o material a adquirirse.

Con logística para determinar requerimientos de:

- Cantidad de artículos que se encuentran con mucho stock.
- Capacidad de almacenaje total y disponible para cada artículo.
- Nuevas necesidades o nuevas formas de almacenaje de los productos.
- Equipo y material necesario para el mantenimiento.
- Capacidad de equipo y material para el transporte.
- Nuevo equipo y material para operar en los almacenes.

Con compras para definir requisitos de:

- Forma de mantener la continuidad de abastecimiento.
- La calidad adecuada de los artículos a adquirirse.
- Localización de nuevos productos, materiales y fuentes de suministros.
- Con el gerente de ventas o comercialización para:
- Proporcionar datos sobre planificación de los artículos terminados.

- Fechas necesarias de cada uno de ellos.

Con contabilidad con el propósito de conocer:

- Los registros de inventarios que se realiza, para determinar los activos de la empresa.
- La conciliación que se efectúa en los inventarios.
- Las facilidades que necesite cada vez que se realicen inventarios.
- En general el abastecimiento debe de determinar la responsabilidad que le compete al elemento comprador, así como la forma de llevar a cabo las adquisiciones en lo que se refiere a:
 - La fabricación durante un determinado período.
 - El cumplimiento de un determinado programa de adquisición de materiales.
 - Una orden de compra específica (on line).
 - La adquisición de determinado material que debe de tenerse en existencia.
 - Determinado volumen de dinero a gastar en una sola compra.

1.3 El equipo directivo

El quipo Directivo estará integrado por las siguientes personas:

- Gerente General – Ing. Harry Luna

Estudios Profesionales:

Ingeniero en Sistemas Computacionales graduado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Egresado de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Experiencia Laboral:

6 años en el Manejo de Sistemas de Inventario y Facturación.

Docente en la Universidad de Guayaquil – Carrera de Ingeniería en Sistemas en el área de Sistemas de Información.

Especialización:

Especialista en Empresas Comercializadoras de Productos de Consumo Masivo.

Características Personales:

Alto grado de Responsabilidad y liderazgo.

- Gerente Financiero – Ing. Abel Alarcón

Estudios Profesionales:

Ingeniero en Sistemas Computacionales graduado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Egresado de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Experiencia Laboral:

4 años en el Manejo de Sistemas de Inventario y Facturación

6 años en el Manejo de Sistemas Contables y Financieros

Docente en la Universidad de Guayaquil – Carrera de Ingeniería en Sistemas en el área de Ingeniería de Software y Administración de Proyectos.

Especialización:

Especialista en Empresas Importadoras de Productos de Consumo Masivo.

Características Personales:

Alto grado de Responsabilidad y Ética en el Manejo Financiero de las Cuentas Bancarias.

- Gerente de Tecnología – Ing. Gary Reyes

Estudios Profesionales:

Ingeniero en Sistemas Computacionales graduado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Egresado de la Maestría en Sistemas de Información Gerencial en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Certificación Internacional ORACLE PL/SQL.

Certificación Internacional ORACLE DBA.

Certificación Internacional SUN JAVA.

Experiencia Laboral:

6 años en la Implementación de Sistemas de Información.

4 años en la Dirección de Proyectos de Software.

Docente en la Universidad de Guayaquil – Carrera de Ingeniería en Sistemas en el área de Bases de Datos.

Especialización:

Especialista en implementación de Sistemas de Información Estratégicos CRM.

Características Personales:

Alto grado de Responsabilidad, Capacidad de Coordinación y Manejo de Grupos.

El equipo Directivo tiene el Soporte de Consultores Externos en las áreas de: Comercialización, Marketing, Contabilidad, Finanzas y Regulaciones Tributarias – Jurídicas.

- **Consultor de Compras e Importaciones:**

Sra. Raquel Paladines / Sra. Dolores Figueroa.

- **Consultor de Ventas:**

Ing. Juan Carlos Núñez.

- **Consultor de Marketing:**

Ing. Fernando Núñez.

- **Consultor de Contabilidad:**

Ing. Anita Sierra / Ing. Edith Menéndez / EC. Roi Cisneros.

- **Consultor de Finanzas:**

EC. Antonio Aires / Ing. Katuska Romero.

- **Consultor Jurídico:**

AB. Víctor Vizueta / AB. Saúl Aguayo.

1. 4. Misión y visión

MISION

La Unidad de Sistemas de Información, tiene la misión de ofrecer al mercado servicios tecnológicos integrales de alta calidad.

VISION

Llegar a ser reconocida como la empresa líder en proveer Servicios de Sistemas de Información tanto en el mercado nacional como en el internacional.

CAPITULO 2

2. NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1.- PROBLEMÁTICA

Abastecimiento (Pedidos):

El **abastecimiento** de productos en su **Etapas De Pedido**, se inicia con la visita del vendedor o mercaderiote de la empresa proveedora a cualquiera de las sucursales. En ese instante se realiza una inspección (observación) de los productos que él considere faltante en las perchas, finalizando con la elaboración y emisión de la Nota de Pedido "Sugerida". Con éste Documento el vendedor o mercaderiote se acerca al Jefe de Sucursal para que

compare el pedido "Sugerido" con la Orden de Pedido "Emitida por el Sistema". Una vez finalizada la comparación se procede a ajustar los ítems y las cantidades solicitadas. Posteriormente se Emite la Orden de Pedido "Final" la misma que debe llevar la firma del Jefe de Sucursal, luego éste documento es enviado a la Matriz para que sea firmado por el Gerente de Compras quien realiza la entrega de la Orden de Pedido con las respectivas Firmas (en la Matriz ó en la Sucursal que emite la Orden) al vendedor o mercaderiotea de la empresa proveedora.

El **abastecimiento** de productos en su **Etapas De Recepción**, El proveedor envía a su Despachador con los productos solicitados a la Sucursal que emitió la Orden de Pedido. Cuando llega al destino el despachador entrega la Factura al Jefe de Bodega, en la misma debe estar adjunta/anexada su correspondiente Orden de Pedido con las firmas de autorización y la Factura debe cumplir con los requisitos tributarios (El RUC, Fecha de Caducidad, Razón Social, Etc.). Una vez comprobados estos requisitos el jefe de Bodega realiza la comparación

(ítems/cantidades solicitadas) y cruce de la Factura con la Orden de Pedido. Si se determina que hay productos no solicitados o cantidades superiores a las solicitadas se procede a emitir una Orden de Devolución de Compra; En el caso de que la se haya o no efectuado la orden de devolución el Jefe de Bodega inicia la recepción de los productos (Conteo Físico del producto vs. Ítems/cantidades solicitadas en la Factura) y finaliza sellando el Recibido de la Factura.

El **abastecimiento** de productos en su **Etapas De Ingreso** de Facturas del Proveedor al Sistema de Inventario (Digitación) se inicia con la recepción por parte de la estricto de la sucursal de la Factura con el respectivo Sello. Luego se Procede con el Ingreso de la Factura con sus respectivos ítems al Sistema, el mismo que contiene las validaciones de la lógica del negocio.

Pagaduría:

El proceso de pagaduría de Comisariato de Todos El Conquistador esta basada en los siguientes puntos:

Una vez que los asistentes del departamento de contabilidad, han realizado el ingreso contable de cada factura y devolución y su correspondiente liquidación de pago en el cual se detalla la fecha de pago, se procede a la elaboración de los cheques, por parte de la encargada de pagaduría, paralelamente el asistente del contador emite un informe que es la Programación de los Pagos, que es un listado donde consta los proveedores que deberán de acercarse a retirar su cheque para lo cual debe de portar la copia de la factura con los respectivos sellos de recepción de mercadería de la sucursal donde fue entregada.

En este proceso se ha determinada como día de pago el lunes de cada semana, el proveedor debe de llamar telefónicamente a la matriz de comisariato, para confirmar si consta dentro del listado de pago, el cual comienza a partir de las tres de la tarde hasta la seis. Una vez que se ha realizado el pago el departamento de contabilidad da de baja a la cartera del proveedor.

Promociones:

El proceso de promociones de Comisariato de Todos El Conquistador esta basada en los siguientes puntos:

Cuando la promoción es propuesta por la empresa (Comisariato el conquistador) puede ser de dos manera la primera se da en el momento que el gerente de compras realiza una campaña de sorteos durante el transcurso de un mes por volumen de compras de los clientes, para lo cual no hay restricción de ninguna clase para los proveedores y pueden participar todos ellos a cambio las empresas proveedora entregan productos como bonificaciones o cualquier articulo para ser obsequiado al cliente de las diferentes sucursales, esta gestión se la realiza mediante una carta dirigida a todos los proveedores.

La segunda forma de promoción es cuando la gerente de compras junta al gerente de marketing realiza una campaña de sorteos por la compras de ciertos productos clasificados, para esto solo participan aquellos

proveedores que hayan aceptado el convenio de la promoción que pueden ser descuentos, bonificaciones, extensión de pagos, publicidad, etc.

Para este caso el comisariato el conquistador da exclusividad de los productos participantes en la publicidad y en el sorteo.

Este convenio se lo realiza por medio de una carta dirigida a los proveedores por parte del departamento de marketing la cual debe de ser confirmada y aceptada por los proveedores

La otra forma de promociones son aquellas propuestas por los proveedores los cuales envían un comunicado a la jefa de compras proponiendo las políticas de la promoción que ellos van a sacar al mercado y los beneficios que la empresa (comisariato el conquistador) obtendría, los cuales pueden ser publicidad, descuento por volumen de compra, bonificaciones, etc., este proceso culmina en el instante que la gerente de compras junto al gerente financiero de su aceptación y firmen el comunicado.

Publicidad:

El proceso de publicidad en el Comisariato de Todos El Conquistador esta basada en los siguientes puntos:

Publicidad interna del local para lo cual se el departamento de marketing alquila espacios de preferencia como son en la cabeceras de perchas, por un periodo de tiempo.

La publicidad escrita la cual es dada a aquellos proveedores que aceptan nuestra política del contrato, esto es realizado por el departamento de marketing, mediante la emisión de una carta a los proveedores para su correspondiente aprobación

Sistema de Información Gerencial (Reportes Estadísticos):

El proceso de comisariato el conquistador maneja una serie de reportes destinados a cada uno de sus correspondientes usuarios administrativos:

Administrador de sucursal:

- Informe de compras globales y por proveedor.
- Informe de Ventas Global y por Proveedor.
- Informe de compras vs. Ventas global y por proveedor.
- Informe de productos de mayor rotación.
- Informe de productos de mayor rentabilidad.

Gerencia:

- Informes estadísticos comparativos de rentabilidad por sucursal, por la empresa.
- Considerar gastos contables.
- Representación grafica de los resultados de los informes.
- Informe de Inventarios valorados por sucursal y por empresa.

2.2.- Solución a la problemática

Se propone la optimización de los siguientes procesos:

- Solicitud de Pedidos a Proveedores.
- Confirmación de la nota de pedido.
- Transmisión de la confirmación al sistema de inventario.
- Listado de pagos a proveedores.
- Ingreso de participación de promociones.
- Venta de publicidad para los proveedores.
- Sistema de Información Gerencial.

Se cumplirán las siguientes etapas:

- Solicitud de Pedidos a Proveedores.
- Confirmación de la nota de pedido.
- Transmisión de la confirmación al sistema de inventario.

La optimización de estos procesos se lo realizara por medio del desarrollo de un **SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO ELECTRÓNICO**, la creación de un sitio Web con la finalidad de agilizar etapas del aprovisionamiento de productos, en la cual las diversas

sucursales emiten sus correspondientes ordenes de pedidos las mismas que serán autorizadas por la gerencia

Abastecimiento

Los diferentes proveedores podrán acceder a sus pedidos sin necesidad de trasladarse a la empresa comisariato de todos el conquistador de esta forma se optimiza el tiempo de entrega de los productos, adicionalmente los proveedores nos confirma su entrega por medio de la aceptación de la orden de pedido la misma que servirá para la Transmisión al sistema de inventario logrando disminuir el tiempo en la etapa de ingreso de información.

Ingreso de participación de promociones.

Los proveedores estarán siempre informados por medio de publicaciones Web o e-mail de las diversas promociones que la empresa esta interesada en realizar, o los proveedores podrán de emitir sus propuestas de promociones con sus correspondientes políticas.

Listado de pagos a proveedores.

Se establece también la facilidad al proveedor de poder consultar sus pagos, es decir si esta dentro de la programación a realizarse ese día ya no habrá la necesidad de llamar a confirmar o ir a la matriz de la empresa a verificar si esta dentro del listado de programación de pagos.

Venta de publicidad para los proveedores.

La venta de publicidad ya no solo será interna, escrita o radial también se ofrecerá la publicidad en el Web.

Los proveedores podrán tener información sobre los espacios disponibles de alquiler en las diversas sucursales o de campañas publicitarias que el departamento de marketing esta por empezar junto con las políticas establecidas para la campaña.

Sistema de Información Gerencial

Informe de compras globales y por proveedor.

Informe de Ventas Global y por Proveedor.

Informe de compras vs. Ventas global y por proveedor.

Informe de productos de mayor rotación.

Informe de productos de mayor rentabilidad.

Informes estadísticos comparativos de rentabilidad por sucursal, por la empresa.

Considerar gastos contables, representación grafica de los resultados de los informes informe de Inventarios valorados por sucursal y por empresa

2.3.- El Modelo de Negocio

Nuestro Modelo de Negocio será el siguiente:

Venta de Software S@E. Programas ejecutables.

- El cliente adquiere las licencias de uso de S@E. Ideal para aquellas empresas que desean administrar por cuenta propia su portal de abastecimiento electrónico.

Utilización de S@E Virtual. Pago por transacción.

- El cliente pagará por transacción efectuada en nuestro sistema virtual, cuyo acceso será desde Internet. Este modelo es ideal para aquellas empresas que manejan pocas transacciones de abastecimiento.

Utilización de S@E Virtual. Pago Cuota Fija.

- El cliente pagará una cuota fija mensual por la utilización de nuestro sistema virtual, cuyo acceso será desde Internet. Este modelo es ideal para aquellas empresas que manejan muchas transacciones de abastecimiento.

2.4.- El producto

Un principio fundamental en el desarrollo de este proyecto, es que las aplicaciones son una herramienta y no un instrumento que debe de tenerse para utilizar la tecnología de la información.

En consecuencia los sistemas de información deben de desarrollarse sobre la base de su propia capacidad para mejorar el desempeño de la organización.

La marcha de una empresa incluye también beneficios para sus empleados, clientes y otras personas con la que se tienen tratos.

2.4.1 Objetivos Generales

La empresa comisariato de todos el Conquistador busca la optimización de sus proceso de abastecimiento, promociones, publicidad, pagaduría con la finalidad mejorar la atención de sus clientes quienes podrán encontrar con mayor rotación los diversos productos, a la vez se busca mejorar el trabajo con los proveedores facilitando sus operaciones de negociación.

Con el mejoramiento del plan del negocio y una campaña adecuada de marketing se espera mejorar el rendimiento de la empresa.

2.4.2 Objetivos Especificos

Al mejorar el proceso de Abastecimiento, se podrá contar con un stock de productos de alta rotación, no se producirán el desabastecimiento de productos claves. Los proveedores en la actualidad ocupan de dos a tres días para poder culminar el proceso de la orden de pedido con el Sistema De Abastecimiento Electrónico se podrá realizar en un día.

Al lograr una confirmación electrónica de los pedidos se podrá contar con una actualización mas ágil de los inventarios optimizando en tiempo de ingreso de información de stock, costeo.

La actual forma reoperar con la publicidad no le permite al proveedor conocer lo que la empresa esta interesada en realizar, con la publicaciones en la Web los proveedores podrán encontrar detalle de las campañas internas de la empresa pudiendo de esta forma ser mucho mas participativo en ellas.

Las promociones son estrategias de mercadeo que en los actuales procesos lleva un tiempo muy largo de confirmación lo cual hace que en muchas ocasiones se retrasen con la publicación en el Web se podrá optimizar este tiempo que significa mayor rentabilidad para la empresa.

Un valor agregado para lo proveedores y de cierta forma lograr llamar su atención en el del WEB es ofrecer información acerca de sus ordenes de pagos que en la actualidad causa un gran descontento para los proveedores por la manera de poder saber si están considerados en las ordenes semanales.

Con estas publicaciones el proveedor podrá saber cuando debe ir a la empresa a retirar su cheque

2.4.3 Beneficios

Entre los principales beneficios la cadena de abastecimiento se puede mencionar:

1. Mejorar el Servicio a los clientes:

A mayores niveles de eficiencia en los procesos productivos, mejor será el servicio ofrecido al cliente en términos de precio, tiempo de entrega, condiciones de compra, etc., ya que éste se vuelve cada día más exigente lo cual se refleja en el comportamiento del cliente ante la empresa y sus productos.

2. Competitividad:

Debido al proceso de globalización, debemos estar preparados para afrontarnos a la competencia internacional, esto se puede lograr sólo si se tiene la capacidad para hacerlo, si se tienen precios y procesos competitivos. Esta competencia no solo se presenta cuando las empresas se inmiscuyen en procesos de exportación sino cuando

nuevos entrantes internacionales incursionan en los mercados domésticos.

3. Liderazgo de mercado:

Al mejorar el servicio a los clientes, se puede atraer a nuevos.

4. Nuevas relaciones comerciales y competitivas:

Con la incorporación del sistema a la empresa es posible participar plenamente en el proceso de la oferta y la demanda, incluso con empresas internacionales., con lo que se pueden disminuir costos.

Comunicación de la información del modo más rápido y más exacto, por medio de mensajes electrónicos estándar que automáticamente actualizados

2.4.4.- Ventajas

- a) La ejecución del proceso de forma mucho más rápida, utilizando el soporte electrónico.
- b) La consecución de un proceso mucho más eficaz (ahorros de tiempo) y más eficiente (ahorros de coste).
- c) La empresa no requiere grandes estructuras en su departamento de compras ni destinar grandes recursos en trámites y papeleo.
- d) El tiempo de búsqueda de proveedores se reduce ostensiblemente, con un click de ratón se autoriza la compra.
- e) No se requieren documentos en papel para la comunicación interna o externa, todo se envía y se genera en pocos segundos.
- f) La información llega a los participantes del

proceso en tiempo real y de forma simultánea.

- g) El pago se efectúa electrónicamente en la cuenta del proveedor.

Entre otros efectos positivos del e-procurement en los compradores (clientes) se pueden señalar:

- Verificación de disponibilidad.
- Comparación de precios.
- Reducción de costes.
- Eficiencia administrativa.
- Control.
- Reducción de compras no autorizadas.
- Ampliación de alternativas de compra (con Internet no hay distancias).
- Mejores precios.
- Obtener respuestas a pedidos poco comunes.

Por su parte las empresas proveedoras reciben beneficios por:

- Disminución de costos de transacción.
- Disminución en los tiempos de procesamiento de órdenes.
- Facilidad de manejar catálogos personalizados por clientes y de actualizar dichos catálogos.
- Disminución en costos relacionados a fallas humanas en el ingreso de pedidos.

CAPITULO 3

3. ESTUDIO Y DEFINICIÓN DEL MERCADO

3.1 Objetivos del Estudio del Mercado

Básicamente nuestro proyecto se ha creado para alcanzar los siguientes objetivos y transformarlos en metas cuantificables a corto plazo, los cuales comprenden:

Ratificar la existencia de una demanda insatisfecha, ya que es urgente la necesidad de dar un mejor servicio, y que el producto ofrezca mayores ventajas sobre otros.

Conocer cuales son los métodos que se van a emplear para la difusión de la página Web ya sea esta por publicidad, marketing, Internet, etc.

Diferenciar y hacerle ver al inversionista que no siempre una demanda insatisfecha, clara y grande como la de nuestro proyecto no siempre indica que se pueda penetrar con facilidad ya que nos podemos topar con un monopolio u oligopolio.

3.2 Ventajas para el Cliente

Nuestro sistema va dirigido a toda organización que requieran mejorar sus controles internos, permitir la colaboración con socios externos sean estas empresas pequeñas o medianas.

Permitiéndoles ahorrar y mejorar sus operaciones:

40% aumento de producción

25-40% disminución de inventario desactualizado y obsoleto

30% reducción de costos de mantenimiento

15% disminución de tiempos de parada

Mantener su inventario continuamente abastecido y en una forma oportuna

Adquirir productos de calidad a un precio justo

Localización de nuevos productos y/o alternativas

Automatización de los procesos comerciales

Además, nuestro sistema ayuda a las empresas a disminuir las compras redundantes y los gastos de capital, optimizar el uso de los activos y cumplir con las normas de auditoría.

3.3 Tamaño del Mercado

El mercado geográfico de S@E son las pequeñas y mediana empresas específicamente son las PYMES del Ecuador, la industria analizada son los supermercados, autoservicios e importadoras y en general comercializadoras que llevan un inventario.

El número de empresas y su la participación en el mercado, se resume así:

TABLA 2
NÚMERO DE EMPRESAS Y SU LA PARTICIPACIÓN EN
EL MERCADO

SECTOR	NUMERO EMPRESAS	PROMEDIO EMPLEADOS POR EMPRESA	TOTAL TRABAJADORES
PYMES	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1'686.000

Ubicación geográfica: se da una gran concentración en las ciudades de mayor desarrollo; en Quito y Guayaquil se asientan el 77% de los establecimientos; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 15%; y el 8% corresponde a 17 provincias.

3.4.- Mercado Potencial.

Esta investigación se realizó en empresas afiliadas a las Cámaras de Pequeña Industria de las provincias de Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha y Tungurahua, y comprendió los siguientes sectores de producción:

TABLA 3.
TIPOS DE EMPRESAS SEGÚN PRODUCCIÓN

Productos Alimenticios y Bebidas	Papel, Imprenta y Editoriales
Textiles y Confecciones	Productos Químicos y Plásticos
Cuero y Calzado	Productos Minerales no Metálicos
Madera y Muebles	Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo

Se trabajó con una muestra de 803 empresas, lo que determina un coeficiente de confiabilidad del 95% y un error máximo probable del 5%. El número indicado representa además, aproximadamente, al 10% de los establecimientos registrados por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP).

En la organización jurídica de la pequeña y mediana industria prevalecen las compañías limitadas (37,3%) y tienen un peso muy significativo aquellas que operan como personas naturales (35,2%). Puede afirmarse entonces que en la conformación del capital de la pequeña industria se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar. De todos modos es importante señalar que el

97% de las PYMIS ha obtenido el Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo que evidencia el grado de formalidad o de cumplimiento de obligaciones para con el Estado y la Sociedad.

Para el 44% de las empresas el mercado es básicamente local (su ciudad) mientras que para el 26% sería de alcance regional (ciudad, provincia de origen y provincias circunvecinas). Por su parte, el 8% habría extendido su radio de acción a las provincias limítrofes y solamente el 6% estaría sosteniendo un flujo exportable.

Tecnología de las PYMES.

Al evaluar el grado de automatización de la maquinaria utilizada, se encontró un mejoramiento con relación a la situación encontrada en investigaciones anteriores (entre 1993 y 1996). Actualmente, el 29.1% del equipamiento es considerado por los empresarios como de accionamiento manual; el 43.6%, semiautomático; el 23.6%, automático y el 3.7% computarizado.

En lo que respecta a tecnologías de información y comunicación se advierte una débil incorporación de sistemas computarizados de manejo de la información, pues el 36% de las empresas manifiesta que no dispone de ordenadores y el 35%, que dispone de uno sólo. Las empresas que estarían utilizando entre 2 y 3 representan el 20% y el 9% tendría más de tres.

El 66% de empresas que tienen computador afirman que poseen Internet. Las que no lo utilizan atribuyen a costos elevados y, en última instancia, a políticas internas. Para el 87% de estas empresas su integración a las redes mundiales de información y comunicación no tiene más de tres años, esto determina que sea una herramienta todavía no bien aprovechada.

Es evidente que las empresas que llevan mayor tiempo de utilización de estas tecnologías informáticas presentan un perfil distinto de organización y gestión, así también, la intensidad de uso en lo administrativo, financiero y comercial ha significado una sustancial mejora en estas áreas. Hay, sin embargo, una especie de atrofia

tecnológica en otras áreas como producción, control de calidad, mantenimiento.

Gestión de Inventarios.

Las formas de procesamiento y utilización de la información están rezagadas respecto de las necesidades del proceso productivo ya que en alrededor del 28% de las empresas se está apelando a la experiencia, es decir a la costumbre, lo cual explica la vulnerabilidad del "sistema"; el 36% está empleando kárdex manual y solamente el 36%, formas computarizadas.

Generación y Uso de la Información.

Todas las empresas llevan contabilidad general. La mayoría (75%) por cuenta propia y un grupo importante (25%), utilizando servicios de terceros. El 77% sostiene que utiliza medios computarizados y, complementariamente, el 23%, que todavía emplea sistemas manuales. Sin embargo, el 76% de PYMIS estaría trabajando con datos atrasados ya que obtiene

balances con periodicidad mayor a la trimestral, es decir, en la práctica no se cuenta con información oportuna para tomar decisiones.

TABLA 4

ESTADÍSTICAS DE PYMES	
# PYMES	DESCRIPCIÓN
15000	EN ECUADOR
8030	REGISTRADA (CON RUC)
5139	64% TIENE MAS DE UNA COMPUTADORA
2811	35% TIENE UNA COMPUTADORA
1606	20% TIENE ENTRE 2 Y 3 COMPUTADORA
723	9% TIENE MAS DE TRES COMPUTADORA
477	66% TIENE INTERNET
260	36% TIENE SISTEMA DE INVENTARIO (MERCADO POTENCIAL)

3.5.- Mercado Meta.

Nuestro Mercado Meta son las 120 empresas que actualmente utilizan el software PVSAC., ya que han demostrado interés por automatizar su etapa de abastecimiento. Además nos permitirá una fácil implantación por lo que S@E ha sido desarrollado tomando como piloto el Grupo El Conquistador que

actualmente utiliza PVSAC en todas sus empresas relacionadas

De éste mercado en base a una encuesta (clientes y proveedores) se determinó la siguiente distribución:

- 25 empresas interesadas en la venta del software.
- 60 empresas interesadas en el modelo Virtual. Pago por Transacciones.
- 35 empresas interesadas en el modelo Virtual. Pago de una Cuota Fija.

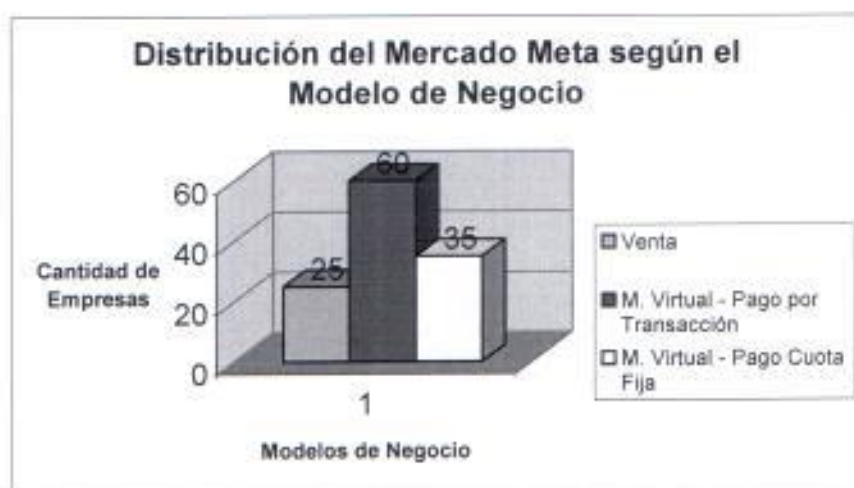


FIGURA 2. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO META SEGÚN EL MODELO DE NEGOCIO

ANEXO A – ESTUDIO DEL MERCADO

**ANEXO E – LISTADO DE EMPRESAS QUE UTILIZAN
PVSAC.**

**ANEXO F – ENCUESTA A PROPIETARIOS DE
EMPRESAS QUE UTILIZAN PVSAC.**

CAPITULO 4

4. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS Y OPORTUNIDADES

4.1. Oportunidades Externas.

- Las PYMES son empresas que necesitan ser cada vez más competitivas por lo que apostarán a inversiones en tecnología.
- El Tratado de Libre Comercio.
- Existen diversos sistemas de abastecimiento alrededor del mundo, pero en Ecuador aún no se ha implementado uno con características semejantes a las de S@E.

4.2 Amenaza Externa (competencia).

- Los productos a continuación van por nuestra línea de Negocios.

Abastem-Z Costo del Software \$ 7.000

- Desventaja
- El software no tiene una personalización propia de su portal de Compra, ellos manejan un portal en Común.
- No cuentan con elementos de Seguridad Certificados

E-Compro Costo del Software \$ 8.000

- No cuenta con características de parametrización, tiene problemas con acoplación de diferentes modelos de negocios, se lo enfoco a Supermercados.

Estas empresas han realizado desarrollos a la medida para empresas grandes, se convertirían en una amenaza por que podrían orientar a su producto al sector de la Pymes.

Existen diversos sistemas de abastecimiento alrededor del mundo, pero en Ecuador aún no se ha implementado uno con características semejantes a las de S@E

- Si el portal no cuenta con las debidas seguridades será vulnerable desde el Internet por cualquier tipo de personas y podría verse afectada la información de la empresa publicada en el mismo.

4.3 Fortaleza interna

- Mercado no atendido por la Empresas desarrolladora de software.
- Mediante el portal se podrán publicar de una forma eficiente los requerimientos que tenga la empresa.
- Experiencia y Conocimiento del Negocio del Equipo Directivo
- Producto de Fácil Tropicalización.
- Precio del Producto.
- Costos Fijos reducidos.

4.4 Debilidades internas.

- Empresa nueva en el mercado.
- Escasos Recursos Económicos.

- Incursionar en un campo nuevo en nuestro medio y que va a requerir de una buena información para su correcta utilización.
- Que los proveedores no tengan el suficiente conocimiento para utilizar de la mejor manera el portal.

CAPITULO 5

5. ESTRATEGIA DE PRECIO, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

5.1 Fijación de precio.

La utilización de herramientas Open Source hace que nuestro producto lo podamos comercializar en el Ecuador al mejor precio, en comparación de otros productos de similares características.

Y dado que las necesidades de la empresa son muy variadas, se han establecido, para éste plan 3 categorías básicas de servicios, son los siguientes precios

- **Para el Modelo de Negocios de Venta del software.**

El precio de nuestro producto estará en un 50% apalancado con la reducción de costos que se genere al unir las cadenas de valor de la empresa cliente y la proveedora

Captación agresiva del mercado de las PYMES ofreciendo los ejecutables del Software a pequeña empresa a \$1000 y a mediana empresa \$1500.

El mantenimiento del Software tendrá un costo mensual de \$200 que incluye visitas ordinarias (8 horas mensuales) para ajustes de la aplicación (No nuevos Requerimientos), soporte telefónico y visitas extraordinarias (emergentes)

- **Para el Modelo de Negocios del Software Virtual.**

Pago por Transacción

Inscripción de \$200 (una sola vez)

0,50 centavos la transacción, en un máximo de 100 transacciones por mes (\$100).

- **Para el Modelo de Negocios del Software Virtual. Pago de Cuota Fija.**

Inscripción de \$200 (una sólo vez).

Cuotas Fijas mensuales de \$100.

Número de Transacciones a realizar entre 200 y 300.

El precio del Producto se lo fijó en base a Diferenciación puesto que en el mercado no tenemos productos/servicios similares para pymes. El esquema de pago para los servicios será el 60 del valor del contrato con la modalidad de anticipo y el 40% restante a la entrega del producto (sólo para venta de software).

5.2 Promoción y Publicidad del Software.

Para promocionar nuestro producto recurrimos a los medios impresos, medios del Internet, enviando correos y

visitas de promoción a diferentes empresas ya sean pequeñas o medianas.

Como promoción para nuestros futuros clientes, se brindara la oportunidad de tener por tres meses un servicio gratis de hospedaje HOSTING, para de esta manera disminuir aún más los gastos y mano de obra relacionados con la instalación y mantenimiento de las plataformas del servidor, además los clientes cargan y almacenan sus datos en un lugar remoto y seguro eliminando la necesidad de comprar bases de datos, servidores, hardware.

La mejor promoción que podemos tener es la satisfacción de nuestros clientes, al comprobar la calidad de nuestro sistema.

Ubicarnos en los primeros lugares en los buscadores de Internet más visitados, como son: Google, Yahoo, Altavista, el universo, y en los principales portales del Ecuador.

CAPITULO 6

6. ESTRATEGIA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN.

6.1.- Ventas y Distribución.

Según las estadísticas de la Superintendencia de Compañías, la mayor parte de nuestro mercado potencial está en las provincias del Guayas y Pichincha, que es donde existen la mayor cantidad de empresas comerciales e industriales.

La distribución estará dirigida a Guayaquil en una 1era. Fase y posteriormente abriremos la comercialización a Quito y se realizará a través de nuestros Agentes / Asesores Comerciales.

S@E Será la base para la creación, promoción y distribución de nuevos productos y servicios

6.2 Agentes externos y propios.

Nos asociaremos con empresas que puedan distribuir nuestro producto en el país y en el extranjero, para ello contamos con una política clara de comisiones sobre las ventas al igual que otros beneficios para aquellos que logren sobrepasar las metas propuestas.

Los Agentes de Venta no tendrán ingreso fijo de salario sino sólo la Comisión + transporte + alimentación

COMISION = 10% SOBRE LA VENTA

6.3 Servicio post ventas

- Revisiones periódicas de las estadísticas de acceso al Web Site.
- Seguridad en las transacciones que se generen a través de Certificaciones digitales

- Alta Disponibilidad de la Información 24 * 7.
- Mantenimiento al Site y Soporte Técnico.

CAPITULO 7

7. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

7.1 Nuestro Reto.

El poder automatizar los procesos de abastecimiento de las Pymes a través del nuestro Sistema de Aprovisionamiento Electrónico.

El poder generar Competencia Leal entre nuestros proveedores es una característica principal del producto.

El Módulo de Información Gerencial a través de los Reportes será una herramienta de mucha utilizada para las Gerencias de la Empresa.

Al estandarizar y centralizar el proceso de adquisición y aprovisionamiento de insumos, conseguimos los siguientes beneficios:

- Mayor capacidad para lograr descuentos por volumen.
- Mejor control de las compras poco convencionales.
- Mejoramiento de la administración.



FIGURA 3. PANTALLA INICIAL

7.2 Alcances

Nuestro alcance es el desarrollo de un producto de software para aprovisionamiento electrónico con las siguientes características.

Módulos

- Módulo de Abastecimiento / Pedidos.
Pedidos.
Recepción
Ingreso / Digitación.
- Módulo de Pagaduría.
- Módulo de Promociones.
- Módulo de Publicidad.
- Módulo de Sistema de Información Gerencial.

Entregables

1) Base de Datos Transaccional (SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO ELECTRÓNICO)

Productos: Todos.

Actores: Usuarios de Comisariatos "El Conquistador" y Proveedores.

2) Sistema de Aprovevisionamiento (Look and Feel)

Transacciones.

- Solicitud de Pedidos a Proveedores.
- Confirmación de la nota de pedido.
- Transmisión de la confirmación al sistema de inventario.
- Listado de pagos a proveedores.
- Ingreso de participación de promociones.
- Venta de publicidad para los proveedores.
- Sistema de Información Gerencial.
- Interfaces con el Sistema de Contabilidad.
- Internase con el Sistema de Inventario.
- Migración Histórica de Información para el Sistema Gerencial de Consulta.

3) Sistema Gerencial de Consulta de Información

RESUMEN DE OPCIONES DEL SITIO SUGERIDAS**CLASIFICADAS POR PERFIL****Descripción Portal de Servicios Grupo Conquistador****Interfaz de "Clientes" del Grupo Conquistador**

Grupo Conquistador

Misión – Visión

Contáctenos

Login

Solicitud de Clave

Interfaz del "Proveedor" del Grupo Conquistador

Información Personal

Cambio de Clave

Ordenes de Compra

Consulta y Confirmación Ordenes de Compra

Pagos

Consulta y Confirmación Pagos

Devoluciones

Consulta y Confirmación de Devoluciones

Promociones

Participar en Promociones

Consulta Participación en Promociones

Publicidad

Compra Publicidad

Consulta Estado de Publicidades Contratadas

Informe de Ventas por Producto en sitio de Publicidad

Listas de Precios y Bonificaciones

Mantenimiento de artículos.

Mantenimiento Lista de Precios y Bonificaciones

Competencias

Interfaz del "usuario administrador" (personal Grupo Conquistador)**Usuarios**

Cambio de Clave

Roles y Menú

Roles

Menú

Asignar Menús a Roles

Migración de datos

Subir Transacciones de Inventario

Subir Pagos

Subir artículos/Existencias/Min, Max y Rotación
`` Bajar Ordenes de Compra

Ordenes de Compra

Mantenimiento Ordenes de Compra a Proveedores
Consulta Ordenes de Compra a Proveedores
Consulta Ordenes de Compra a Grupo Conquistador

Pagos

Mantenimiento Pagos
Consulta de Pagos

Promociones

Mantenimiento de Promociones.
Alta de Promociones Vendidas
Consulta de Participación en Promociones

Publicidad

Mantenimiento de Sitios de Publicidad
Consulta de Estado de Sitios

Listas de Precios y Bonificaciones

Mantenimiento de artículos.
Mantenimiento Lista de Precios y Bonificaciones
Competencias

Informes Gerenciales.

Compras Globales por Proveedor
Ventas Globales por Proveedor
Compras Vs. Ventas Globales por Proveedor
Productos de Mayor Rotación
Productos de Mayor Rentabilidad
Informe Estadístico Comparativo de Rentabilidad por
Empresa y Sucursal
Informe de Inventario Valorados por Sucursal y por
Empresa

Grupo **El Conquistador**
Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Información Personal
Cambio de Clave
Órdenes de Compra
Pagos
Devoluciones
Promociones
Publicidad
Listas de Precios
Cerrar Sesión

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

ORDENES DE PEDIDO

Usuario: 123456789

Nombre Proveedor: Sirtel

# de Orden	Sucursal	Fecha de Pedido	Desde	Hasta	Estado
255475	Guayaquil (DC-1)	9/09/05	9/09/05	16/09/05	Pendiente
345125	Quito (DC-2)	10/08/05	10/08/05	31/09/05	Entregado
855475	Guayaquil (DC-1)	9/05/05	9/05/05	16/09/05	Pendiente
598457	Quito (DC-2)	9/05/05	9/05/05	16/09/05	Pendiente

FIGURA 4. PANTALLA TRANSACCIÓN

Ver Detalle en: ANEXO C – INTERFAZ GRAFICA

7.3 Tecnología aplicada.

Arquitectura

La solución será entregada desarrollada en J2EE en una arquitectura de 3 Capas. Como Base de Datos tendremos

MYSQL/POSTGRESS, y el Cliente tendrá un Browser Internet Explorer.

Esquema Técnico de Solución

SOLUCIÓN OPEN SOURCE

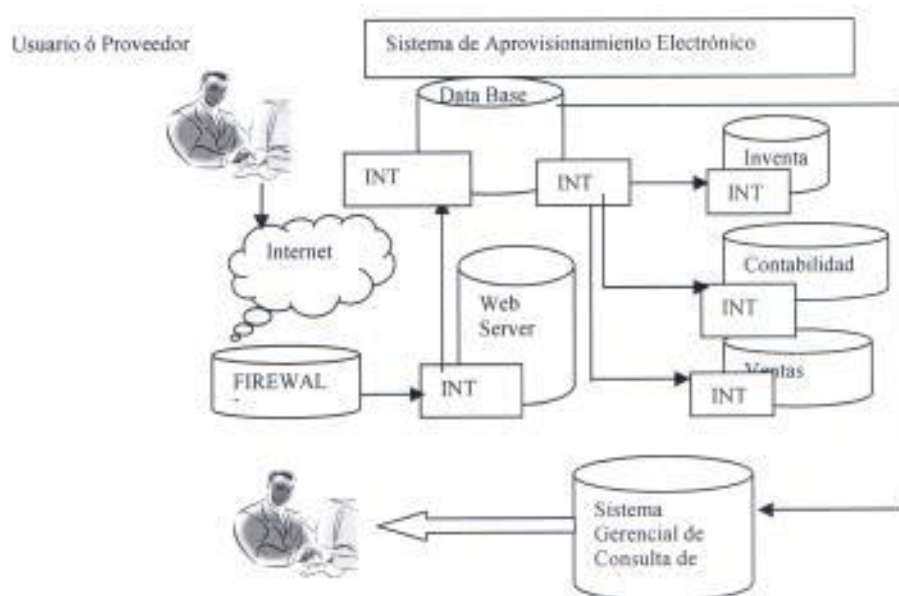


FIGURA 5. ESQUEMA TÉCNICO DE S@E

CAPITULO 8

8. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA.

8.1 Hardware, Software y Humanos

Recursos y Costos

Hardware

1) Servidores

Desarrollo

- **Web Server con las siguientes características mínimas:**

Pc con 40 GB. De disco duro, 2 GB. Memoria, 1.4

GHZ. Procesador.

- **Database Server.**

Pc con 40 GB. De disco duro, 1 GB. Memoria, 1.4 GHZ Procesador.

* Se podría utilizar el mismo Servidor.

2) Pc's

Desarrollo

- 2 Pc's con las siguientes características: Pentium IV, 2.0 Ghz, 40 GB. Disco Duro, 512 MB RAM.

Software

Web Server

- Linux.
- Tomcat.

Database Server

- MYSQL

- POSTGRESS

Pc's

- SQL estándar.
- Herramientas J2EE / ECLIPSE.
- Internet Explorer.
- Visio.
- Herramientas clientes para acceso a la base de datos.

Humanos

Diseñador Web

Programador Junior

Programador Senior

DBA

Infraestructura

2 Estaciones de Trabajo (con escritorios) y en un área en donde no exista demasiado ruido.

8.2 Aplicaciones informáticas.

Se utilizarán las siguientes herramientas informáticas de Oficina:

- Project.
- Office.
- Publisher.
- Acrobat.

CAPITULO 9

9. ASPECTO GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN.

9.1 Proceso de apertura.

A pesar que Nuestro Plan de Negocios es para un Producto Nuevo para una empresa existente se realizó el estudio para el Proceso de Apertura de una nueva empresa, en éste intervienen los siguientes procedimientos.

TABLA 5. INICIALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Carácter del procedimiento (2006)	Proc #	Duración (días)	Costo en US\$
Honorarios de Abogado	1	1	500,00
Registrar el Nombre de la Empresa	2	1	0,00
Obtener la Aprobación del Fondo	3	1	0,00
Certifique ante un Notario	4	2	75,00
Firma del Abogado y Registro de la Compañía	5	5	0,00
Publicación en un diario	6	2	85,00
Inscripción en la Cámara de Comercio	7	1	60,00
Inscripción en el Registro Mercantil	8	9	80,00
Solicitar Impuesto a Aplicar	9	4	10,00
Impresión de Facturas	10	1	40,00
Firma del IEES	11	10	0,00
Informe al Ministerio de Trabajo	12	2	0,00
Inspección de la Municipalidad, Cuerpo de Bomberos, Salubridad y Policía	13	29	100,00
Licencia de Trabajo de la Municipalidad	14	1	50,00
Totales:	14	69	\$1000,00

Apertura de una empresa.

Los procedimientos genéricos que se requieren oficialmente para que un emprendedor inicie una empresa industrial o comercial, entre ellos obtener todas las licencias y permisos necesarios, y completar las notificaciones, verificaciones e inscripciones ante las autoridades pertinentes.

Luego de un estudio de la legislación, normativa e información pública disponible sobre la apertura de una empresa, se desarrolla una lista detallada de procedimientos, tiempo, costos y capital inicial. Subsecuentemente, los abogados especialistas en creación de empresas y agentes del gobierno completan y verifican la información en los procedimientos correspondientes. En promedio, cuatro firmas de abogados participan en cada país.

Se recaba información sobre la secuencia en la que pueden completarse los procedimientos y sobre la

posibilidad de que estos se lleven a cabo en forma simultánea.

Se presupone que cualquier información solicitada sea fácil de obtener y que todas las entidades gubernamentales y no gubernamentales involucradas en el proceso funcionen eficientemente y sin corrupción. Si las respuestas de los expertos difieren, se continuarán las indagaciones hasta que la información sea reconciliada.

9.2 Localización / oficinas.

Las Oficinas se encuentran en la avenida Francisco de Orellana en el World Trade Center, el segundo piso oficina 3

9.3 Definición de funciones.

Gerente General.

Toma de Decisiones en conjunto con el Comité Ejecutivo de La Empresa.

Es el representante Legal de la Empresa. Gestiona el Recurso Humano de toda la organización

Comité Ejecutivo.

- Formado por todas las Gerencias.
- Resuelven Conflictos empresariales.
- Revisan los Planes de Acción para el Cumplimiento de Objetivos empresariales.
- Analizan el lanzamiento de nuevos productos al mercado.

Asesor Jurídico.

- Tiene la responsabilidad de revisar los Contratos con las empresas Proveedoras y con nuestros clientes.
- Vigila el cumplimiento de las resoluciones que emitan los organismos reguladores según las Leyes Ecuatorianas.

Gerente Financiero.

- Administra todos los Recursos Internos de la empresa.
- Gestión de Relaciones con Instituciones Financieras.

Gerente de Tecnología.

- Define y mantiene la Infraestructura Tecnológica que ayudará a conseguir los objetivos empresariales.
- Brinda Servicio a las demás áreas de la organización para que los procesos internos se automaticen.
- Gestiona la relación con los proveedores de Tecnología.

Gerente de Comercialización.

- Define los Planes de Mercado en el Lanzamiento de nuevos productos.

- Define la Estrategia de Precios.
- Define y administra los Canales de Distribución Directos e Indirectos.

Contador.

- Realiza la Contabilidad de la Empresa.
- Verifica con los organismos fiscales la tributación al estado.
- Elabora los Estados Financieros.

Jefe de Proyectos.

- Lidera los Proyectos de Desarrollo de Software.
- Gestiona la Relación con los departamentos de Sistemas de las empresas clientes.
- Realiza la Planificación de los Proyectos.

Ingeniero1.

- Analiza los Sistemas a Implementar.
- Diseña los Sistemas a Implementar.

- Construye los Sistemas a Implementar.

Ingeniero 2

- Analiza los Sistemas a Implementar.
- Diseña los Sistemas a Implementar.
- Construye los Sistemas a Implementar.

Asesor Comercial GYE.

- Administra la Cartera de Cliente de GYE.
- Análisis de Prospectos de Clientes de GYE.
- Realiza Servicio Postventa.

Asesor Comercial UIO.

- Administra la Cartera de Cliente de GYE.
- Análisis de Prospectos de Clientes de GYE.
- Realiza Servicio Postventa.

9.4 Organigrama.

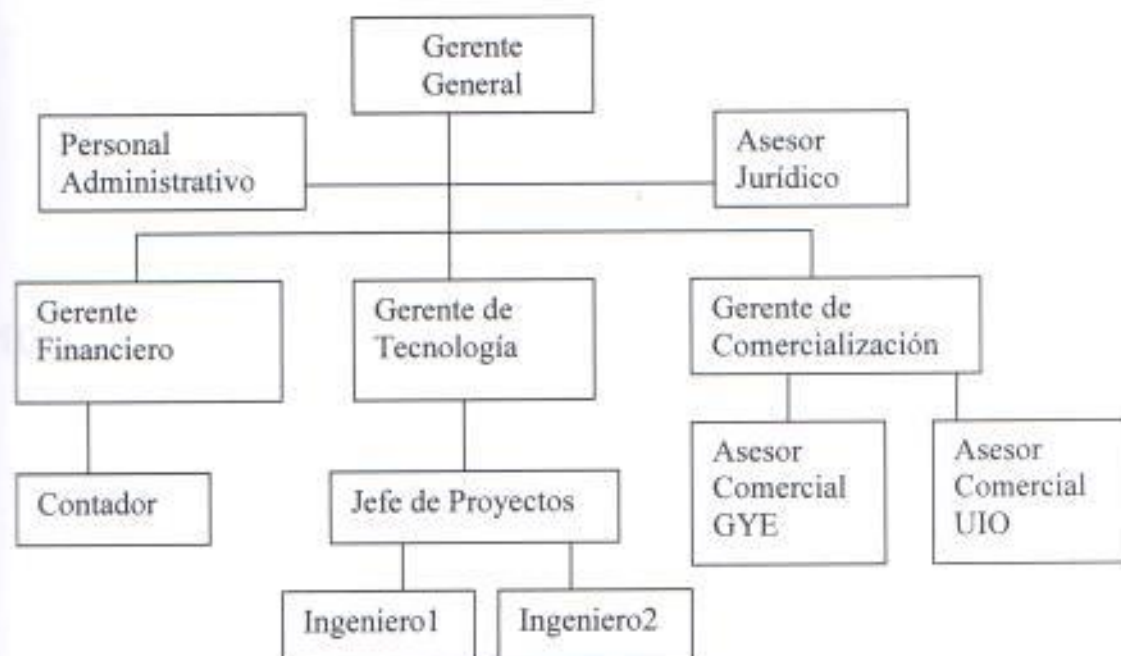


FIGURA 6. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

CAPITULO 10

10. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.

10.1 Números de socios.

La empresa tendrá tres Socios – accionistas quienes formarán parte del Equipo Directivo de la Organización.

10.2 Capital social.

El Capital Social con el que iniciará ésta empresa será de:
\$ 30.000

10.3 Obligaciones fiscales y laborales.

Nuestro Plan de Negocios es para un Producto Nuevo por lo que se analizarán los impuestos/tributos que se

generarán de la Venta de Este Impuesto Al Valor
Agregado (0.12)

Impuesto a la Renta (0.01)

CAPITULO 11

11. ÁREAS DE CONOCIMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTO

11.1 Gestión de tiempo del proyecto

11.1.1 Determinación del tiempo del proyecto

La estimación de tiempo del proyecto esta basado en modelos algoritmicos específicamente en la descomposición de estimación basada en puntos de función.

TABLA 6.

PUNTO DE FUNCION				
PARAMETROS	Complejidad baja	Complejidad media	Complejidad alta	TOTAL
# Entradas	5X3	1X4	0X6	19
# Salidas	7X4	1X5	0X7	32
# Archivos (internos)	13X7	0X10	0X15	91
# archivos (externos)	8X5	0X7	0X10	40
# Consultas o Reportes	7X3	1X4	0X6	25
Punto de función no ajustado PFNA				207

$$FA = 0.01 * PFNA + 0.65; \quad PF = PFNA * FA;$$

$$LDC = PF * (\text{promedio de lenguaje})$$

Con lo cual se determino que la líneas de código aproximadamente, basado en el lenguaje de programación JAVA, es de 8500 LDC expresada en KLDC ES 8,5

$$PF = 207 * 2.72 = 563.04$$

$$LDC = 563.04 * (\text{JAVA}) = 563.04 * 15 = 8445.6$$

$$KLDC = 8.5 \text{ (miles de líneas de códigos)}$$

Y la determinación del tiempo y recursos basado en el modelo COCOMO Intermedio modo semiencajado con los atributos: capacidad del analista, capacidad del programador, experiencia del lenguaje y con metodología de programación moderna dio como resultado una duración de 6 meses de desarrollo con dos programadores.

$$Km = 3.0 * (8.5)^{1.2} * ACAP * ACAP * LEXP * MODP$$

$$Km = 14.35 \text{ (personas mes)}$$

$$Td = 2.5 Km^{0.35} \text{ (meses)}$$

Td = 6.35 (meses)

PERSONAS: 14.35 / 6.35 = 2.26 ~ 2

TABLA 7.

Cronograma del Proyecto.

Resumen de Actividades			
Portal de Servicios "S@E"	130 días	09/01/2006 8:00	14/07/2006 17:00
Instalación de la Base de Datos	2 días	09/01/2006 8:00	10/01/2006 17:00
Configuración de la Base de Datos	2 días	11/01/2006 8:00	12/01/2006 17:00
Instalación de ambiente de Aplicaciones	2 días	13/01/2006 8:00	16/01/2006 17:00
Análisis	10 días	09/01/2006 8:00	20/01/2006 17:00
Diseño	15 días	23/01/2006 8:00	10/02/2006 17:00
Desarrollo	90 días	07/02/2006 8:00	19/06/2006 17:00
Pruebas y Ajustes	4 días	20/06/2006 8:00	23/06/2006 17:00
Capacitación	2 días	26/06/2006 8:00	27/06/2006 17:00
Puesta en Producción	11 días	28/06/2006 8:00	12/07/2006 17:00
Estabilización y Monitoreo	2 días	13/07/2006 8:00	14/07/2006 17:00

ANEXO B - cronograma detallado

11.2 Gestión de costos del proyecto.

Para medir la efectividad en cuanto a costo del proyecto S@E, lo que habitualmente se denomina costo/beneficio, determinaremos los principales procesos que se deben de considerar para la gestión de los costos para asegurar que el proyecto se completara dentro del presupuesto.

Estos principales procesos son los siguientes:

Planeación de Recursos:

- Diseñador Web.
- Programador Júnior.
- Programador Señor.
- DBA.

Estimación de costos.**Costo de desarrollo del sistema.**

- \$ 6238,00 (personal) + \$5980 (hardware y software)
= 12218

Costo de operación del sistema.

- Fijos: \$ 350 por mes a partir del sexto mes.

Gastos de Generales = \$30 por mes.

11.3 Gestión de riesgo.

Nuestro proyecto durante su desarrollo tendrá riesgos que podrían provocar desde una simple demora hasta una paralización total del mismo. Para que nuestra planificación no se vea afectada hemos definido los riesgos y el plan de acción para combatirlos y así disminuir su impacto y poder reaccionar mejor ante ellos en los niveles evolutivos.

A continuación detallamos alguno de los riesgos que se nos podrían presentar:

- Que se vaya un integrante del proyecto.
- Que no se puedan integrar los módulos.
- Que no alcance el presupuesto.
- Que las Competencia saque producto antes que nosotros.

Todos estos riesgos y muchos más tienen un plan de contingencia que si son considerados en nuestro plan.

Para mayor detalle: ANEXO G: PARTE ADM. DE RIESGO

11.4. Gestión de RR HH.

Todo el personal escogido para el proyecto cumple con muchos requisitos teórico y práctico con gran experiencia en el medio de desarrollo de software.

Programador Senior.

Ingeniero de Desarrollo de Software con experiencia en la programación de formularios.

Tiempo de requerimiento: Durante todo el proyecto.

Programador Junior.

Ingeniero de Desarrollo de Software con experiencia en el desarrollo de proyectos de software de Aprovisionamiento Electrónico

Tiempo de requerimiento: Durante todo el proyecto.

DBA.

Administrador de la Base de Datos. Administrará el ambiente de Desarrollo y ayudará a la implementación del software en ambiente de Producción

Tiempo de requerimiento: Por Demanda.

Diseñador WEB.

Diseñará las pantallas del software. Se encargará también de la administración del Sitio Web

Tiempo de requerimiento: Por Demanda.

11.5.- Gestión de la Comunicación.

Se ha elaborado varios de formatos y estándares a seguir por todo el personal que integra el proyecto, todo y cada unos de estos documentos se detalla:

ANEXO G en la parte Gestión de comunicación. Se detalla todos los documentos para la comunicación.

11.6.- Gestión de Calidad.

Para determinar la calidad del sistema se determino un plan de prueba que va desde la recopilación de información hasta la implementación y la implantación de S@E, para la cual se elaboro una metodología a seguir; y de esta manera certificamos que nuestro producto va tener los mayores estándares de calidad en el desarrollo del software.

ANEXO G en la parte Gestión de calidad. Se detalla todos los documentos para la ejecución del plan de calidad.

11.7.- Gestión de procuración.

Se elaboro tres tipos de contrato para la ejecución del proyecto:

- Contrato para el personal.
- Para contratación de Hosting.
- Para contratación de licencias de uso de programas de prestación de servicios.

ANEXO G en la parte Gestión de Procuración: Se detallan los modelos de contrato.

CAPITULO 12

12. ADMINISTRACIÓN DE PROYECTO.

12.1 Partidos interesados.

- El Cliente (PYMES).
- El Coordinador o Administrador del Proyecto.
- El Gerente General.
- El Gerente Financiero.
- El Secretario.
- Los Desarrolladores.
- El DBA.
- El Diseñador Web.

12.2 Modelo de Desarrollo y Ciclo de Vida del Proyecto.

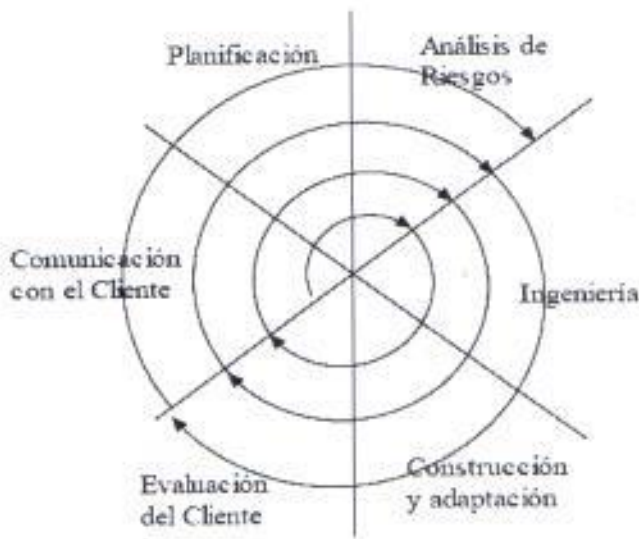


FIGURA 7. MODELO ESPIRAL

Modelo Espiral.

El modelo espiral para la ingeniería de software ha sido desarrollado para cubrir las mejores características tanto del ciclo de vida clásico, como de la creación de prototipos, añadiendo al mismo tiempo un nuevo elemento: el análisis de riesgo.

12.3 Procesos y Desarrollo del proyecto.

La metodología a seguir es la ingeniería orientada a objeto donde los principales componentes de construcción son los siguientes:

- RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.
- ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS.
- CASOS DE USO DEL SISTEMA.
- DIAGRAMA ENTIDAD – RELACIÓN.
- DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRUCTURAS DE DATOS.
- DICCIONARIO DE DATOS.
- DISEÑO ARQUITECTÓNICO.
- DISEÑO DE INTERFAZ.

CAPITULO 13

13. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA.

13. 1 Localización del negocio.

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP S.A. está ubicado al norte de Guayaquil, en la avenida Francisco de Orellana en el World Trade Center, el segundo piso oficina 3, en un local de 60 metros cuadrados. En cuestión de alquiler solo se va a realizar pagos de \$200 mensuales, con un incremento para el primer año del 5% y para el segundo año del 10% tal como indica el contrato de arrendamiento.

Este local cuenta con todos los servicios domiciliarios básicos como: agua potable, energía eléctrica, línea telefónica e Internet y para cubrir estos gastos la empresa

destinara un valor de \$200 mensuales en promedio; además el local cuenta con cinco lámparas de neón para una iluminación adecuada, cuatro ventanales grandes, enrejado, lo cual garantiza una buena ventilación y seguridad, y dos portones para acceder al lugar.

13.2 Equipos y maquinarias.

Para el buen funcionamiento de INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP se requieren la compra de los siguientes equipos y herramientas:

Hardware.

- **Web Server:** con las siguientes características mínimas:
Pc con 80 GB. SCSI de disco duro, 1 GB. Memoria, 2 Mhz Procesador.
- **Database Server:** con las siguientes características mínimas:

Pc con 80 GB. De disco duro, 4 GB. Memoria, 2 Mhz
Procesador.

Se podría utilizar el mismo Servidor.

Para desarrollo:

2 Pc's con las siguientes características:

- Pentium IV, 2.4 Ghz, 80 GB. Disco Duro, 1Gb
RAM.

Para uso administrativo:

4 Pc's con las siguientes características:

- Pentium IV, 2.0 GHz, 40 GB. Disco Duro, 512
MB RAM.

Software:

Web Server

- Linux Red Hat.
- Antivirus.
- Tomcat / Jboss.
- Jsdk 1.5.

Database Server

- Linux Red Hat.
- Antivirus.
- MYSQL.
- POSTGRESS.

Pc's de desarrollo.

- Filezilla (FTP).
- Cliente SQL estándar.
- Herramientas J2EE / ECLIPSE.
- Jsdk 1.5.
- Internet Explorer.
- Visio.
- Antivirus.
- Herramientas clientes para acceso a la base de datos.

Pc's de administración.

- Windows 2000.
- Office 2003.
- Antivirus.

Los equipos y el software necesarios se comprarán localmente y se pagarán de contado.

13.3 Distribución de planta.

El local cuenta con un área de 60 metros cuadrados, los cuales se distribuyen en la forma indicada en la figura.

Se realizará la compra de inmobiliarios y se harán algunas adecuaciones de distribución física, para lograr una gran armonía en el área de trabajo.

Distribución de la planta.

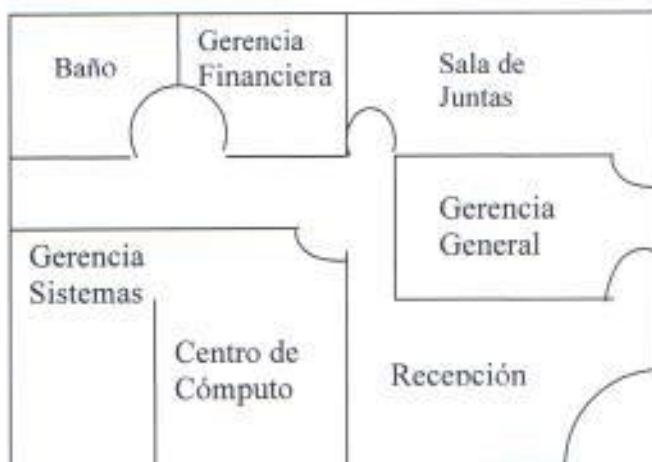


FIGURA 8. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

13.4 Análisis administrativo

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP Constituida según el régimen de sociedad anónima. La sociedad está compuesta por tres socios capitalistas: Gary Reyes, Abel Alarcón y Harry Luna. Los socios gestores aportarán la suma de \$ 10.000 de capital inicial para el proyecto, y estarán vinculados laboralmente a la empresa ocupando cargos administrativos. Además necesitamos un préstamo bancario por el valor de \$ 20.000 para completar los \$ 30.000 del costo del proyecto; Cabe recalcar que con este primer proyecto quedará toda una infraestructura tecnológica y física para poder desarrollar más proyectos después de 1 año de operaciones, estos nuevos proyectos serán financiados con las utilidades generadas por S@E.

La figura presenta el organigrama del proyecto S@E. El mismo que estará compuesta por:

- El Gerente de Sistema, cuya función será la de administrar del proyecto y contará con la

colaboración de los socios para la ejecución del plan de marketing y publicidad.

- Se necesitarán 2 programadores internos para desarrollo.
- 2 recursos externos especializados para el desarrollo del proyecto.
- 2 Asesores comerciales.

Los tres socios gestores a lo largo del tiempo y a medida de que se realicen nuevos proyectos harán las labores de gerencia de proyectos.

Cada uno de ellos es ingeniero en sistemas con énfasis en sistema de información gerencial de la universidad Católica y Politécnica de Guayaquil, sus funciones básicas son: atención directa a clientes (ventas), publicidad, evaluación y aprobación de planes y estrategias, control directo y evaluación de proyectos, supervisión directa del proyecto.

Organigrama de S@E.

FIGURA 9. ORGANIGRAMA DE PROYECTO

CAPITULO 14

14. ASPECTO ECONÓMICO.

14.1 Análisis Económico

14.1.1 Inversión en activos fijos.

El cuadro presenta en detalles los requerimientos de inversión en activos fijos (equipos, software, muebles, enseres). Todos estos activos se adquirirán de contado.

TABLA 8

PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS			
Servidor	1	1.500	1.500
Computadoras Desarrollo	2	500	1.000
Computadoras Administrativas	4	400	1.600
Impresora Láser	1	250	250
Impresora Matricial	1	200	200
concentrador (Hub)	1	100	100
Ups	8	70	560
Total Equipos			5.210
MUEBLES Y ENSERES			
Estaciones de Trabajo	3	100	300
Estaciones de trabajo Fija	1	300	300
Mesa de sesión	1	300	300
Silla de Escritorio	3	30	90
Archivador	2	100	200
Aire Acondicionado Central	1	2.500	2.000
Pizarra	1	80	80
Varios de Oficina	1	100	100
Total Muebles y Enseres			3370
INVERSION AMORTIZABLE			
S.O. Window Server 2003	1	550	550
S.O. Window Xp	6	100	600
Software Open Source	1	150	150
Cableado Estructurado	1	100	120
Total Inversión Amortizable			1420
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			10.000

14.1.2 Presupuesto de ingresos.

El cuadro recoge la información detallada de las ventas del software y mantenimiento del mismo. Igualmente indica los efectos tributarios (IVA y retención en la fuente) y determina los procesos de ingresos efectivos

en cada uno de los períodos considerados. El primer año se ha elaborado en forma mensual para poder identificar mejor el desarrollo del negocio.

PRODUCTO	1er TRIMESTRE			2do TRIMESTRE			3er TRIMESTRE			4to TRIMESTRE			ANO 1	ANO 2	ANO 3
	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES			
	1	2	3	4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12			
CANTIDAD A VENDER					3	3	3	3	3	3	3	3	24	12	12
PRECIO DE VENTA UNITARIO					1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
VENTA TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	24.000,00	12.000,00	12.000,00
MANTENIMIENTO															
CANTIDAD DE															
MANTENIMIENTOS					0	3	6	9	12	15	18	21	84	126	198
PRECIO DE VENTA UNITARIO						120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
MANTENIMIENTO TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	360,00	720,00	1.080,00	1.440,00	1.800,00	2.160,00	2.520,00	10.080,00	15.120,00	23.760,00
VENTAS BRUTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	3.360,00	3.720,00	4.080,00	4.440,00	4.800,00	5.160,00	5.520,00	34.080,00	27.120,00	35.760,00
IVA 12%	0,00	0,00	0,00	0,00	360,00	403,20	446,40	489,60	532,80	576,00	619,20	662,40	4.089,60	3.254,40	4.291,20
VENTAS NETAS	0,00	0,00	0,00	0,00	3.360,00	3.763,20	4.166,40	4.569,60	4.972,80	5.376,00	5.779,20	6.182,40	38.169,60	30.374,40	40.051,20

TABLA 10. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR TRANSACCIONES

PRODUCTO	1er TRIMESTRE			2do TRIMESTRE				3er TRIMESTRE				4to TRIMESTRE				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES				MES
	1	2	3	4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12							
CANTIDAD INSCRIPCION					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	18	12		
PRECIO DE INSCRIPCION UNICO					200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00		
VENTA TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	6.400,00	3.600,00	2.400,00		
TRANSACCIONES																			
TOTAL DE EMPRESA					4	8	12	16	20	24	28	32	32	32	50	50	62		
CANTIDAD DE TRANSACCIONES					0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50		
PRECIO DE TRANSACCIONES					0,00	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50		
TOTAL POR EMPRESA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00		
VENTA TOTAL					0	100,00	200,00	300,00	400,00	500,00	600,00	700,00	2.800,00	12.600,00	16.950,00				
VENTAS BRUTAS																			
	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	900,00	1.000,00	1.100,00	1.200,00	1.300,00	1.400,00	1.500,00	9.200,00	16.200,00	19.350,00				
IVA 12%																			
	0,00	0,00	0,00	0,00	96,00	108,00	120,00	132,00	144,00	156,00	168,00	180,00	1.104,00	1.944,00	2.322,00				
VENTAS NETAS																			
	0,00	0,00	0,00	0,00	896,00	1.008,00	1.120,00	1.232,00	1.344,00	1.456,00	1.568,00	1.680,00	10.304,00	18.144,00	21.672,00				

TABLA 11. PRESUPUESTO DE INGRESOS POR TRANSACCIONES TARIFA FIJA

PRODUCTO	1er TRIMESTRE			2do TRIMESTRE			3er TRIMESTRE			4to TRIMESTRE			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12			
CANTIDAD INSCRIPCION					4	4	4	4	4	4	4	4	32	18	12
PRECIO DE INSCRIPCION UNICO					200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
VENTA TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	6.400,00	3.600,00	2.400,00
TRANSACCIONES															
TOTAL DE EMPRESA					4	8	12	16	20	24	28	32	32	50	62
CANTIDAD DE TRANSACCIONES					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRECIO DE TRANSACCIONES															
FIJO					50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
VENTA TOTAL					0	200,00	400,00	600,00	800,00	1.000,00	1.200,00	1.400,00	5.600,00	25.200,00	33.900,00
VENTAS BRUTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	800,00	1.000,00	1.200,00	1.400,00	1.600,00	1.800,00	2.000,00	2.200,00	12.000,00	28.800,00	36.300,00
IVA 12%	0,00	0,00	0,00	0,00	96,00	120,00	144,00	168,00	192,00	216,00	240,00	264,00	1.440,00	3.456,00	4.356,00
VENTAS NETAS	0,00	0,00	0,00	0,00	896,00	1.120,00	1.344,00	1.568,00	1.792,00	2.016,00	2.240,00	2.464,00	13.440,00	32.256,00	40.656,00

TABLA 12. PRESUPUESTO DE INGRESOS (TODOS LOS MODELOS)

1er TRIMESTRE		2do TRIMESTRE			3er TRIMESTRE			4to TRIMESTRE			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		
MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
1	2	3	4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12				
0,00	0,00	0,00	0,00	4.600,00	5.260,00	5.920,00	6.580,00	7.240,00	7.900,00	8.560,00	9.220,00	55.280,00	72.120,00	91.410,00	
VENTAS NETAS TOTAL															

14.1.3 Presupuesto de ingresos.

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP tendrá en su nómina la siguiente distribución (ver grafico) para los primeros años, a medidas que aumentan sus operaciones y se obtengan mayor número de clientes se tendrá que contratar más personal para los diferentes proyectos o servicios que se generen:

TABLA 13

PRESUPUESTO DE OBRA DE MANO DIRECTA E INDIRECTA				
CARGO	SUELDO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GERENTE GENERAL	600,00	7.200,00	7.560,00	8.316,00
GERENTE FINANCIERO	600,00	7.200,00	7.560,00	8.316,00
GERENTE TECNICO	600,00	7.200,00	7.560,00	8.316,00
PROGRAMADOR 1	350,00	4.200,00	4.410,00	4.851,00
PROGRAMADOR 2	350,00	4.200,00	4.410,00	4.851,00
SECRETARIA	175,00	2.100,00	2.205,00	2.425,50
CONSERJE MENSAJERO	150,00	1.800,00	1.890,00	2.079,00
TOTAL	2.825,00	33.900,00	35.595,00	39.154,50

Para los años 2 y 3 se harán aumentos del 5% y 10% respectivamente con relación al año anterior.

14.1.4 Depreciaciones y amortizaciones.

Los equipos, dado su nivel de rápida obsolescencia, se deprecian a tres años por línea recta. Los muebles y

enseres se deprecian a 5 años por línea recta y la amortización del préstamo se la realizará a partir del primer año teniendo 6 meses de gracia donde solo se pagarán los intereses.

TABLA 14

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
TASA DE DEPRECIACIÓN	0,33
DINERO GASTADO EN ACTIVOS FIJOS	
Año 2007	10.000,00
Año 2008	0
Año 2009	0
CIERRE DE ACTIVOS FIJOS	
Año 2007	7.792,51
Año 2008	5.922,03
Año 2009	4.598,70
DEPRECIACIÓN	
Año 2007	2.207,49
Año 2008	1.870,48
Año 2009	1.323,33

TABLA 15

ACTIVOS FIJOS					
Equipo de Oficina					
BALANCE INICIAL		5,210	Reduciendo el Balance		
DEPRECIACIÓN		0,33			
Periodo	BALANCE INICIAL	MAS NUEVAS COMPRAS	MENOS DEPRECIACIÓN	BALANCE DE CIERRE	
Mes 1	5.210,00	0,00	143,28	5.066,73	
Mes 2	5.066,73	0,00	139,33	4.927,39	
Mes 3	4.927,39	0,00	135,50	4.791,89	
Mes 4	4.791,89	0,00	131,78	4.660,11	
Mes 5	4.660,11	0,00	128,15	4.531,96	
Mes 6	4.531,96	0,00	124,63	4.407,33	
Mes 7	4.407,33	0,00	121,20	4.286,13	
Mes 8	4.286,13	0,00	117,87	4.168,26	
Mes 9	4.168,26	0,00	114,63	4.053,63	
Mes 10	4.053,63	0,00	111,47	3.942,16	
Mes 11	3.942,16	0,00	108,41	3.833,75	
Mes 12	3.833,75	0,00	105,43	3.728,32	
Año 2007	5.210,00	0,00	1.481,68	3.728,32	
Año 2008	3.728,32	0,00	1.230,35	2.497,97	
Año 2009	2.497,97	0,00	824,33	1.673,64	
Año 2010	1.673,64	0,00	0,00	1.673,64	

TABLA 16

ACTIVOS FIJOS					
Planta y Maquinaria					
BALANCE INICIAL		3.370		Reduciendo el Balance	
DEPRECIACIÓN		0,1			
Periodo	BALANCE INICIAL	MAS NUEVAS COMPRAS	MENOS DEPRECIACIÓN	BALANCE DE CIERRE	
Mes 1	3.370,00	0,00	28,08	3.341,92	
Mes 2	3.341,92	0,00	27,85	3.314,07	
Mes 3	3.314,07	0,00	27,62	3.286,45	
Mes 4	3.286,45	0,00	27,39	3.259,06	
Mes 5	3.259,06	0,00	27,16	3.231,90	
Mes 6	3.231,90	0,00	26,93	3.204,97	
Mes 7	3.204,97	0,00	26,71	3.178,26	
Mes 8	3.178,26	0,00	26,49	3.151,78	
Mes 9	3.151,78	0,00	26,26	3.125,51	
Mes 10	3.125,51	0,00	26,05	3.099,47	
Mes 11	3.099,47	0,00	25,83	3.073,64	
Mes 12	3.073,64	0,00	25,61	3.048,02	
Año	2007	3.370,00	0,00	321,98	3.048,02
Año	2008	3.048,02	0,00	304,80	2.743,22
Año	2009	2.743,22	0,00	274,32	2.468,90
Año	2010	2.468,90	0,00	0,00	2.468,90

TABLA 17

ACTIVOS FIJOS					
Activos Intangibles					
BALANCE INICIAL		1420		Reduciendo el Balance	
DEPRECIACIÓN		0,33			
Periodo		BALANCE INICIAL	MAS NUEVAS COMPRAS	MENOS DEPRECIACIÓN	BALANCE DE CIERRE
Mes	1	1.420,00	0,00	39,05	1.380,95
Mes	2	1.380,95	0,00	37,98	1.342,97
Mes	3	1.342,97	0,00	36,93	1.306,04
Mes	4	1.306,04	0,00	35,92	1.270,13
Mes	5	1.270,13	0,00	34,93	1.235,20
Mes	6	1.235,20	0,00	33,97	1.201,23
Mes	7	1.201,23	0,00	33,03	1.168,20
Mes	8	1.168,20	0,00	32,13	1.136,07
Mes	9	1.136,07	0,00	31,24	1.104,83
Mes	10	1.104,83	0,00	30,38	1.074,45
Mes	11	1.074,45	0,00	29,55	1.044,90
Mes	12	1.044,90	0,00	28,73	1.016,16
Año	2007	1.420,00	0,00	403,84	1.016,16
Año	2008	1.016,16	0,00	335,33	680,83
Año	2009	680,83	0,00	224,67	456,16
Año	2010	456,16	0,00	0,00	456,16

TABLA 18

RESUMEN DE TOTAL DE DEPRECIACIÓN		
Mes	1	210,41
Mes	2	205,16
Mes	3	200,05
Mes	4	195,08
Mes	5	190,24
Mes	6	185,53
Mes	7	180,94
Mes	8	176,48
Mes	9	172,13
Mes	10	167,90
Mes	11	163,79
Mes	12	159,78
Año	2007	2.207,49
Año	2008	1.870,48
Año	2009	1.323,33

14.1.5 Presupuesto de gastos de administración y ventas.

El proyecto S@E aportara con el 100% para los gastos administrativos como papelería, sitio Web, honorarios legales, movilización, mercadotecnia, investigación y gastos generales. Además también aportara para el arriendo, luz, planilla telefónica e Internet.

El resumen de los gastos administración y venta ver en la siguientes tablas para mayor nivel de detalle ver anexo D.

TABLA 19

Gastos Administrativos			
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Oficinas y Rentas	2.400,00	3.150,00	3.465,00
Salarios y Obligaciones	33.900,00	35.595,00	39.154,50
Utilidades (agua, luz, etc.)	1.100,00	1.260,00	1.386,00
Teléfonos	1.100,00	1.260,00	1.386,00
Seguros	0,00	0,00	0,00
Papelería y Envíos	550,00	630,00	693,00
Renta de Equipo de Oficina	0,00	0,00	0,00
Costos de Sitio Web	110,00	126,00	138,60
Costos de Contabilidad	900,00	1.260,00	1.386,00
Honorarios Legales	900,00	1.260,00	1.386,00
Viajes y Subsistencia	0,00	1.200,00	1.320,00
Gastos de Autos	550,00	630,00	693,00
Gastos Generales	916,67	1.050,00	1.155,00
Cargos Bancarios	0,00	0,00	0,00
<i>Gastos Constitución</i>	<i>1.000,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
Gastos de Mercadotecnia	1.100,00	1.260,00	1.386,00
Gastos de Investigación	0,00	0,00	0,00
TOTAL	44.526,67	48.681,00	53.549,10

14.2 Análisis de costos.

En el anexo D podemos observar la separación, año por año, de los costos fijos y los costos variables, además el costo total anual.

Con estos resultados se ha calculado el punto de equilibrio contable para cada año. Se observa que desde el primer año se está por encima del punto de equilibrio contable, es decir, que hay utilidad desde este momento.

CAPITULO 15

15. ASPECTO FINANCIERO.

15.1 Análisis financiero.

15.1.1 Flujo de caja.

En el anexo D financieros presentamos el flujo de caja de INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP con su proyecto S@E con un nivel medio de ventas proyectadas basado en el estudio del mercado potencial (260 empresas) de captar solamente el 65% del mercado en los 3 años, el negocio no presenta dificultades de tesorería.

No se estimaron, en esta proyección, los beneficios que se derivarán de la colocación en otro proyecto los excedentes de tesorería, con el propósito de generar

cifras propias a la gestión del proyecto y no de la labor financiera de INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP.

En cuadro siguiente se muestra un resumen del flujo de caja, para mayor nivel de detalle por meses del primer año ver anexo D.

TABLA 20

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO			
	Año 2007	Año 2008	Año 2009
GENERACION DE EFECTIVO			
Efectivo de Ventas	47.060,00	72.120,00	91.410,00
IVA de Ventas	5.647,20	8.654,40	10.969,20
Prestamos de Directores	0,00	0,00	0,00
Prestamos a Largo Plazo	20.000,00	0,00	0,00
Inversión en Capital por Acciones	0,00	0,00	0,00
GENERACION DE EFECTIVO POR PERIODO	72.707,20	80.774,40	102.379,20
SALIDAS DE EFECTIVO			
Financiamiento e Inversión			
TI / Equipo de Oficina	0,00	0,00	0,00
Planta y Maquinaria	0,00	0,00	0,00
Activos Intangibles [Desarrollo]	0,00	0,00	0,00
Otros Activos Fijos	0,00	0,00	0,00
Compras de Stock	0,00	0,00	0,00
Interés Bancario Pagado / (Recibido)	0,00	0,00	0,00
Interés de Prestamos Pagado	2.448,38	1.040,00	0,00
Pago Sobre Capital de Prestamos	4.000,00	8.000,00	8.000,00
Pago de Prestamos Directivos	0,00	0,00	0,00
Gastos Administrativos	2.400,00	3.150,00	3.465,00
Oficinas y Rentas	33.900,00	35.595,00	39.154,50
Salarios y Obligaciones	1.100,00	1.260,00	1.386,00

Utilidades (agua, luz, etc.)	1.100,00	1.260,00	1.386,00
Teléfonos	0,00	0,00	0,00
Seguros	550,00	630,00	693,00
Papelería y Envíos	0,00	0,00	0,00
Renta de Equipo de Oficina	110,00	126,00	138,60
Costos de Sitio Web	900,00	1.260,00	1.386,00
Costos de Contabilidad	900,00	1.260,00	1.386,00
Honorarios Legales	0,00	1.200,00	1.320,00
Viajes y Subsistencia	550,00	630,00	693,00
Gastos de Autos	916,67	1.050,00	1.155,00
Gastos Generales	0,00	0,00	0,00
Cargos Bancarios	1.000,00	0,00	0,00
Gastos Constitución	1.100,00	1.260,00	1.386,00
Gastos de Mercadotecnia	0,00	0,00	0,00
Gastos de Investigación	0,00	0,00	0,00
Provisión de Malas Deudas	0,00	0,00	0,00
Costos de Ventas y Distribución	5.628,00	0,00	0,00
IVA			
IVA en Compras y Pago de Gastos	1.950,56	1.570,32	1.727,35
IVA de Aduanas y Administración	3.807,28	7.972,64	9.241,85
SALIDA DE EFECTIVO POR PERIODO	62.360,88	67.263,96	72.518,30
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	10.346,32	13.510,44	29.860,90
EFECTIVO INICIAL	0,00	10.346,32	23.856,76
BALANCE DE EFECTIVO	10.346,32	23.856,76	53.717,66

15.1.2 Estado de resultado.

En los anexos D financieros presentamos el estado de resultados de INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP con su proyecto S@E durante los tres años en que se

han hecho proyecciones. Como se ve desde el primer año generará utilidades.

En cuadro siguiente se muestra un resumen del Estado de Resultado, para mayor nivel de detalle por meses del primer año ver anexo D.

TABLA 21

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	Año 2007	Año 2008	Año 2009
Ventas	56.280,00	72.120,00	91.410,00
Ganancia Bruta	56.280,00	72.120,00	91.410,00
Costos Administrativos	2.600,00	3.150,00	3.465,00
Oficinas y Rentas	33.900,00	35.595,00	39.154,50
Salarios y Obligaciones	1.200,00	1.260,00	1.386,00
Utilidades (agua, luz, etc.)	1.200,00	1.260,00	1.386,00
Teléfonos	0,00	0,00	0,00
Seguros	600,00	630,00	693,00
Papelería y Envíos	0,00	0,00	0,00
Renta de Equipo de Oficina	120,00	126,00	138,60
Costos de Sitio Web	1.000,00	1.260,00	1.386,00
Costos de Contabilidad	1.000,00	1.260,00	1.386,00
Honorarios Legales	0,00	1.200,00	1.320,00
Viajes y Subsistencia	600,00	630,00	693,00
Gastos de Autos	1.000,00	1.050,00	1.155,00
Gastos Generales	0,00	0,00	0,00
Cargos Bancarios	1.000,00	0,00	0,00
Gastos Constitución	1.200,00	1.260,00	1.386,00
Gastos de Mercadotecnia	0,00	0,00	0,00
Gastos de Investigación	0,00	0,00	0,00
0	0,00	0,00	0,00
Provisión de Malas Deudas	45.420,00	48.681,00	53.549,10
Costos de Ventas y Distribución	5.628,00	0,00	0,00

Depreciación	2.207,49	1.870,48	1.323,33
Ganancia Operativa (EBIT)	3.024,51	21.568,52	36.537,57
Interés a Pagar			
Interés Moratorio (Interés Recibido)	0,00	0,00	0,00
Interés de Préstamo a Pagar	2.448,38	1.040,00	0,00
Ganancia (Sin Impuesto X Capital)	576,13	20.528,52	36.537,57
Impuesto Corporativo			
Ganancia Neta / (Perdida)	576,13	20.528,52	36.537,57
Dividendos a Pagar			
Ganancia a Reservas	576,13	20.528,52	36.537,57

15.1.3. Balance General.

En el anexo D financieros se muestra el balance general de INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP con su proyecto S@E durante todos sus periodos de proyección.

BALANCE GENERAL, se lo proyectara durante los 3 años en que se han hecho las proyecciones. Como se ve, desde el primer año el proyecto generara utilidades para mayor detalle ver en los anexos D respectivos.

TABLA 22

BALANCE GENERAL

	Balance	Año	Año	Año
	Inicial	2007	2008	2009
Activos Fijos				
TI / Equipo de Oficina	5.210,00	3.728,32	2.497,97	1.673,64
Planta y Maquinaria	3.370,00	3.048,02	2.743,22	2.468,90
Activos Intangibles [Desarrollo]	1.420,00	1.016,16	680,83	456,16
Otros Activos Fijos	0,00	0,00	0,00	0,00
	10.000,00	7.792,51	5.922,03	4.598,70
Activos Actuales				
Efectivo	0,00	10.346,32	23.856,76	53.717,66
Deudores Comerciales	0,00	10.326,40	10.326,40	10.326,40
Stock	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	20.672,72	34.183,16	64.044,06
Pasivos Actuales				
Acreedores Comerciales y Acumulaciones	0,00	1.000,53	1.000,53	1.000,53
IVA Crédito (Deuda)	0,00	888,56	0,00	0,00
Otros Créditos				
	0,00	1.889,09	1.000,53	1.000,53
Activos Fijos Actuales	0,00	18.783,62	33.182,62	63.043,52
Activos Fijos menos Pasivos	10.000,00	26.576,13	39.104,65	67.642,22
Acreedores de Largo Plazo				
Prestamos a Largo Plazo	0,00	16.000,00	8.000,00	0,00
Prestamos de Directores	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Créditos a vencer después de 1 año				
	0,00	16.000,00	8.000,00	0,00
ACTIVOS NETOS	10.000,00	10.576,13	31.104,65	67.642,22
CAPITAL DE ACCIONISTAS	10.000,00	10.576,13	31.104,65	67.642,22
Capital por Acción y Dividendo	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Estado de Perdida y Ganancia	0,00	576,13	21.104,65	57.642,22

15.2 Otros Análisis.

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP con su proyecto S@E no tiene dificultades en aspectos legales, sociales o de valores personales. Todos los procesos de contratación y operación se implementarán según la normatividad legal. Se ha previsto en las proyecciones financieras el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones tributarias de orden nacional (IVA, retención en la fuente y renta).

Igualmente, todas las obligaciones laborales (prestaciones y aportes parafiscales) están previstas en las condiciones exigidas por la ley.

Todo los Software que se utilicen tendrá su respectiva licencia. Todos los servicios se ampararán con un contrato.

La tecnología que se utilizará energía en forma racional, las instalaciones de la oficina contará con todas las comodidades y cumplirán las reglamentaciones necesarias para brindar un

ambiente adecuado para la protección de la salud física y mental de los trabajadores.

Inicialmente, la empresa dará empleo directo a dos personas, e indirectamente a 2 más, pero mas adelante, y de acuerdo con el crecimiento, será necesario contar con un mayor número de técnicos, los cuales podrían contratarse por tiempo parcial.

INTERNATIONAL SOFTWARE GROUP velará para que todos los servicios prestados se realicen de una manera honesta, con la mejor calidad. Se cumplirán los términos de las garantías ofrecidas.

CAPITULO 16

16. ANÁLISIS DE RIESGOS.

El riesgo grande de este negocio esta el nivel de aceptación de S@E. Dada que la cultura de las pymes a la innovación es renuente, este proceso de posicionamiento en el mercado es el más difícil ya que hay que incentivar a los gerentes de estas pequeñas empresas que esta es una herramienta útil para nueva tendencia de negocio en un mundo globalizado. Que con solo 24 ventas de software y 64 afiliaciones virtuales en el primer año se logre el nivel de factibilidad, permite pensar que el riesgo de aceptabilidad en el mercado es superable.

En el futuro, el riesgo del mercado esta asociado con la entrada de competidores extranjeros y nacionales, pero aquí la estructura de costos de S@E es una gran ventaja.

Es fundamental que Internacional Software Group mantenga una política permanente de actualización tecnológica al proyecto S@E pues el área tecnológica es indudablemente una de la mas dinámicas.

CAPITULO 17

17. EVALUACIÓN DE PROYECTO.

Al realizar un análisis se logra una tasa de retorno es del 64% al final del proyecto. Es decir los flujos generados por el proyecto son capaces de recuperar la inversión de los \$ 10.000, y cancelar el préstamo financiero. Esta rentabilidad es superior al 40% anual que los socios han definido en el plan del proyecto de la empresa como la tasa mínima de retorno de cualquier proyecto en el cual inviertan. Y por lo tanto el proyecto es económicamente factible. El valor presente neto asciende a \$57.642,22, y el balance del proyecto indica que en el primer año se recupera el 100% de la inversión, generando una razón circulante para los 3 primeros años de:

10,94%, 34,16% y 64,01% respectivamente y su equivalente en dólares es de: \$18.783,62, \$33.184,62 y de 63.043,52. EL proyecto es líquido y solvente. Para mayor detalle ver anexo D de las razones.

TABLA 23

RAZONES CLAVES			
	Año 2007	Año 2008	Año 2009
RAZONES OPERATIVAS			
MARGEN BRUTO DE GANANCIA %	1,00	1,00	1,00
COSTO DE VENTAS %	0,00	0,00	0,00
VENTAS Y DISTRIBUCIÓN %	0,10	0,00	0,00
GANANCIA EN VENTAS %	0,05	0,30	0,40
RAZONES DE RETORNO SOBRE ACTIVO			
RETORNO NETO SOBRE ACTIVOS	0,29	0,69	0,54
RETORNO SOBRE CAPITAL	0,06	2,05	3,65
	62.594,84	64.489,35	68.590,53
PUNTO DE EQUILIBRIO Y NIVELES DE CONSUMO DE EFECTIVO			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS - Exc IVA (Asumiendo CDV + Distribución como % de Ventas)	62.594,84	64.489,35	68.590,53
QUEMA DE EFECTIVO - ANTES DE VENTAS (Excluyendo Capital)	44.526,67	48.681,00	53.549,10
QUEMA DE EFECTIVO - ANTES DE VENTAS (Incluyendo Capital)	50.975,04	57.721,00	61.549,10
QUEMA DE EFECTIVO - INCLUYENDO VENTAS (Incluyendo Capital)	9.543,04	14.399,00	29.860,90
RAZONES DE SOLVENCIA O APALANCAMIENTO			
ACTIVOS NETOS ACTUALES	18.783,62	33.182,62	63.043,52
RAZÓN DE CIRCULANTE	10,94	34,16	64,01
ACTIVOS NETOS LIQUIDOS	18.783,62	33.182,62	63043,52
RAZÓN DEL ACIDO (liquidez)	10,94	34,16	64,01

ANEXO A

ESTUDIO DE MERCADO.

En función de los objetivos que persigue la presente investigación, es clave pasar revista a la utilización de las tecnologías de información y comunicación por parte de la PYMI pues sus coeficientes de aplicación dan una medida objetiva de los niveles de desempeño o de productividad y tienen relación con aspectos tales como: reducción de operaciones, tiempos y costos; precisión de resultados; oportunidad de información para la toma de decisiones; simplificación de procedimientos; en fin, modernización de la gestión empresarial en todos aquellos campos en los que se utilice esta herramienta.

1.1 Uso del Computador por Sectores Industriales.

El primer aspecto requerido fue el referente al número de equipos de cómputo por establecimiento. De acuerdo con los resultados que trae el Gráfico No. 26, se puede advertir una débil incorporación en la PYMI de sistemas computarizados de

manejo de la información, pues el 36% de las empresas manifiesta que no dispone de ordenadores y el 35%, que dispone de uno sólo. Las empresas que estarían utilizando entre 2 y 3 representan el 20% y solamente el 9% tendría más de tres.

Tres de los sectores (minerales no metálicos, madera y muebles y textil y confecciones) concentran el mayor número de empresas que no disponen de estos equipos, superando con amplitud el promedio nacional.

Gráfico No. 26



CIU	ACTIVIDAD	0	1	2 A 3	4 A 6	MAS DE 6	TOTAL
31	ALIMENTOS	29,5	37,4	19,6	7,0	6,4	100
33	MADERA Y MUEBLES	43,4	23,5	16,9	10,3	5,9	100
34	PAPEL E IMPRENTA	21,8	41,8	24,5	9,1	2,7	100
35	PRODUCTOS QUÍMICOS	30,8	35,1	24,6	4,9	4,8	100
36	MINERALES NO METÁLICOS	48,7	35,7	12,2	0,9	2,6	100
38	MAQUINARIA Y EQUIPO	34,1	34,8	24,5	5,0	1,6	100
328	TEXTIL Y CONFECCIONES	44,9	32,2	16,8	4,0	2,1	100
329	CUERO Y CALZADO	29,7	46,8	14,1	9,4	0,0	100
Total		35,5	34,9	20,5	5,7	3,5	100

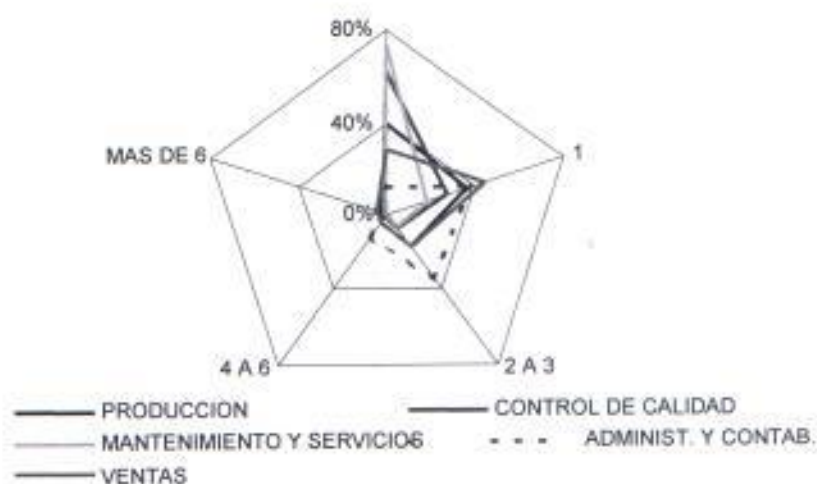
FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: INSOTEC

1.2 por áreas de la empresa

La revisión de la infraestructura computacional por departamentos o áreas de las empresas (Gráfico No. 27), permite algunas lecturas:

- El área que incorpora de mayor forma estos servicios es la de administración y contabilidad, a tal punto que en la actualidad, las empresas que poseen de uno a tres computadoras, suman el 71.4%. A continuación se encuentra la sección de ventas, en cuyo caso los dos rangos representan el 62.6%.
- El 39.5% de las empresas indican que el área de producción carece de estas facilidades, pero una cantidad similar le estaría dedicando al menos un computador y el 24.2% dispondría de más de dos;
- En el 62% de las respuestas el área de control de calidad no dispone de estos equipos y en el 27.8% tiene uno. Mientras tanto el 74% de empresas no utiliza computadores en actividades relacionadas con mantenimiento.

Gráfico No. 27



AREA	0	1	2 A 3	4 A 6	MAS DE 6	TOTAL
PRODUCCION	39,5	36,4	17,4	3,9	2,9	100
CONTROL DE CALIDAD	62,0	27,8	7,9	0,8	1,5	100
MANTENIMIENTO Y SERVICIOS	74,0	18,2	6,6	0,4	0,8	100
ADMINIST. Y CONTABILIDAD	12,2	37,5	33,9	11,0	5,4	100
VENTAS	28,4	45,1	17,5	4,6	4,3	100
TOTAL	35,5	34,9	20,5	5,6	3,6	100

FUENTE: Investigación directa
 ELABORACIÓN: INSOTEC

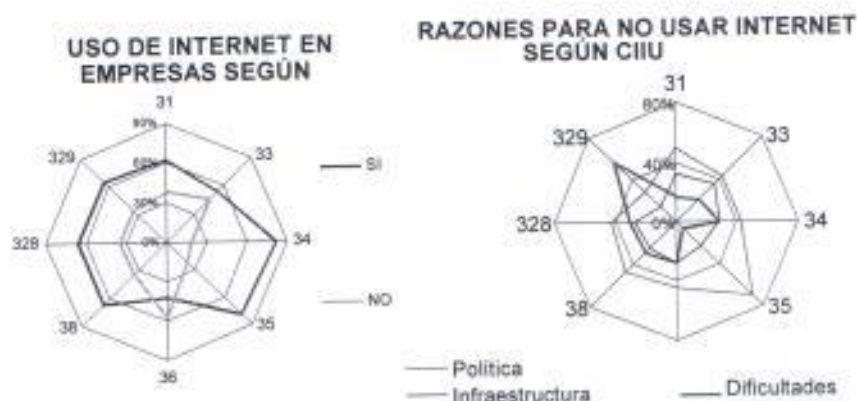
1.3 Uso de Internet

Ahora bien, según el Cuadro No. 28, el 66% de empresas afirma que posee servicios de Internet. De aquellas que no disponen, el 48% atribuye a políticas internas, relacionadas

principalmente a costos altos. El 24% justifica la carencia de esta herramienta por dificultades técnicas.

Los sectores con uso más intensivo son los de papel e imprenta (81.7%) y productos químicos (78.4%), mientras que aquellos con menor utilización serían, en su orden, minerales no metálicos (42.6%) y madera y muebles (53.4%).

Gráfico No. 28



CIIU	ACTIVIDAD	Dispone de Internet?		En caso negativo se debe a:		
		SI	NO	Política Interna (costos)	Dificultades Técnicas	Infraestructura a deficiente
31	ALIMENTOS	61,9	38,1	50,0	17,6	32,4
33	MADERA Y MUEBLES	53,4	46,6	42,1	21,1	36,8
34	PAPEL E IMPRENTA	81,7	18,3	42,9	28,6	28,6
35	PRODUCTOS QUÍMICOS	78,4	21,6	70,6	5,9	23,5
36	MINERALES NO METÁLICOS	42,6	57,4	44,4	27,8	27,8
38	MAQUINARIA Y EQUIPO	67,1	32,9	48,0	28,0	24,0
328	TEXTIL Y CONFECCIONES	65,2	34,8	42,3	30,8	26,9
329	CUERO Y CALZADO	65,5	34,5	28,6	57,1	14,3
Total		65,6	34,4	47,7	24,2	28,1

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: INSOTEC

1.4 Antigüedad de uso de Internet

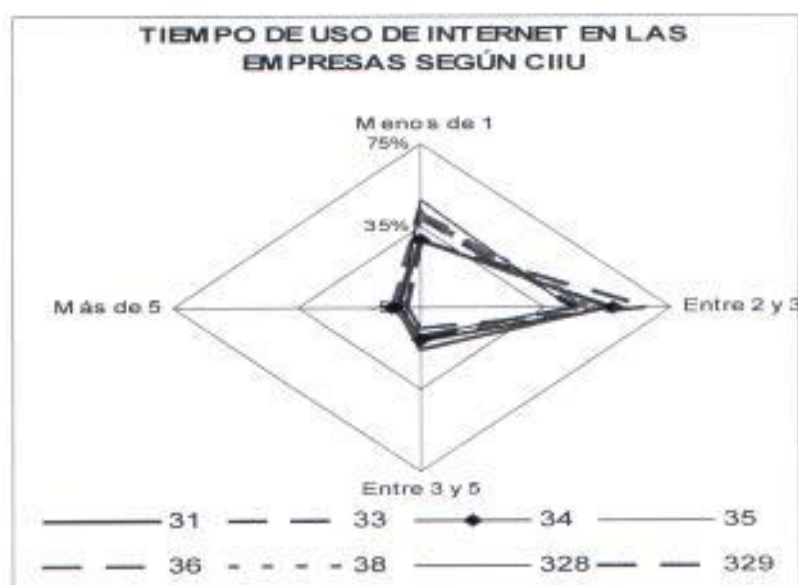
Debe destacarse que para el 87% de empresas su integración a las redes mundiales de información y comunicación no tiene más de tres años, hecho que por cierto tiene directa relación con la evolución de las telecomunicaciones nacionales. (Cuadro No. 29).

A nivel sectorial las empresas de alimentos y de productos químicos son las que en mayor proporción accedieron antes que las otras a Internet.

El sector con más empresas recientemente incorporadas a esta tecnología es el de confección textil.

Otras investigaciones recientes demuestran avances en el uso de esta herramienta tecnológica (Hidalgo, 2001)

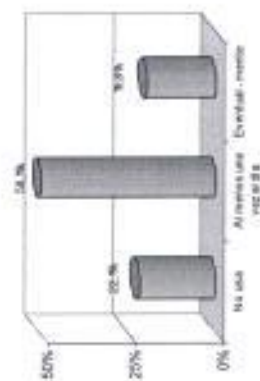
Gráfico No. 29



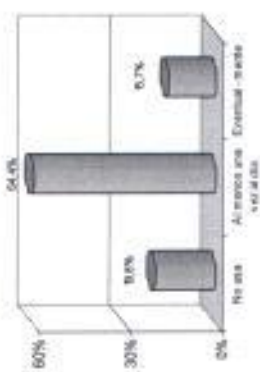
CIU	ACTIVIDAD	Años				TOTAL
		Menos de 1	Entre 2 y 3	Entre 3 y 5	Más de 5	
31	ALIMENTOS	27,9	54,7	15,1	2,3	100,0
33	MADERA Y MUEBLES	41,4	44,8	10,3	3,4	100,0
34	PAPEL E IMPRENTA	28,3	56,5	10,9	4,3	100,0
35	PRODUCTOS QUÍMICOS	27,0	57,3	11,2	4,5	100,0
36	MINERALES NO METÁLICOS	41,7	45,8	8,3	4,2	100,0
38	MAQUINARIA Y EQUIPO	39,8	50,0	8,3	1,9	100,0
328	TEXTIL Y CONFECCIONES	47,6	42,7	8,5	1,2	100,0
329	CUERO Y CALZADO	27,8	66,7	5,6	0,0	100,0
Total		35,3	51,7	10,4	2,7	100,0

Fuente: Investigación directa
ELABORACIÓN: INSOTEC

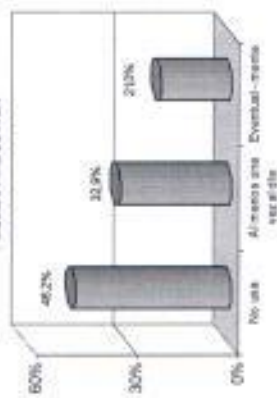
UTILIZACION DEL PROCESADOR DE PALABRAS EN LAS EMPRESAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA



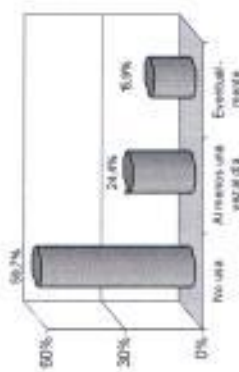
UTILIZACION DE LA HOJA ELECTRONICA EN LAS EMPRESAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA



UTILIZACION DE SOFTWARE DE PRESENTACION EN LAS EMPRESAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA



UTILIZACION DE SOFTWARE DE ADMINISTRACION EN LAS EMPRESAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA



CIIU ACTIVIDAD	Procesador de Palabras			Hoja Electrónica			De Presentación			De Administración de Proyectos		
	No usa	Al menos una vez al día	Eventual-mente	No usa	Al menos una vez al día	Eventual-mente	No usa	Al menos una vez al día	Eventual-mente	No usa	Al menos una vez al día	Eventual-mente
31 ALIMENTOS	21.0	60.5	18.5	19.0	62.8	18.1	44.9	30.3	24.7	56.5	21.2	22.4
33 MADERA Y MUEBLES	27.1	52.1	20.8	24.5	61.2	14.3	51.4	32.4	16.2	70.3	21.6	8.1
34 PAPEL E IMPRENTA	24.0	56.0	20.0	18.0	64.0	18.0	30.4	43.5	26.1	38.1	38.1	23.8
35 PRODUCTOS QUIMICOS	14.2	68.0	19.8	13.0	72.2	14.8	42.5	41.4	16.1	55.1	29.5	15.4
36 MINERALES NO METALICOS	30.6	55.1	14.3	27.1	60.4	12.5	57.6	30.3	12.1	66.7	22.2	11.1
38 MAQUINARIA Y EQUIPO	17.2	62.8	20.0	15.9	69.7	14.5	47.8	27.4	24.8	56.7	28.9	14.4
328 TEXTIL Y CONFECCIONES	28.6	49.6	21.8	26.1	55.7	18.3	47.9	32.3	19.8	72.8	12.3	14.8
329 CUERO Y CALZADO	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total	22.1	58.1	19.8	19.6	64.4	15.7	46.2	32.9	21.0	59.7	24.4	15.9

Que a pesar de las dificultades (calificación de recursos humanos, financiamiento) que han estado presentes en el proceso de incorporación de las tecnologías relacionadas con la informática, las empresas que llevan mayor tiempo de utilización presentan un perfil distinto de organización y gestión. Que no obstante que la intensidad de uso en lo administrativo, financiero y comercial ha significado una sustancial mejora en estas áreas, podría hablarse de una atrofia tecnológica en otras como producción, control de calidad, mantenimiento. Esto se ha encontrado también en estudios previos (Cruz, 1998).

- La nueva gerencia de las PYMI, más profesional que en el pasado, es un factor clave para avanzar en el proceso de modernización.
- Las empresas que cuentan con niveles más avanzados de profesionalización y tecnificación de sus recursos humanos favorecen cambios tecnológicos mucho más rápidos. Serían éstas las que estarían liderando la utilización de la informática en la ingeniería de las plantas y en el proceso productivo.

- Las empresas líderes en sus respectivos sectores, las que han comenzado a pensar en una estrategia exportadora, en fin, las que han decidido o han podido iniciar procesos sostenidos de cambio y modernización, son precisamente las que marcan la diferenciación en cuanto a equipamiento, "antigüedad" en utilización, empleo de programas más complejos que el simple procesador de palabras o de aplicaciones avanzadas en administración de proyectos e ingeniería.

2. RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS Y PROCESOS

2.3.1 PROGRAMACIÓN Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN

Los resultados que trae el Gráfico No. 31-a dan cuenta que:

La PYMI es altamente dependiente (66%) de la producción a pedido, aún aquellos sectores cuyas características de fabricación favorecen la producción continua como alimentos, textil, químicos. Probablemente la explicación más cercana a esta aparente contradicción se la encuentre en las limitaciones del mercado interno;

- Se encuentra más lógico que sectores como industria metalmeccánica, papel e imprenta, madera y muebles,



CIIU	ACTIVIDAD	PROGRAMACION (%)					
		A PEDIDO	ANUAL	SEMESTRAL	TRIMESTRAL	MENSUAL	OTROS
31	ALIMENTOS	50,4	6,0	2,5	1,7	26,1	14,3
33	MADERA Y MUEBLES	57,4	4,3	0,0	0,0	36,2	2,1
34	PAPEL E IMPRENTA	78,7	0,0	0,0	2,1	14,9	4,3
35	PRODUCTOS QUÍMICOS	53,0	7,0	2,0	3,0	30,0	5,0
36	MINERALES NO METÁLICOS	68,5	1,9	3,7	1,9	14,8	9,3
38	MAQUINARIA Y EQUIPO	75,3	0,6	0,6	3,9	16,2	3,2
328	TEXTIL Y CONFECCIONES	72,4	0,8	0,0	6,1	16,3	2,4
329	CUERO Y CALZADO	76,9	0,0	7,7	7,7	7,7	0,0
Total		65,5	2,7	1,5	3,7	20,9	5,7

por las particularidades de los bienes demandados
deban trabajar bajo pedido;

Gráfico No. 31-a

FUENTE: Investigación directa.

ELABORACIÓN: INSOTEC.

2.1 GESTIÓN DE INVENTARIOS

Es otro indicador que revela la eficiencia en la gestión de producción, en lo relativo a la oportunidad y veracidad de la información de que dispone la empresa sobre existencias de materias primas, producción en proceso y productos terminados y su relación con los requerimientos de insumos o de productos para la venta. Sin embargo, el Gráfico No. 41 da a entender que en este campo, las formas de procesamiento y utilización de la información están muy rezagadas respecto de las necesidades del proceso productivo, ya que en alrededor del 28% de las empresas se estaría apelando a la experiencia, es decir a la memoria del gerente o del jefe de planta o a la costumbre, lo cual explica por sí solo la vulnerabilidad del "sistema". El 36% estaría empleando kárdex manual, método que si bien es un registro documentado, es de lenta respuesta. Sólo el 36% emplearía formas computarizadas o modernas de registro de inventarios.

Los sectores más avanzados en este tema serían papel e imprenta, productos químicos y cuero y calzado pues superan ampliamente al promedio de empresas con métodos

computarizados. El más atrasado sería minerales no metálicos, sector en cual el 39% de las empresas se basa en la experiencia para estimar sus inventarios.

Al revisar la Gestión Estratégica de las empresas se vuelven a tomar como referencia los resultados antes descritos para evaluar su confiabilidad.

Gráfico No. 41



CIU	ACTIVIDAD	Por experiencia	Mediante Cardex manual	Mediante sistema computarizado
31	ALIMENTOS	33.1	29.0	37.9
33	MADERA Y MUEBLES	22.4	46.9	30.6
34	PAPEL E IMPRENTA	25.0	27.1	47.9
35	PRODUCTOS QUÍMICOS	18.0	38.0	44.0
36	MINERALES NO METÁLICOS	39.3	42.6	18.0
38	MAQUINARIA Y EQUIPO	33.3	35.3	31.3
328	TEXTIL Y CONFECCIONES	24.4	38.6	37.0
329	CUERO Y CALZADO	13.6	45.5	40.9
Total		27.9	36.4	35.7

FUENTE: Investigación directa.

ELABORACIÓN: INSOTEC.

3. RECOPIACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS.

Encuesta Aplicada Para Cuantificar El Uso De Nuestra página por parte de las Empresas de Producción, Distribución y Consumidores.

A continuación se presenta el formato de la encuesta realizada para nuestro proyecto:

Sírvase contestar las siguientes preguntas en forma anónima.
Estimamos que sus respuestas serán de mucha utilidad para la investigación que estamos realizando acerca de la posibilidad de implementar un sistema mejorado de Aprovevisionamiento electrónico.

Le agradecemos anticipadamente.

1. ¿Cree usted que es importante la implementación un sistema de compras y ventas mediante la Red de Internet?

Si No

2. ¿Conoce usted páginas Web que ya ofrezcan un servicio similar al que se propone en esta encuesta?

Si No

3. ¿Que le parece la idea de optimizar al máximo el aprovisionamiento mediante la red de Internet y evitar buscar en todas partes y no encontrar lo que usted desea?

Excelente Muy Buena Buena Regular Mala

4.- ¿Cuál cree usted que será el nivel de aceptación en cuanto a la automatización del abastecimiento de productos en un negocio por medio de Internet?

Bajo Medio Alto

3.2.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1.- ¿Cree usted que es importante la implementación un sistema de compras y ventas mediante la Red de Internet?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	S	55	93.22%
2	N	4	6.78%
TOTAL		59	100%

Implementación del Sistema S@E



2.- ¿Conoce usted páginas Web que ya ofrezcan un servicio similar al que se propone en esta encuesta?

Opciones	Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	S	48	81.36%
2	N	11	18.64%
TOTAL		59	100.00%

Páginas similares



3. ¿Que le parece la idea de optimizar al máximo la compra mediante la red de Internet y evitar buscar en todas partes y no encontrar lo que usted desea?

Opciones	Categoría	Frecuencia	Frec. Acumulada	Frec. Relativa
1	Excelente	4	4	6.78%
2	Muy Bueno	10	14	16.95%
3	Bueno	23	37	39.98%
4	Regular	11	48	18.64%
5	Malo	11	59	18.64%
TOTAL		59		100%

Optimización de este Servicio



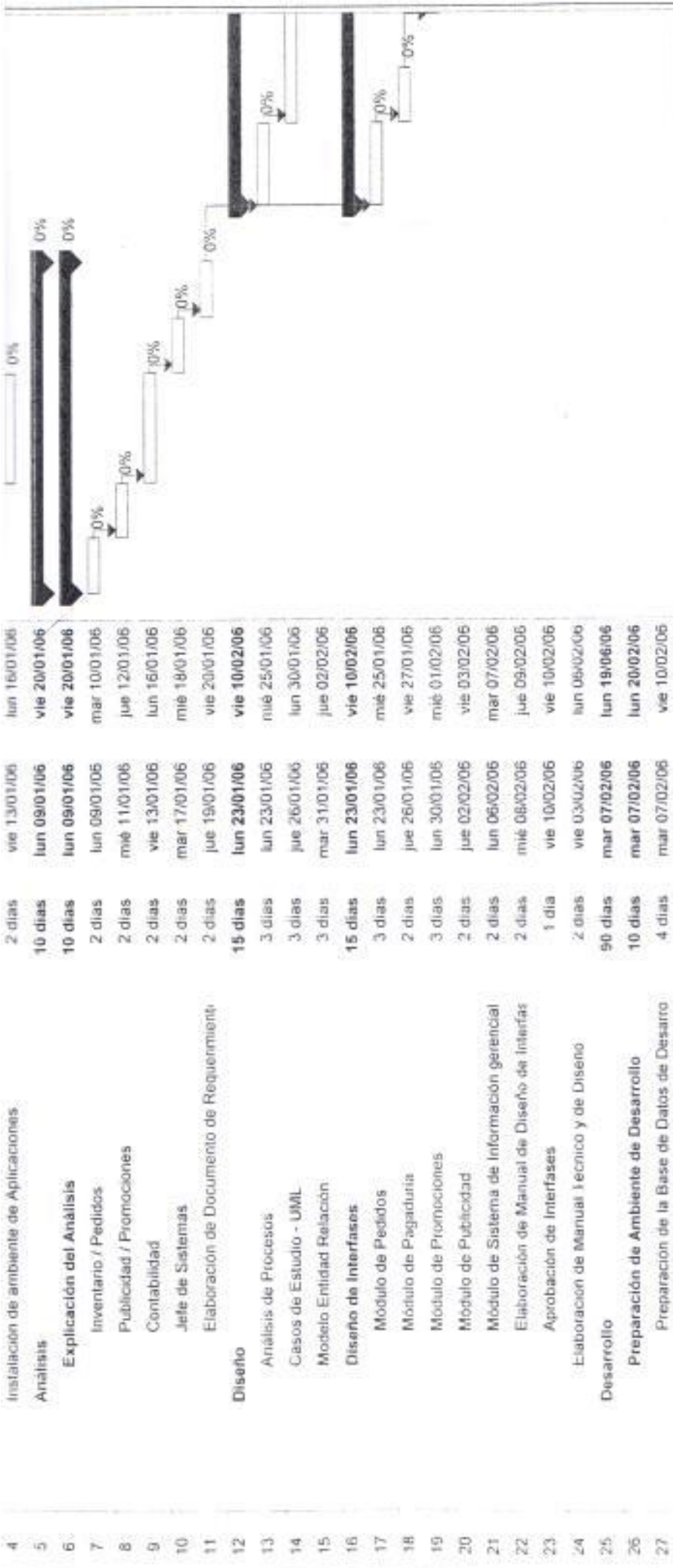
4.- ¿Cuál cree usted que será el nivel de aceptación en cuanto a la automatización del abastecimiento de productos en un negocio por medio de Internet?

Opciones	Categoría	Frecuencia	Frec. Acumulada	Frec. Relativa
1	Alto	3	3	5.08%
2	Medio	39	42	66.10%
3	Bajo	17	59	28.81%
TOTAL		59		100%

Nivel de Aceptación



ANEXO B
CRONOGRAMA DETALLADO



Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha limite

Linea de base

Division prevista

Hito de linea de base

Hito

Progreso del resumen

Resumen

Tarea critica

Division critica

Progreso de tarea critica

Tarea

Division

Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/06

31	Construcción de Clases / Procesos (Lógica de	32 días	mar 21/02/06	vie 09/03/06
32	Módulo de Pedidos	16 días	mar 21/02/06	jue 16/03/06
33	Pedido	12 días	mar 21/02/06	vie 10/03/06
34	Proceso de Carga de Orden de Ped	2 días	mar 21/02/06	mié 22/02/06
35	Flujo de Aprobación de la Orden de	2 días	jue 23/02/06	vie 24/02/06
36	Publicación de la Orden de Pedido	2 días	mié 01/03/06	jue 02/03/06
37	Aceptación de Nota de Pedido por	2 días	vie 03/03/06	lun 06/03/06
38	Emisión de la Nota de Pedido Final	2 días	mar 07/03/06	mié 09/03/06
39	Consulta de Estado de Nota de Ped	2 días	jue 09/03/06	vie 10/03/06
40	Recepción	4 días	lun 13/03/06	jue 16/03/06
41	Proceso de Carga de Ordenes de L	2 días	lun 13/03/06	mar 14/03/06
42	Consulta de Estado de Recepción	2 días	mié 15/03/06	jue 16/03/06
43	Módulo de Pagaduría	14 días	vie 17/03/06	mié 05/04/06
44	Proceso de Carga de Programación de	2 días	vie 17/03/06	lun 20/03/06
45	Consulta de Programación de Pagos	2 días	mar 21/03/06	mié 22/03/06
46	Actualización de la Programación de Pa	2 días	jue 23/03/06	vie 24/03/06
47	Eliminación de la Programación de Pagi	2 días	lun 27/03/06	mar 28/03/06
48	Confirmación de Gerentes de Pago del I	2 días	mié 29/03/06	jue 30/03/06
49	Carga de Estado de Cuenta del Provesc	2 días	vie 31/03/06	lun 03/04/06
50	Consulta de Estado de Cuenta del Provi	2 días	mar 04/04/06	mié 05/04/06
51	Módulo de Promociones	10 días	mar 21/02/06	mié 09/03/06
52	Ingreso de Promociones y Campañas	2 días	mar 21/02/06	mié 22/02/06
53	Consulta de Campañas / Promociones	2 días	jue 23/02/06	vie 24/02/06
54	Ingreso de Participación a Promociones	2 días	mié 01/03/06	jue 02/03/06

Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha limite

Línea de base

División prevista

Hito de línea de base

Hito

Progreso del resumen

Resumen

Tarea crítica

División crítica

Progreso de tarea crítica

Tarea

División

Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/06

59	Ingreso de Alquiler de Espacios de Publicidad	2 días	jue 10/03/06	jue 10/03/06	vie 10/03/06
60	Aceptación de espacios de publicidad P	2 días	mar 14/03/06	mar 14/03/06	mar 14/03/06
61	Ingreso de Alquiler de Espacios de Publ	2 días	jue 16/03/06	jue 16/03/06	jue 16/03/06
62	Solicitud de espacios de publicidad Pro	2 días	vie 17/03/06	vie 17/03/06	lun 20/03/06
63	Consulta de Espacios de Publicidad en	2 días	mar 21/03/06	mar 21/03/06	mié 22/03/06
64	Consulta de Espacios de Publicidad en	2 días	jue 23/03/06	jue 23/03/06	vie 24/03/06
65	Módulo Sistema de Información Gerencia	2 días	jue 06/04/06	jue 06/04/06	vie 07/04/06
66	Funcionalidad para bajar a Archivo en E	2 días	jue 06/04/06	jue 06/04/06	vie 07/04/06
67	Construcción de páginas	43 días	lun 27/03/06	lun 27/03/06	lun 29/05/06
68	Módulo de Pedidos	17 días	lun 10/04/06	lun 10/04/06	jue 04/05/06
69	Pedido	15 días	lun 10/04/06	lun 10/04/06	mar 02/05/06
70	Flujo de Aprobación de la Orden de	3 días	lun 10/04/06	lun 10/04/06	mié 12/04/06
71	Publicación de la Orden de Pedido	3 días	jue 13/04/06	jue 13/04/06	lun 17/04/06
72	Aceptación de Nota de Pedido por	3 días	mar 18/04/06	mar 18/04/06	jue 20/04/06
73	Emisión de la Nota de Pedido Final	3 días	lun 24/04/06	lun 24/04/06	mié 26/04/06
74	Consulta de Estado de Notas de Ped	3 días	jue 27/04/06	jue 27/04/06	mar 02/05/06
75	Recepción	2 días	mié 03/05/06	mié 03/05/06	jue 04/05/06
76	Consulta de Estado de Recepción	2 días	mié 03/05/06	mié 03/05/06	jue 04/05/06
77	Módulo de Pagaduría	14 días	vie 05/05/06	vie 05/05/06	mié 24/05/06
78	Consulta de Programación de Pagos	3 días	vie 05/05/06	vie 05/05/06	mar 09/05/06
79	Actualización de la Programación de Pa	3 días	mié 10/05/06	mié 10/05/06	vie 12/05/06
80	Eliminación de la Programación de Pago	3 días	lun 15/05/06	lun 15/05/06	mié 17/05/06
81	Confirmación de Gerentes de Pago del I	3 días	jue 18/05/06	jue 18/05/06	lun 22/05/06
	Consulta de Estado de Cuenta del Provi	2 días	mar 23/05/06	mar 23/05/06	mié 24/05/06

Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha limite

Linea de base

División prevista

Hito de línea de base

Hito

Progreso del resumen

Resumen

Tarea critica

División critica

Progreso de tarea critica

Tarea

División

Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/06

86	Ingreso de Promoción Propuesta por Py	3 días	vie 07/04/06	mar 11/04/06
87	Proceso de Envío de emails	3 días	mié 12/04/06	vie 14/04/06
88	Módulo de Publicidad	18 días	lun 17/04/06	vie 12/05/06
89	Ingreso de Alquiler de Espacios de Publ	3 días	lun 17/04/06	mié 19/04/06
90	Aceptación de espacios de publicidad P	3 días	jue 20/04/06	mar 25/04/06
91	Ingreso de Alquiler de Espacios de Publ	3 días	mié 26/04/06	vie 28/04/06
92	Solicitud de espacios de publicidad Prov	3 días	mar 02/05/06	jue 04/05/06
93	Consulta de Espacios de Publicidad en	3 días	vie 05/05/06	mar 09/05/06
94	Consulta de Espacios de Publicidad en	3 días	mié 10/05/06	vie 12/05/06
95	Módulo Sistema de Información Gerencia	2 días	jue 25/05/06	lun 28/05/06
96	Página de Ingreso de Parámetros	2 días	jue 25/05/06	lun 29/05/06
97	Construcción de Reportes	25 días	lun 15/05/06	lun 19/06/06
98	Módulo Sistema de Información Gerencia	25 días	lun 15/05/06	lun 19/06/06
99	Proceso de Carga de Detalle de Ventas	3 días	mar 30/05/06	jue 01/06/06
100	Proceso de Generación de Resúmenes	3 días	vie 02/06/06	mar 06/06/06
101	Informe de compras globales y por prov	3 días	mié 07/06/06	vie 09/06/06
102	Informe de Ventas Global y por Proveec	3 días	lun 12/06/06	mié 14/06/06
103	Informe de compras vs. Ventas global y	3 días	lun 15/05/06	mié 17/05/06
104	Informe de productos de mayor rotación	3 días	jue 18/05/06	lun 22/05/06
105	Informe de productos de mayor rentabili	3 días	mar 23/05/06	jue 25/05/06
106	Informes estadísticos comparativos de r	3 días	lun 29/05/06	mié 31/05/06
107	Informe de Inventarios valorados por su	3 días	jue 01/06/06	lun 05/06/06
108	representación grafica de los resultados	3 días	jue 15/06/06	lun 19/06/06

Resumen del proyecto

Tareas externas

Hito externo

Fecha limite

Linea de base

División prevista

Hito de linea de base

Hito

Progreso del resumen

Resumen

Tarea critica

División critica

Progreso de tarea critica

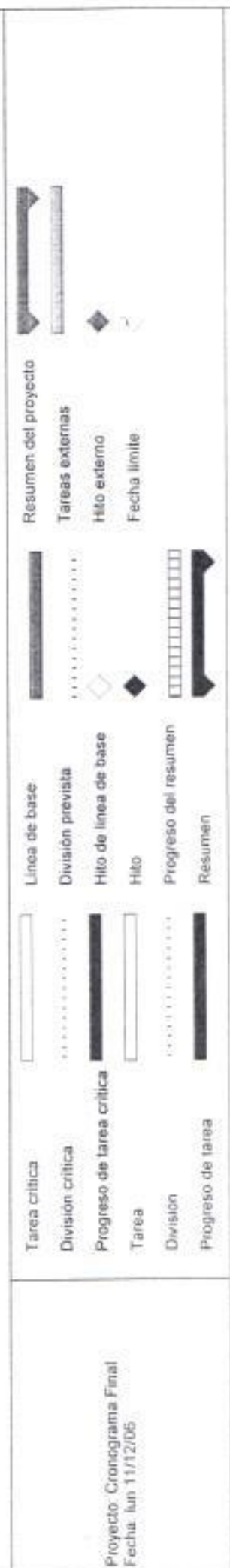
Tarea

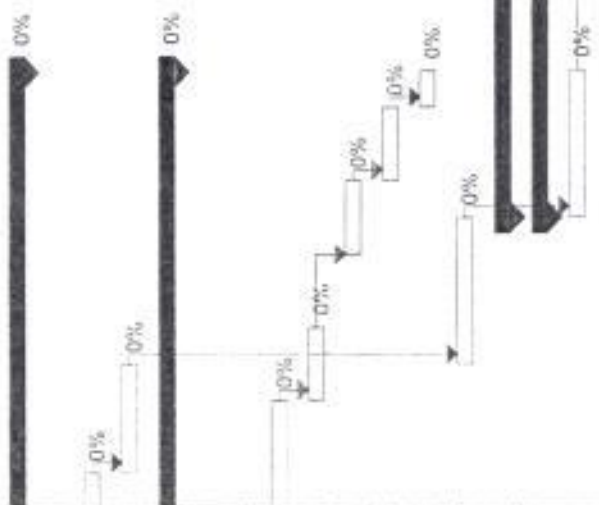
División

Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 1/12/06

112	Capacitación Técnica / Administrador del Sistema	2 días	lun 20/06/06	mar 27/06/06
113	Puesta en Producción	11 días	mié 28/06/06	mié 12/07/06
114	Migración	3 días	mié 28/06/06	vie 30/06/06
115	Configuración de Base de Datos en Producción	3 días	lun 03/07/06	mié 05/07/06
116	Configuración de Servidor de Aplicación de Prod.	3 días	jue 05/07/06	lun 10/07/06
117	Puesta en Producción	2 días	mar 11/07/06	mié 12/07/06
118	Estabilización y Monitoreo	2 días	jue 13/07/06	vie 14/07/06
119	Estabilización	2 días	jue 13/07/06	vie 14/07/06





Proyecto: Cronograma Final
 Fecha: lun 11/12/06

Tarea crítica		Línea de base		Resumen del proyecto	
División crítica		División prevista		Tareas externas	
Progreso de tarea crítica		Hito de línea de base		Hito externo	
Tarea		Hito		Fecha límite	
División		Progreso del resumen			
Progreso de tarea		Resumen			



<p>Proyecto: Cronograma Final Fecha: Jun 11/12/06</p>	<table border="0"> <tr> <td>Tarea crítica</td> <td></td> <td>Línea de base</td> <td></td> <td>Resumen del proyecto</td> <td></td> </tr> <tr> <td>División crítica</td> <td></td> <td>División prevista</td> <td></td> <td>Tareas externas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Progreso de tarea crítica</td> <td></td> <td>Hilo de línea de base</td> <td></td> <td>Hilo externo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tarea</td> <td></td> <td>Hilo</td> <td></td> <td>Fecha límite</td> <td></td> </tr> <tr> <td>División</td> <td></td> <td>Progreso del resumen</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Progreso de tarea</td> <td></td> <td>Resumen</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Tarea crítica		Línea de base		Resumen del proyecto		División crítica		División prevista		Tareas externas		Progreso de tarea crítica		Hilo de línea de base		Hilo externo		Tarea		Hilo		Fecha límite		División		Progreso del resumen				Progreso de tarea		Resumen			
Tarea crítica		Línea de base		Resumen del proyecto																																	
División crítica		División prevista		Tareas externas																																	
Progreso de tarea crítica		Hilo de línea de base		Hilo externo																																	
Tarea		Hilo		Fecha límite																																	
División		Progreso del resumen																																			
Progreso de tarea		Resumen																																			



<p>Resumen del proyecto</p> <p>Tareas externas</p> <p>Hito externo</p> <p>Fecha limite</p>		<p>Linea de base</p> <p>Division prevista</p> <p>Hito de linea de base</p> <p>Hito</p> <p>Progreso del resumen</p> <p>Resumen</p>	<p>Tarea critica</p> <p>Division critica</p> <p>Progreso de tarea critica</p> <p>Tarea</p> <p>Division</p> <p>Progreso de tarea</p>	<p>Proyecto: Cronograma Final</p> <p>Fecha: lun 11/12/06</p>
--	--	---	---	--

<p>Resumen del proyecto</p> <p>Tareas externas</p> <p>Hito externo</p> <p>Fecha limite</p>		<p>Linea de base</p> <p>Division prevista</p> <p>Hito de linea de base</p> <p>Hito</p> <p>Progreso del resumen</p> <p>Resumen</p>	<p>Tarea critica</p> <p>Division critica</p> <p>Progreso de tarea critica</p> <p>Tarea</p> <p>Division</p> <p>Progreso de tarea</p>
			

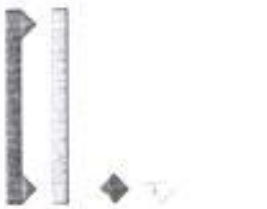
Proyecto: Cronograma Final
Fecha: Jun 11/12/06

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/06

Tarea crítica
División crítica
Progreso de tarea crítica
Tarea
División
Progreso de tarea

Línea de base
División prevista
Hito de línea de base
Hito
Progreso del resumen
Resumen

Resumen del proyecto
Tareas externas
Hito externo
Fecha límite



Proyecto: Cronograma Final
 Fecha: lun 11/12/06

Tarea crítica		Línea de base		Resumen del proyecto	
División crítica		División prevista		Tareas externas	
Progreso de tarea crítica		Hito de línea de base		Hito externo	
Tarea		Hito		Fecha límite	
División		Progreso del resumen			
Progreso de tarea		Resumen			

0%

0%

0%

0%

0%

0%

Resumen del proyecto

Tareas externas

Hilo externo

Fecha límite

Línea de base

División prevista

Hito de línea de base

Hito

Progreso del resumen

Resumen

Tarea crítica

División crítica

Progreso de tarea crítica

Tarea

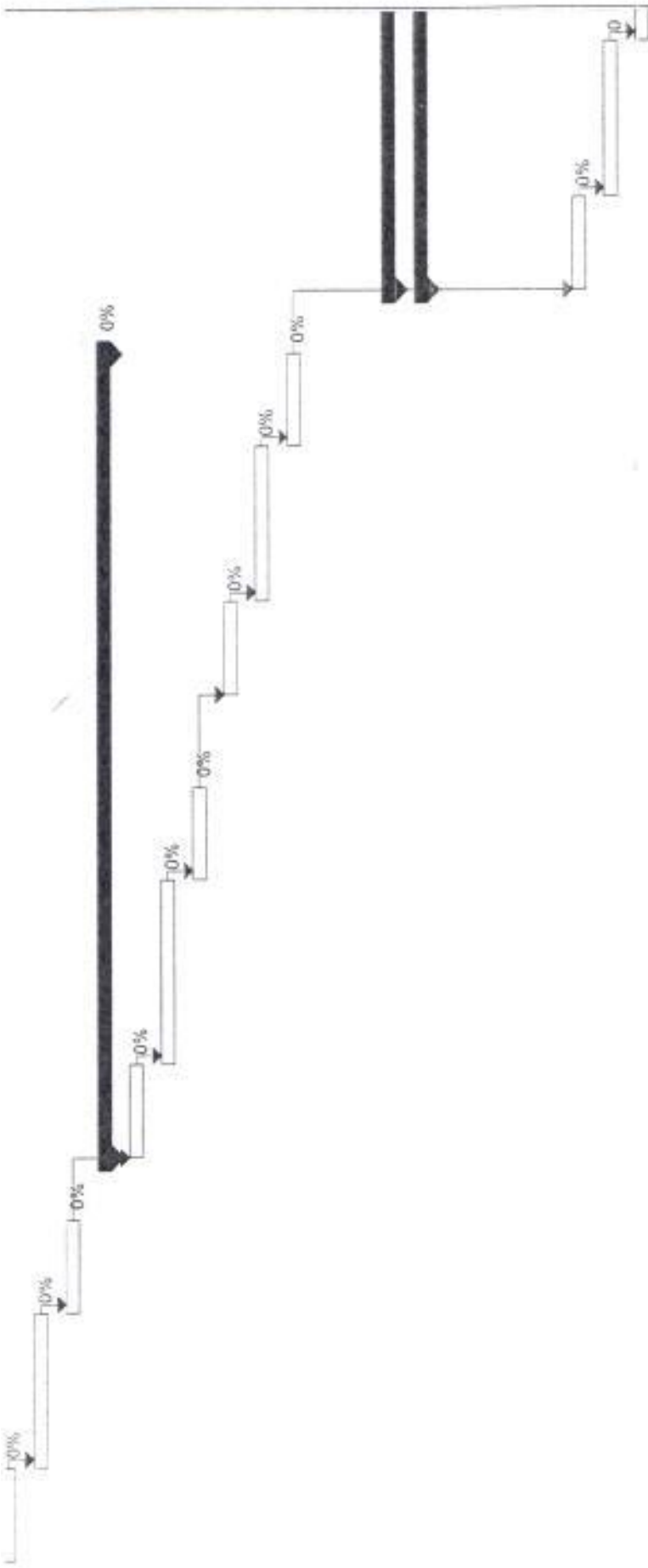
División

Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/05

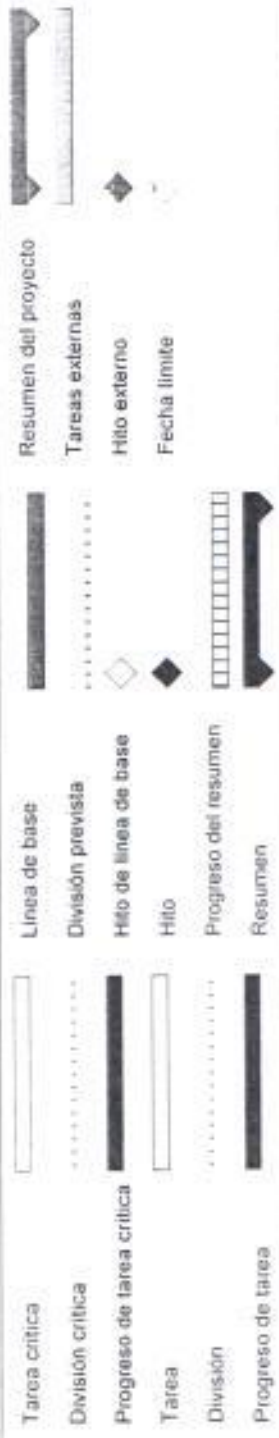


<p>Tarea crítica</p> <p>Division crítica</p> <p>Progreso de tarea crítica</p> <p>Tarea</p> <p>Division</p> <p>Progreso de tarea</p>	<p>Linea de base</p> <p>Division prevista</p> <p>Hito de linea de base</p> <p>Hito</p> <p>Progreso del resumen</p> <p>Resumen</p>	<p>Resumen del proyecto</p> <p>Tareas externas</p> <p>Hito externo</p> <p>Fecha limite</p>
---	---	--



<p>Proyecto: Cronograma Final Fecha: Jun 11/12/06</p>	<p>Tarea critica Division critica Progreso de tarea critica Tarea Division Progreso de tarea</p>	<p>Linea de base Division prevista Hilo de linea de base Hilo Progreso del resumen Resumen</p>	<p>Resumen del proyecto Tareas externas Hilo externo Fecha limite</p>
---	--	--	---


Proyecto: Cronograma Final
 Fecha: lun 11/12/06



0%

Tarea crítica	Linea de base	Resumen del proyecto
División crítica	División prevista	Tareas externas
Progreso de tarea crítica	Hito de línea de base	Hilo externo
Tarea	Hito	Fecha límite
División	Progreso del resumen	
Progreso de tarea	Resumen	

Proyecto: Cronograma Final
Fecha: lun 11/12/06

	<p>Tarea crítica </p> <p>División crítica </p> <p>Progreso de tarea crítica </p> <p>Tarea </p> <p>División </p> <p>Progreso de tarea </p>	<p>Línea de base </p> <p>División prevista </p> <p>Hito de línea de base </p> <p>Hito </p> <p>Progreso del resumen </p> <p>Resumen </p>	<p>Resumen del proyecto </p> <p>Tareas externas </p> <p>Hito externo </p> <p>Fecha límite </p>
<p>Proyecto: Cronograma Final Fecha: lun 11/12/06</p>			

0%

0%

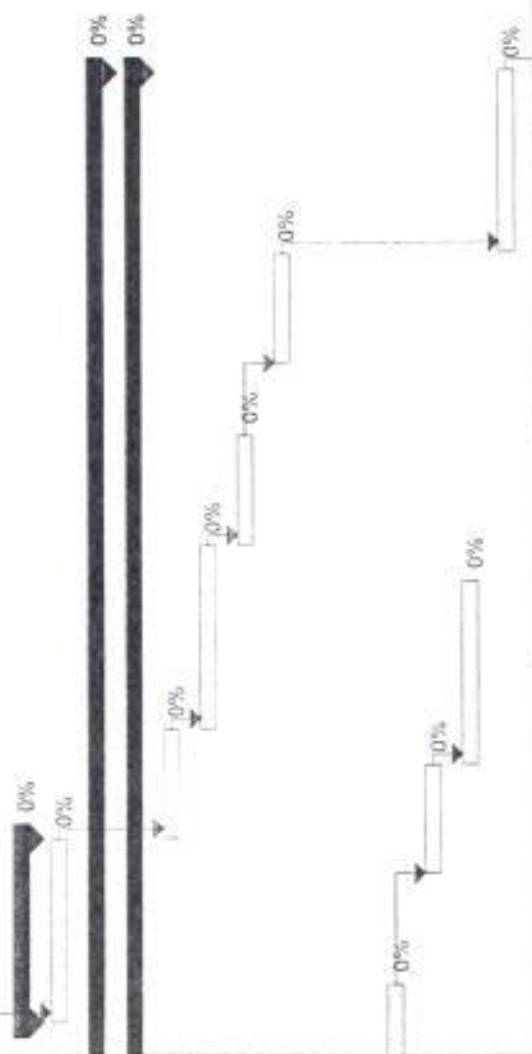
0%

Proyecto Cronograma Final
Fecha Jun 11/12/06

Tarea crítica
Division crítica
Progreso de tarea crítica
Tarea
Division
Progreso de tarea

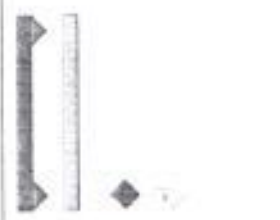
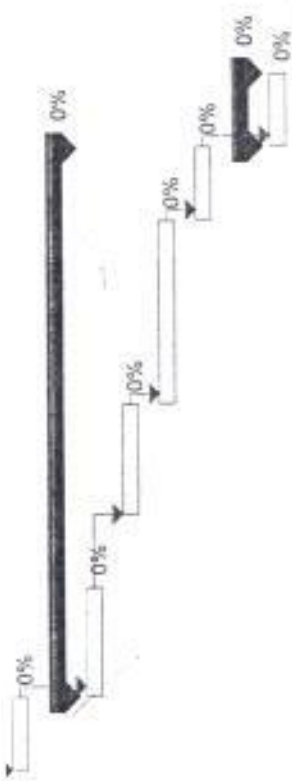
Linea de base
Division prevista
Hito de linea de base
Hito
Progreso del resumen
Resumen

Resumen del proyecto
Tareas externas
Hito externo
Fecha limite



Proyecto: Cronograma Final
 Fecha: lun 11/12/06

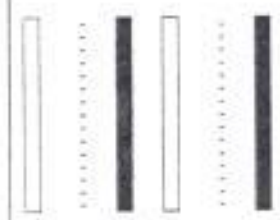
Tarea crítica	Linea de base	Resumen del proyecto
División crítica	División prevista	Tareas externas
Progreso de tarea crítica	Hito de línea de base	Hito externo
Tarea	Hito	Fecha límite
División	Progreso del resumen	
Progreso de tarea	Resumen	



Resumen del proyecto
 Tareas externas
 Hito externo
 Fecha limite



Línea de base
 División prevista
 Hito de línea de base
 Hito
 Progreso del resumen
 Resumen



Tarea crítica
 División crítica
 Progreso de tarea crítica
 Tarea
 División
 Progreso de tarea

Proyecto: Cronograma Final
 Fecha: Jun 11/12/06

ANEXO C

DISEÑO DE INTERFAZ.

INTERFAZ DEL VISITANTE

Denominaremos Interfaz del cliente a la/s sección/es del portal que verán todas las personas que ingresen al mismo. Las opciones que tendrá el usuario-visitante son las siguientes:

1. VISTA DE LA PÁGINA PRINCIPAL DEL PORTAL:

Todas las personas que entren a la dirección www.grupoelconquistador.com verán la siguiente pantalla. Estos visitantes o usuarios no podrán ingresar a la aplicación desarrollada, ya que para hacerlo debe estar registrados como proveedores de EL CONQUISTADOR y tener un usuario y una clave. La página que verán será la siguiente:



2. ACCESO A PÁGINAS INFORMATIVAS:

El visitante podrá navegar en las siguientes opciones mostradas en la pantalla anterior:

- Grupo conquistador.- Se muestra historia y actividad de las empresas del Grupo Conquistador. Adicionar Lista de Productos clasificados por marca y familia por cada empresa del grupo(en vez de Lista de Precio), mostrar precios de productos de oferta
- Misión – Visión.- Descripción de las mismas
- Contáctenos.
- Login.- Pantalla de login para proveedores registrados
- Solicitud de Clave.- Solicitud para proveedores no registrados y que puedan solicitar su clave a través de este medio.
- Olvidó su contraseña.

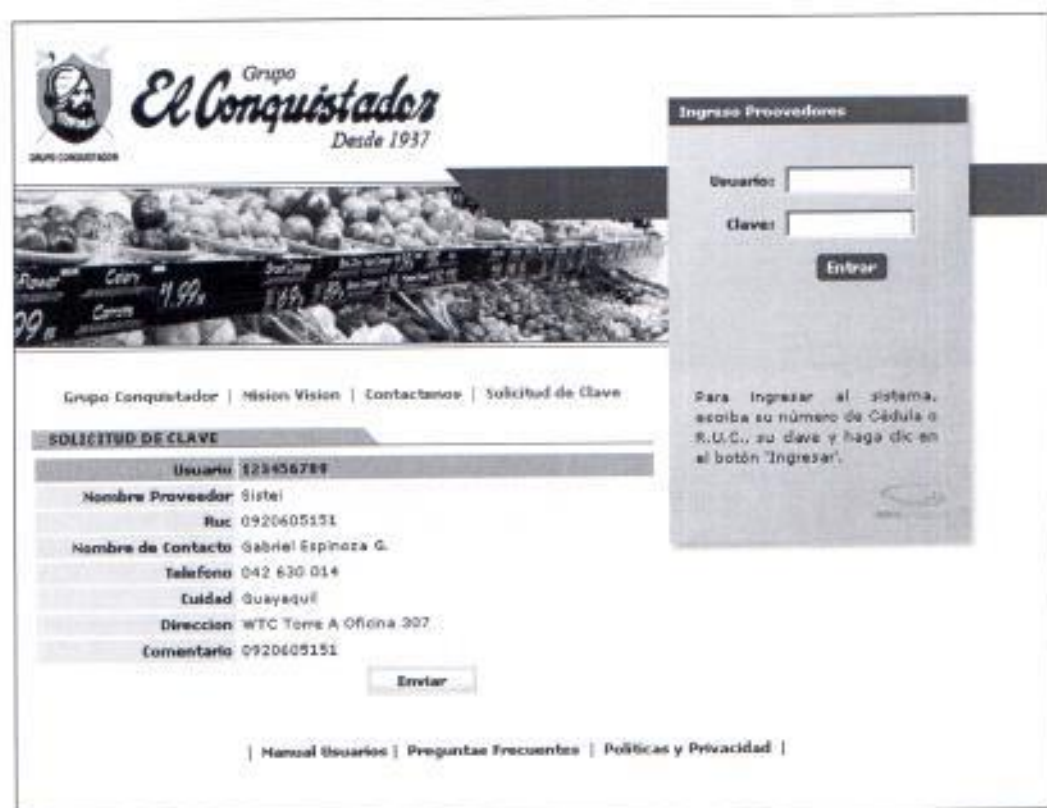
3. FORMULARIO DE CONTÁCTENOS:

Permitirá a cualquier visitante enviar sus comentarios, sugerencias o peticiones al administrador o una persona designada para esta actividad del cliente, por ejemplo los mensajes que escriban los

visitantes en esta página pueden llegar a webmaster@grupoconquistador.com.ec

4. SOLICITUD DE CLAVE:

En esta opción el proveedor podrá solicitar la asignación de una clave para registrarse y acceder al portal de servicios (aplicación), utilizando la pantalla que se verá a continuación.



Grupo Conquistador | Misión Visión | Contactamos | Solicitud de Clave

SOLICITUD DE CLAVE

Usuario	823456789
Nombre Proveedor	Sistei
Ruc	0920605151
Nombre de Contacto	Gabriel Espinoza G.
Telefono	042 630 014
Ciudad	Guayaquil
Direccion	WTC Torre A Oficina 307
Comentario	0920605151

[Manual Usuarios](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Políticas y Privacidad](#)

Ingreso Proveedores

Usuario:

Clave:

Para ingresar al sistema, escriba su número de Cédula o R.U.C., su clave y haga clic en el botón 'Ingresar'.

Una vez que el Administrador del Grupo Conquistador haya aceptado el proveedor y genere su usuario y clave correspondiente, en base al formulario que el Proveedor llenó, el Proveedor podrá entrar al Portal de Negocios Grupo Conquistador, usando su usuario y clave, asignados por el Grupo, y presionando el botón "Entrar" en la siguiente pantalla:

Grupo Conquistador | Nuestra Vision | Contactanos | Solicitud de Clave

Eat Healthy with fresh organic produce and groceries brought right to your door. Every order includes seasonal recipes featuring the fruits and vegetables in your delivery.

Ingreso Proveedor

Usuario:

Clave:

Entrar

Para ingresar al sistema, escriba su número de Cédula o R.U.C., su clave y haga clic en el botón 'Ingresar'.

| Manual Usuarios | Preguntas Frecuentes | Políticas y Privacidad |

INTERFAZ DEL PROVEEDOR.

Cuando el proveedor ingresa podrá ver su menú de las opciones disponibles en el lado izquierdo. La pantalla que se mostrará es la siguiente:

Grupo El Conquistador
Desde 1957

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

Información Personal

Usuario	123456789
Nombre	Gabriel A.
Apellido	Espinoza G.
Identificación	ced. 09209479
Productos	Elige una Opción
País	Guayaquil
Provincia	Guayas
Ciudad	Ecuador

Enviar

2. CAMBIO DE CLAVE:

Por motivos de seguridad, el Usuario podrá cambiar su clave cuando él lo necesite, en la siguiente pantalla:

Grupo El Conquistador
Desde 1957

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

CAMBIO DE CLAVE

Usuario	123456789
Clave Anterior	*****
Nueva Clave	12345
Confirmación de Clave	12345

Aceptar

3. ÓRDENES DE COMPRA:

El proveedor podrá ver las órdenes de compra que ha hecho El Conquistador. La pantalla será la siguiente:



El Conquistador
Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

ÓRDENES DE PEDIDO

Usuario: 122458785
Nombre Proveedor: Sistel

# de Orden	Sucursal	Fecha de Pedido	Desde	Hasta	Estado
255475	Guayaquil (DC-1)	9/09/05	9/09/05	16/09/05	Pendiente
945125	Quito (DC-2)	10/08/05	10/08/05	31/09/05	Entregado
855475	Guayaquil (DC-1)	9/05/05	9/05/05	16/09/05	Pendiente
398457	Quito (DC-2)	9/05/05	9/05/05	16/09/05	Pendiente

Enviar

4. PAGOS:

A través de esta opción el proveedor podrá consultar el estado y el día de los pagos de sus despachos.

Grupo El Conquistador
 Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Información Personal
 Cambio de Clave
 Ordenes de Compra
 Pagos
 Devoluciones
 Promociones
 Publicidad
 Listas de Precios
 Cerrar Sesión

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

PAGOS (Consulta)

Número: 523456789
 Nombre Proveedor: Sietel
 Contacto: Gabriel Espinoza G.

# de Orden	Fecha Orden	Fecha Pago	Estado
255475	9/09/05	16/09/05	Pendiente
545125	10/09/05	31/09/05	Entregado
855475	9/05/05	16/09/05	Pendiente
988457	9/05/05	16/09/05	Pendiente

5. PROMOCIONES:

EL proveedor podrá consultar las promociones que El Conquistador tendrá y podrá participar en ellas, podrá ver cuantos proveedores hay actualmente e ingresar la suya con los datos requeridos.

Proceso Compra de Promociones.

En la página saldrá una pantalla como la de la figura “-\$”-\$, en la cual podrá seleccionar las promociones en las que desea participar, e indicar cuanto oferta en ésta promoción; en cada promoción habrá un

link el cual abrirá una página, la cual indicará la descripción de la promoción, con su carta y precio según el proveedor. (Figura \$\$\$\$).

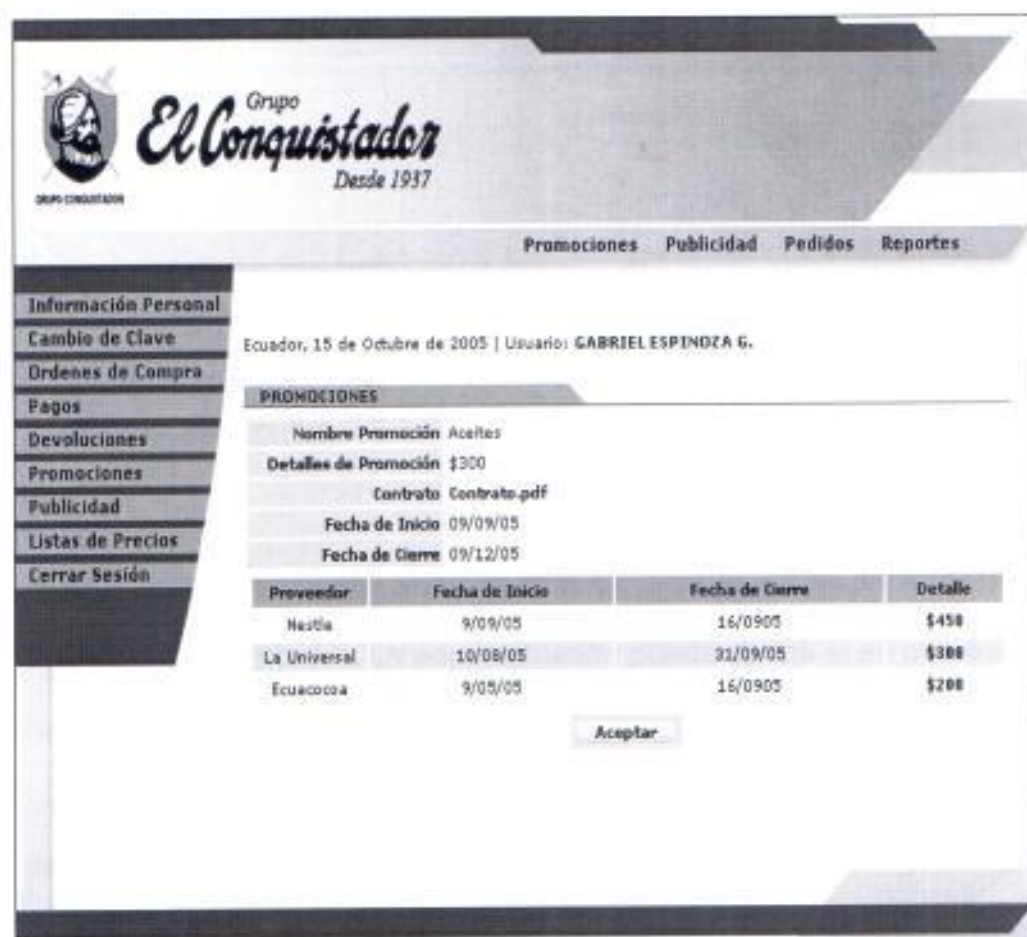
(Esta página listará, todos los artículos, que tengan en su tipo de Artículo Promociones, que no estén anulados, y los que el proveedor no haya ofertado).

Al Hacer Click en Aceptar, la página grabara una Cotización u Oferta, en la cual se grabara los códigos de la promoción, con el precio ofertado.

The screenshot shows the web application interface for 'Grupo El Conquistador Desde 1937'. The top navigation bar includes 'Promociones', 'Publicidad', 'Pedidos', and 'Reportes'. A left sidebar contains a menu with items like 'Información Personal', 'Cambio de Clave', 'Órdenes de Compra', 'Pagos', 'Devoluciones', 'Promociones', 'Publicidad', 'Listas de Precios', and 'Cerrar Sesión'. The main content area displays the current date and user: 'Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIELESPINOZA G.'. Below this is a table titled 'PROMOCIONES' with columns for 'Promoción', 'Fecha de Inicio', 'Fecha de Cierre', and '# Proveedor'. The table lists three promotions: P1 Aceite, P2 Yogurt, and P3 Arroz. At the bottom of the table are buttons for 'Editar', 'Nueva', and 'Eliminar'.

Promoción	Fecha de Inicio	Fecha de Cierre	# Proveedor
P1 Aceite	9/09/05	16/09/05	255475
P2 Yogurt	16/09/05	31/09/05	345325
P3 Arroz	9/05/05	16/09/05	855475

El usuario podrá ver el detalle de la promoción al hacer click sobre el código de la misma, e ingresar su promoción en esta misma pantalla:



Grupo El Conquistador
Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Información Personal
Cambio de Clave
Ordenes de Compra
Pagos
Devoluciones
Promociones
Publicidad
Listas de Precios
Cerrar Sesión

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINDZA G.

PROMOCIONES

Nombre Promoción: Aceites
Detalles de Promoción: \$300
Contrato: Contrato.pdf
Fecha de Inicio: 09/09/05
Fecha de Cierre: 09/12/05

Proveedor	Fecha de Inicio	Fecha de Cierre	Detalle
Nestle	9/09/05	16/09/05	\$458
La Universal	10/08/05	31/09/05	\$388
Ecuacocoa	9/05/05	16/09/05	\$288

Aceptar

6. PUBLICIDAD:

Esta opción permitirá a los proveedores contratar publicidad en: Locales, Web e islas impulsadoras.

Grupo El Conquistador
 Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

PUBLICIDAD

Local	Disponibles	Tipo
Policentro	4	Fronte
Alameda	3	Posterior
Centro	2	Fronte

7. LISTA DE PRECIOS:

Aquí el proveedor puede subir su lista de precios actual para enviarla al Grupo Conquistador. La administración puede definir si es necesario un formato general para que todos los proveedores envíen un archivo similar.

Grupo El Conquistador
 Desde 1937

Promociones Publicidad Pedidos Reportes

Ecuador, 15 de Octubre de 2005 | Usuario: GABRIEL ESPINOZA G.

LISTA DE PRECIOS

Número: 123456789

Subir lista de Precios

ANEXO D

ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS.

GENERACION DE EFECTIVO

Efectivo de Ventas	4,600	5,260	9,920	7,580	7,240	7,900	8,560	47,090	72,120	91,410
IVA de Ventas	562	631	710	910	869	940	1,027	5,647	8,654	10,969
Préstamos de Directores										
Préstamos a Largo Plazo										
Inversión en Capital por Acciones										20,000
GENERACION DE EFECTIVO POR PERIODO	5,162	5,891	6,630	8,490	8,109	8,848	9,587	72,787	80,774	162,379

SALIDAS DE EFECTIVO

Financiamiento e Inversión										
T1 / Equipo de Oficina										
Planta y Maquinaria										
Activos Intangibles (Desarrollos)										
Otros Activos Fijos										
Compras de Stock										
Interés Bancario Pagado / (Reactivado)										
Interés de Préstamos Pagado										
Pago Sobre Capital de Préstamos										
Pago de Préstamos Directivos										
Gastos Administrativos										
Oficinas y Renta	400	200	200	200	200	200	200	2,400	3,150	3,495
Salarios y Obligaciones	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	33,900	35,595	39,155
Utilidades (aguar, luz, etc.)	100	100	100	100	100	100	100	1,100	1,260	1,386
Teléfonos	100	100	100	100	100	100	100	1,100	1,260	1,386
Seguros										
Papelera y Envíes	50	50	50	50	50	50	50	550	630	693
Renta de Equipo de Oficina										
Costos de Sitio Web	10	10	10	10	10	10	10	110	126	139
Costos de Contabilidad	50	50	50	50	50	50	50	600	680	746
Honorarios Legales	50	50	50	50	50	50	50	600	680	746
Viajes y Subsistencia										
Gastos de Autos	50	50	50	50	50	50	50	550	630	693
Gastos Generales	83	83	83	83	83	83	83	917	1,050	1,155
Cargos Bancarios										
Gastos Contribucion	1,000							1,000		
Gastos de Mercadeo	100							1,100		
Gastos de Investigación										
Provisión de Masas Deudas										
Costos de Ventas y Distribución										
MA										
IVA en Compras y Pago de Gastos	239	96	198	184	202	210	219	3,951	1,570	1,727
IVA de Aduanas y Administración		354	1,704				2,238	3,807	7,973	9,242
SALIDA DE EFECTIVO POR PERIODO	3,042	3,276	3,830	4,445	4,811	5,164	5,632	62,361	67,364	72,618
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	16,958	5,274	3,596	3,800	3,297	3,684	3,955	10,426	13,410	18,761
EFFECTIVO INICIAL										
	16,958	11,684	8,088	4,158	287	34	561	16,346	23,857	32,618
BALANCE DE EFECTIVO	16,958	11,684	8,088	4,158	287	34	561	16,346	23,857	32,618

Ventas	4,000	5,260	5,920	7,580	7,240	7,900	8,560	9,220	56,280	72,120	91,410
Costo de Ventas											
Ganancia Bruta	4,000	5,260	5,920	7,580	7,240	7,900	8,560	9,220	56,280	72,120	91,410
Costos Administrativos											
Oficinas y Rentas	400	200	200	200	200	200	200	200	2,600	3,150	3,465
Salarios y Obligaciones	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	2,825	33,900	35,595	39,165
Utilidades (agua, luz, etc.)	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	1,200	1,305
Teléfonos	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	1,200	1,385
Seguros	50	50	50	50	50	50	50	50	600	630	693
Papelaria y Envíos	10	10	10	10	10	10	10	10	120	126	139
Renta de Equipo de Oficina	50	50	50	50	50	50	50	50	1,000	1,000	1,385
Costos de Sitio Web	50	50	50	50	50	50	50	50	1,000	1,000	1,385
Costos de Contabilidad	50	50	50	50	50	50	50	50	1,200	1,200	1,320
Honorarios Legales	50	50	50	50	50	50	50	50	600	630	693
Viajes y Subsistencia	50	50	50	50	50	50	50	50	1,000	1,050	1,155
Gastos de Autos	83	83	83	83	83	83	83	83	1,000	1,050	1,155
Gastos Generales	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,200	1,385
Cargos Bancarios	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200	1,200	1,385
Gastos de Contribución											
Gastos de Mercadotecnia											
Gastos de Investigación											
Provisión de Malas Deudas	4,818	3,818	3,818	3,718	3,718	3,718	3,718	3,718	46,420	48,681	53,549
Costos de Ventas y Distribución											
Depreciación	210	205	200	195	172	168	164	160	2,207	1,870	1,323
Ganancia Operativa (EBIT)	5,029	3,823	3,818	3,813	3,813	3,813	3,813	3,813	3,025	21,669	36,538
Interés a Pagar											
Interés Moratorio (Interés Recibido)											
Interés de Préstamo a Pagar	217	217	217	209	195	186	181	173	2,448	1,040	
Ganancia (Sin Impuesto X Capital)	5,345	4,040	4,035	4,030	4,030	4,030	4,030	4,030	676	20,629	36,538
Impuesto Corporativo											
Ganancia Neta (Pérdida)	5,345	4,040	4,035	4,030	4,031	4,036	4,041	4,247	676	20,629	36,538
Dividendos a Pagar											
Ganancia a Reservas	5,245	4,040	4,030	4,030	4,031	4,036	4,041	4,247	676	20,629	36,538

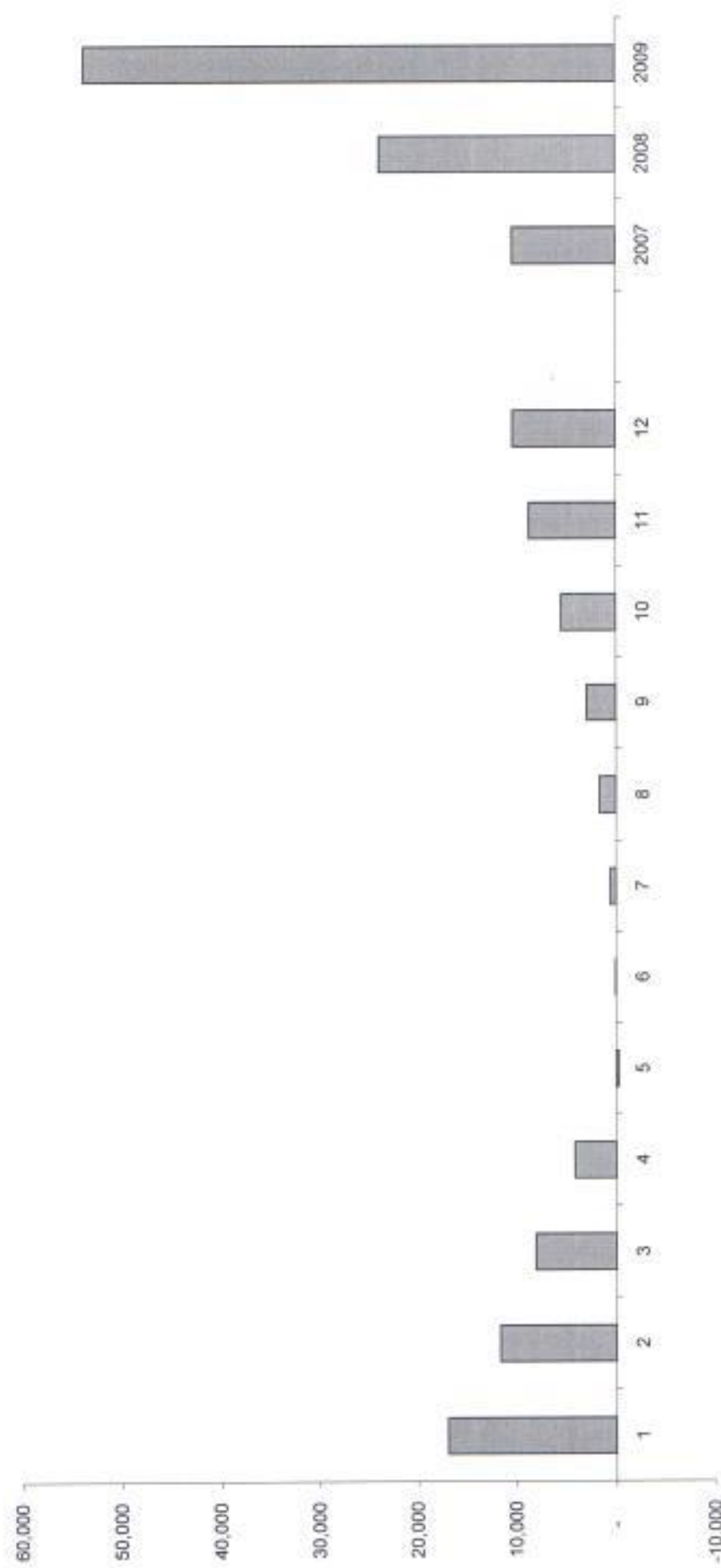
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2007	2008	2009
Activos Fijos															
T1/ Equipo de Oficina	5,210	4,027	4,792	4,650	4,532	4,407	4,286	4,158	4,054	3,942	3,834	3,728	3,728	2,488	1,674
Planta y Maquinaria	3,342	3,314	3,286	3,259	3,232	3,205	3,170	3,152	3,126	3,099	3,074	3,049	3,048	2,743	2,469
Activos Intangibles (Desamort.)	1,420	1,343	1,306	1,270	1,235	1,201	1,168	1,136	1,105	1,074	1,045	1,018	1,016	681	456
Otros Activos Fijos	10,000	9,584	9,384	9,189	8,999	8,814	8,633	8,456	8,284	8,116	7,952	7,793	7,793	5,922	4,599
Activos Actuales															
Efectivo	16,958	11,594	8,058	4,158	207	34	561	1,649	2,935	5,479	8,696	10,346	10,346	23,857	53,718
Deudores Comerciales					5,152	5,891	6,630	8,490	8,109	8,648	9,587	10,326	10,326	10,326	10,326
Stock	16,958	11,654	8,068	4,158	4,865	5,925	7,192	10,139	11,045	14,327	18,283	20,673	20,673	34,183	64,044
Pasivos Actuales															
Acreedores Comerciales y Acreditaciones IVA Crédito (Deudo)	2,233	869	889	889	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001	1,001
Otros Créditos	239	334	96	190	159	461	593	1,704	675	1,421	2,238	889	889	809	1,001
	1,993	564	793	698	1,200	1,461	1,594	2,705	1,675	2,421	3,239	1,889	1,889	1,001	1,001
Activos Fijos Actuales	14,965	11,130	7,269	3,460	3,665	4,464	5,196	7,434	9,369	11,906	15,044	18,784	18,784	33,183	63,044
Activos Fijos menos Pasivos	10,000	24,755	20,714	16,879	12,864	13,278	13,631	16,890	17,693	20,622	22,807	26,676	26,676	38,186	87,642
Acreedores de Largo Plazo															
Prestamos a Largo Plazo	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	19,354	18,668	18,001	17,204	16,667	16,000	16,000	8,000	8,000
Prestamos de Directores															
Otros Créditos a vencer después de 1 año	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	19,354	18,668	18,001	17,204	16,667	16,000	16,000	8,000	8,000
ACTIVOS NETOS	10,000	4,765	714	3,321	7,356	6,722	5,603	2,778	348	2,888	6,330	10,576	10,576	31,105	67,642
CAPITAL DE ACCIONISTAS	10,000	4,755	714	3,321	7,336	6,722	5,603	2,778	348	2,888	6,330	10,576	10,576	31,105	67,642
Capital por Acción y Dividendo	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Estado de Pérdida y Ganancia	0,245	9,285	13,321	17,351	17,336	16,722	15,503	12,778	10,348	7,312	3,670	576	576	21,105	57,642

VENTAS Y GANANCIA



Primeros 12 Meses - Luego Primeros 3 Años

BALANCE DE EFECTIVO



Primeros 12 Meses - Luego Primeros 3 Años

RAZONES OPERATIVAS										
MARGEN BRUTO DE GANANCIA %	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
COSTO DE VENTAS %										
VENTAS Y DISTRIBUCIÓN %	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
GANANCIA EN VENTAS %	5%	10%	24%	35%	41%	45%	46%	5%	30%	60%
RAZONES DE RETORNO SOBRE ACTIVO										
RETORNO NETO SOBRE ACTIVOS	-100%	-83%			33%	60%	42%	29%	69%	54%
RETORNO SOBRE CAPITAL	-50%	-40%	12%	27%	34%	36%	42%	0%	20%	35%
PUNTO DE EQUILIBRIO Y NIVELES DE CONSUMO DE EFECTIVO										
PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS - Ene IVA (Número CDV + Distribución como % de Ventas)	4,587	5,058	5,044	5,038	5,157	5,136	5,121	5,107	5,084	5,066
QUEMA DE EFECTIVO - ANTES DE VENTAS (Excluyendo Capital)	2,825	4,618	3,618	3,618	3,718	3,718	3,718	3,718	3,716	44,881
QUEMA DE EFECTIVO - ANTES DE VENTAS (Incluyendo Capital)	3,042	5,035	3,835	3,835	4,557	4,554	4,557	4,573	4,559	50,875
QUEMA DE EFECTIVO - INCLUYENDO VENTAS (Incluyendo Capital)	3,042	5,035	3,835	3,835	-2,276	-76	-575	-1,077	-3,076	9,543
RAZONES DE SOLVENCIA O APALANCAMIENTO										
ACTIVOS NETOS ACTUALES	14,965	11,130	7,295	5,465	3,665	4,464	7,434	9,309	10,044	18,784
RAZÓN DE CIRCULANTE	8.3	21.1	16.3	6.0	4.1	4.1	3.7	5.8	5.6	10.3
ACTIVOS NETOS LÍQUIDOS	14,965	11,130	7,295	5,465	3,665	4,464	7,434	9,309	10,044	18,784
RAZÓN DEL ACIDO (liquido)	7.7	13.5	9.2	4.9	4.1	4.1	3.7	5.8	5.6	10.9
POLITICA DE DEPRECIACIÓN										
Activos fijos son depreciados a razón de	30%									
										por año, en base a radicación balanceada

ANEXO E

LISTADO DE EMPRESAS QUE UTILIZAN PVSAC.

NOMBRE	DIRECCION	PAIS	CIUDAD	TELEFONO
ACRISTAL C.A.	KM 15 1/2 VIA DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2893387
ADELA MURILLO CABEZA	CALLE B-126 Y AV. OLIMPO KENNEDY.	ECUADOR	GUAYAQUIL	2281269
AGUIRRE AGUIRRE ADRIANO JOSE	LAS ORQUIDEAS SL.43 MZ.71	ECUADOR	GUAYAQUIL	2895287
ALBOFIESTA	CDLA.ALBORADA 4 ETAPA AV.RODOLFO BAQUERIZO NAZUR Y AV.J.MARIA EG	ECUADOR	GUAYAQUIL	2277576
ALIM.S.A.	BOYACA #1527 Y CLEMENTE BALLEN	ECUADOR	GUAYAQUIL	2325711
ALVITAL	P. SOLANO Y G. MORENO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2398742
ALYLUIS CIA.LTDA	BASTION POPULAR MZ 29 SOLAR 30	ECUADOR	GUAYAQUIL	2515054
ANGELICA MARIA CALVO AYALA	CDLA.KENEDY AV DEL PERIODISTA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2388785
ARTESANIAS ALIMENTICIAS NUPPY	HUACHI # 2280 Y LEGARDA	ECUADOR	QUITO	2256853
AT NOVEDADES	BOYACA # 1416 Y LUQUE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2328853
BAZAR "BUGS BUNNY"	SAUCES IV BLOQUE 96	ECUADOR	GUAYAQUIL	2824946
BAZAR "LULU"	CDLA.SAMANES 1RA.ETAPA MZ.141 VILLA 2 A	ECUADOR	GUAYAQUIL	2214985
BETTY BEATRIZ BUENO BRIONES	ISLA TRINITARIA COOP.EL GRAN CHAPARRAL MZ.H S1	ECUADOR	GUAYAQUIL	
Café El Conquistador	Km 4 1/2 Via Daule	ECUADOR	GUAYAQUIL	
CALAMANTE S.A.	CALICUCHIMA 100 ELOY ALFARO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2410199
CALJARSA	CDLA.BOLIBARIANA>BOMBONA Y SIMON RODRIGUEZ MZ.M-V6	ECUADOR	GUAYAQUIL	2288441
CARLOS ALVAREZ SAA	DOMINGO COMIN 910 Y LA "E"	ECUADOR	GUAYAQUIL	
CARLOS L.RIBADENEIRA LOPEZ	JOSE DE ANTEPARA 2510 Y BRASIL	ECUADOR	GUAYAQUIL	2361863
CARMEN A. ROSERO ALVAREZ	MACHALA #320 Y ALEJO LASCANO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2314302
CARRASCO VINTIMILLA (P.WAYCO)	FEDERICO MALO S/N. Y CRISTOBAL COLON	ECUADOR	GUAYAQUIL	2580459
CEDEÑO LOOR JENNY BEATRIZ	CDLA.PARAISO CALLE GUAYABOS	ECUADOR	GUAYAQUIL	2201763
CELYASA S.A	CDLA.PAPASINGUE ESTE AV.4ta 12 6 Y CALLE 2da.	ECUADOR	GUAYAQUIL	2352898
CESAR ARELLANO FAJARDO	CDLA. ALBORADA 10 ETAPA MZ.409 VILLA 4	ECUADOR	GUAYAQUIL	2233550
CLARA JACINTA COELLO R.	CALLE ROVCAFUERTE 403 Y JUAN MONTALVO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2309767
COILE S.A.	CDLA LOS ALAMOS MZ K SL 20	ECUADOR	GUAYAQUIL	2289731
COMERCIAL COBOS	KM.12.5 VIA DAULE - AV.PRINCIP MERCADO MAYORISTAS LOCAL 5	ECUADOR	GUAYAQUIL	2212048
COMERCIAL HNOS.ACOSTA	LORENZO DE GARAYCOA 1111 ENTRELUCHE Y AGUIRRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2526499
COMERKIOS (SUPER EXTRA)	URB. SANTA LEONOR MZ 1 SOLAR 6	ECUADOR	GUAYAQUIL	2280999
COMISARIATOS DE TODOS EL CONQUIS	AV. QUITO Y AYACUCHO	ECUADOR	GUAYAQUIL	
CONFAIDA S.A.	AYACUCHO 327 Y CHIMBORAZO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2415150
CORDIALSA S.A	PARQUE COMERCIAL CALIFORNIA KM. 11 1/2 VIA A DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2260514
CORDI-ARGOS ECUADOR S.A	CARCHI 601Y QUISQUIS 6 TO PISO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2282736
CORSINO EDUARDO PALACIOS "ARECO"	GRAN COLOMBIA 238 Y MANUEL VEG	ECUADOR	CUENCA	7843570
DELTA PLASTIC C.A	KM.5 VIA DAULE MAPASINGUE OESTE # 305	ECUADOR	GUAYAQUIL	2285217
DESPENSA LAS AGUAS	MERCADO CENTRAL PUESTO 121 DIR./HILDA RIVERA TF.519434 CDLA.QUISQU	ECUADOR	GUAYAQUIL	2887083

NOMBRE	DIRECCION	PAIS	CIUDAD	TELEFONO
DIANA FERNANDEZ BAQUERIZO	Cdla.URDESA CENTRAL CALLE LAS MONJAS # 406 ENTRE LA CALLE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2410990
DISTRIBUIDOR ENDESER S.A.	RUC.0992340053001	ECUADOR	GUAYAQUIL	2251717
DISTRIBUIDORA DISPACIFIC S.A.	EL ORO 109 Y 5 DE JUNIO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2440276
DISTRIBUIDORA GEYOCA	KM. 10 1/2 VIA A DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2260991
DISTRIBUIDORA ZULLY BACIGALUPO B.	AZUAY 908 Y AMBATO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2444580
DISTRIBORBE S.A.	KM. 5 1/2 VIA DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2350113
DULCERIA FIESTA	ALBORADA 11 AVA ETAP.MZ.32	ECUADOR	GUAYAQUIL	2275293
DURAN DURAN GILDER SALOMON	JOSE DUBACH 697 Y GUAYAMAS - GUARANDA	ECUADOR	PROV.BOLIVA	2390041
EDDIE DELGADO HERNANDEZ	DIR.URDESA NORTE AV.4TA 423 Y 5TO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2381968
EDISON IGNACIO ESPINOZA SILVA	Cdla. LA LIBERTAD MZ R VILLA19	ECUADOR	GUAYAQUIL	2437604
EL PRECIO JUSTO	PEDRO MONCAYO 1403 Y 10 DE AGOSTO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2514545
ELVIA CEDENO OVANDO (P.BOTTA)	LA 25ava 1611 ENTRE COLOMBIA Y CAMILO DESTRUGE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2463777
EMBUANDES CIA LTDA.	AV.DE LAS AMERICAS 6-118 Y NICOLAS DE ROCHA SECTOR SUR INTERIOR EL	ECUADOR	CUENCA	2887070
ESCONALIAP	TERMINAL TERRESTRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	
ESTILEN S.A.	CALLE CUARTA 403 A Y AV MIRAFLORES	ECUADOR	GUAYAQUIL	2208050
EXPRESIONES (PAULINA VINUESA)	CDLA.ALBORADA CALLE RODOLFO B NAZUR Y AV.LATERAL # 12 ALBOCENTR	ECUADOR	GUAYAQUIL	2291857
F.J.P FAJARDO CIA.LTDA.	PARAGUAY 229 Y TERRANOVA SECTOR # 26 QUITO	ECUADOR	QUITO	2558726
FANTASIA LA FIESTA	GUERRERO VALENZUELA 423 Y ALCEDO	ECUADOR	GUAYAQUIL	
FANTASIAS EL CONQUISTADOR	C.C. POLICENTRO	ECUADOR	GUAYAQUIL	
FANTASIAS EL COTILLON	SANTA ELENE Y SUCRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	
GEORGINA VILLAGOMEZ	37ava Y LETAMENDI	ECUADOR	GUAYAQUIL	2470385
GUILLERMO JARAMILLO	ALBORADA 1ER ETAPA MZ AC VILLA# 7	ECUADOR	GUAYAQUIL	2232162
GUSTAVO URIBE POSADA	CDLA BELLAVISTA MZ.7 VILLA 15	ECUADOR	GUAYAQUIL	2203711
HERMENEGILDO BELTRAN VICTOR	24ava #105 ENTRE M.ANGEL SILVA Y HUANCABILCA	ECUADOR	GUAYAQUIL	
HIERBAPUSUQUI S.A.	AUTOP. MANUEL CORDOVA GALARZA KM 6 1/2	ECUADOR	QUITO	2350407
HOLIDAY GRAF	CALLE " A " 318 Y JOSE MASCOTE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2349976
IMAGEN VISION	CDLA ELPARAISO GUAYABOS P5 Y NARANJOS	ECUADOR	GUAYAQUIL	
IMELDA ELODIA FIALLOS ACOSTA	JUAN BENIGNO VELA 007-52 Y MONTALVO	ECUADOR	CUENCA	2823497
IMPORTACIONES SELECTO	CLEMENTE BALLEEN Y RUMICHACA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2532832
IMPORTADORA AVALOS MIRANDA	CDLA.MAPASINGUE AV.TERCERA SL. 50	ECUADOR	GUAYAQUIL	2325344
IMPORTADORA JARRIN	MALECON 2309 Y Avda OLMEDO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2323903
IMPORTADORA PLANETA FIESTA	C.C. MALL DEL SOL	ECUADOR	GUAYAQUIL	2367292
IMPORTADORA SAN VICENTE CIA.LTDA.	CLEMENTE BALLEEN 1021 Y JUAN PIO MONTUFAR	ECUADOR	GUAYAQUIL	2512284
IMPORTADORA Y EXPORTADORA CARM	AV. QUITO Y AYACUCHO	ECUADOR	GUAYAQUIL	
IMPORT-GRAF	ALEJO LASCANO 303 Y RIOBAMBA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2312463

NOMBRE	DIRECCION	PAIS	CIUDAD	TELEFONO
IMPRENTA CANISIO	TARQUI 9-73 Y G.COLOMBIA	ECUADOR	CUENCA	2821918
INDUSTRIAL LINGESA S.A.	CDLA. LOS ESTEROS MZ 8 VILLA 41 42	ECUADOR	GUAYAQUIL	2499599
INDUSTRIAS LACTEAS CHIMBORAZO	INDUSTRIAS LACTEAS CHIMBORAZO CIA.LTDA. INLECHE AZUAY 908 Y AMBAT	ECUADOR	GUAYAQUIL	
JACINTO CELI ENCARNACION	CDLA.BRISAS DEL NORTE MZ.C VILLA 28	ECUADOR	GUAYAQUIL	2825850
JAIMESAN MARTIN	31 AVA # 2113 Y FRANCISCO SEGURA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2842834
JAMI JAMI JOSE RAFAEL	PARRQ.VENUS DEL RIO QUEVEDO CALLE FERNANDO DAQUILEMA#130 Y LAZ	ECUADOR	QUEVEDO	2757429
JC.REPRESENTACIONES	CALLE DE LAS BREVAS 285 Y AV. EL INCA ED.DUQUE CARVAJAL DPTO 1	ECUADOR	QUITO	2268282
JEANINE CORNEJO FALQUEZ	CDLA.LAS ACACIAS BLC-34/DPTO1	ECUADOR	GUAYAQUIL	2333781
JORGE KALIL BARREIRO	CDLA. URDESA CENTRAL CIRC.SUR # 906 E HIGUERAS	ECUADOR	GUAYAQUIL	2388126
JOSE JUVENAL TENEMAZA GOMEZ	LOT.COLINAS AL SOL CALLE PRINCIPAL No.313	ECUADOR	GUAYAQUIL	
JOSE LUIS TEJADA AGUIRRE	LULUNCOTO	ECUADOR	QUITO	2614992
JUANA ELENA ZAMORA GAIBOR	CDLA. ABEL GILBERT PONTON MZ B-32 V-26	ECUADOR	GUAYAQUIL	2563500
JUGUE MARAVILLA IMPORT.	BOYACA 1538 ENTRE CLEMENTE BALLEEN Y AGUIRRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2326565
JULIETA CORTEZ CASTRO	CDLA. MIRAFLORES MZ. 29 SOLAR 37 PRIMERA PEATONAL 100 Y CALLE SEXT	ECUADOR	GUAYAQUIL	2203898
JULIO PAREDES GALARZA	CALICUCHIMA 1014 Y VILLA VICENCIO	ECUADOR	QUITO	2400922
LA ESPAÑOLA	BOLIVIA 364 Y VENEZUELA	ECUADOR	QUITO	09-907833
LA IBERICA CIA.LTDA.	COLOMBIA 24-16 Y LARREA	ECUADOR	RIOBAMBA	09-961597
LATINOREL CIA.LTDA.	CALLE SARMIENTO 209 Y HUGO MONCAYO (EL BATAN)	ECUADOR	QUITO	2478339
LAURA LOOR CARVAJAL	CDLA SGRA. FAMILIA V.3 CALLE 9	ECUADOR	GUYAQUIL	2290032
LEON FERNANDEZ DELFINA "PASTILLAJ	PICHINCHA 619 BUENAVISTA Y COLON	ECUADOR	GUAYAQUIL	
LIDIA MARGOT CHECA AGUIRRE	CDLA.ABEL GILBERT MZ.A-32 VILLA 14 ELOY ALFARO DURAN	ECUADOR	GUAYAQUIL	
LOPEZ MONCAYO GUILLERMO PROSPE	GALLEGOS LARA #2937 Y 4 DE NOVIEMBRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2432925
LUIS MENDOZA M.	COOP.SANTIAGUITO ROLDOS MZ162 SL 11	ECUADOR	GUAYAQUIL	2498277
MARCO V. MEJIA	SAUCES 8 MZ. 454 F37 VILA 3	ECUADOR	GUAYAQUIL	2245027
MARIA CAGUANA BECERRA	ISMAEL PEREZ PAZMIÑO #915 Y HUANCABILCA	ECUADOR	GUAYAQUIL	
MARJORIE PINARGOTE SOLORZANO	COOPERATIVA DE VIVIENDA 9 DE OCTUBRE MZ K3 SOLAR 2	ECUADOR	GUAYAQUIL	
MARTHA MARCELA VILLEGAS	CDLA.VALDIVIA B1 #10 DPTO. 14	ECUADOR	GUAYAQUIL	2493519
MARTORELL S.A.	KM.5 1/2 VIA A DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2252241
MERI DIAZ SANCHEZ 'GLOBOS GREGOR	VENEZUELA 2202 Y LOS RIOS	ECUADOR	GUAYAQUIL	2367768
MINIMARKET SUPER DOS	ESCOBODE Y AGUIRRE	ECUADOR	GUAYAQUIL	
NOVEDADES "MARIANAS"	MIRADOR NORTE MZ.4 VILLA # 25	ECUADOR	GUAYAQUIL	2463695
OMAR RODRIGUEZ (REAL)	JOSE DE ANTEPARA 3732 Y GARCIA GOYENA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2365079
PANCALI S.A.	LUIS URDANETA 517 Y BOYACA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2569047
PARTI'S	CORONEL 111ENTRE FRANCISCO DE MAROS Y LETAMENDI	ECUADOR	GUAYAQUIL	2419589
PASTELO S.A.	KM. 8 VIA DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2262266

NOMBRE	DIRECCION	PAIS	CIUDAD	TELEFONO
PASTEURIZADORA QUITO S.A(VITALECH)	MARTHA BUCARAM DE ROLDOS KM 5-1*2 VIA DAULE	ECUADOR	QUITO	2855615
PENTAPLAS	KM 9 1/2 VIA A DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2252430
PLASTIFICIESTAS	CALLE 25AVA.Y LA C.	ECUADOR	GUAYAQUIL	2843527
POPIES VELITAS	CALLE C LT 138 Y LA PRADERA UNION CARCHENSE	ECUADOR	QUITO	2675373
PRODUCTOS "BRILLAN"	CALLE C 509 511 Y LA 29 ava	ECUADOR	GUAYAQUIL	2843822
PRODUCTOS LACTEOS CHIMBORAZO	PARQUE INDUSTRIAL AV CELSO RODRIGUEZ SIN Y AV CIRCUNVALA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2961797
PRODUCTOS LACTEOS GONZALEZ CIA.	VICENTE DUQUE N°75-57 Y JOSE ANDRADE (CARCELEN ALTO)	ECUADOR	QUITO	2471777
PROFE SERVICE S.A	AV DEL SALADO 405A ENTRE LA 6T Y 7MA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2200861
PROMOGILSA S.A	CDLA.NVA KENNEDY SAGRADA FAMILIA CALLE D PASAJE 11 MZ 58 VILLA 3	ECUADOR	GUAYAQUIL	2394150
QUESINOR	OVIEDO 1118 Y AV JAIME RIVEDENEIRA	ECUADOR	IBARRA	2956031
QUINTERO GUZMAN FERNANDO	AV LA PRENSA SIN Y ENTRE ZAMORA Y CAPITAN BOR	ECUADOR	QUITO	
RICHARD MORA ROBALINO	CIUDADELA EL PARAISO, CALLE LAS PALAMA D-36	ECUADOR	GUAYAQUIL	2203309
RODOLFO IDROVO G-REPRESENTACION	CHILE 1122 Y AV. OLMEDO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2411511
ROMERO REYES (VENCOM)	ELOY ALFARO 520 Y HUANCABILCA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2407597
RUTH MERCEDES VARGAS	COOP.31 DE AGOSTO MZ W VILLA 25 KM 6 1/2 VIA DAULE	ECUADOR	GUAYAQUIL	2262279
SURAMA SURAMERICANA DE ARTES MA	CONJUNTO BRASILIA 1-LOCAL #5	ECUADOR	QUITO	09-396705
SUSYROGEL DISTRIBUCIONES	C.C. PANORAMA	ECUADOR	GUAYAQUIL	2809535
TARJETERIA AMERICANA	CALLE UREANA 1508 Y CALLE 4- 1	ECUADOR	QUITO	2601312
TERESA GISELA VARGAS LOOR	COSTA RICA Y ECUADOR	ECUADOR	MILAGRO	09-309131
TEXTIDOR	CELIANO MONGE N#45 A UNA CUADRA DE LA IGLESIA BARRIO HUACHI	ECUADOR	AMBATO	2842485
TONY "MARCO ANTONIO DIAZ"	ASUNCION 922 Y E E U U	ECUADOR	GUAYAQUIL	2526277
UNICRON S.A.	CDLA. KENEDY 8 OESTE Y AV SAN JORJE COND.2001-5 LOCAL A-8	ECUADOR	GUAYAQUIL	2287102
VERNAZA GRAFIC CIA LTA	AV EJETRCITO 205 Y MANUEL GALECIO	ECUADOR	GUAYAQUIL	2394195
VERONICA ALIDA TUAREZ VELIZ	EL ORO 1813	ECUADOR	GUAYAQUIL	2340281
VESMET S.A	KM. 9 VIA ADAULE BOYACA 1313 Y VELEZ	ECUADOR	GUAYAQUIL	2250033
VETROPICAL S.A.	AV DE LAS AMERICAS MZ #47 SOLA # 13 CENTRO COMERCIAL TERMINAL COM	ECUADOR	GUAYAQUIL	2297976
ZAMORA POTES LEONOR A.	SEDALANA #3007 ENTRE LA 35 Y	ECUADOR	GUAYAQUIL	2848325

ANEXO F

ENCUESTA A EMPRESAS QUE UTILIZAN PVSAC.

ENCUESTA

¿Tiene actualmente un sistema de Aprovisionamiento Electrónico?

- a.-) SI
- b.-) NO

¿El número de Transacciones de aprovisionamiento realiza que realiza mensualmente es?

- a.-) 1 a 100
- b.-) 101 a 300
- c.-) 301 a 500
- d.-) 501 a 1000
- e.-) Más de 1000

¿Qué Tiempo demora su proveedor en recibir su requerimiento?

- a.-) menos de 12 horas
- b.-) 12 horas
- c.-) 24 horas
- d.-) 48 horas
- e.-) más de 48 horas

¿Su empresa esta en condiciones de invertir en un sistema de aprovisionamiento electrónico?

- a.-) SI
- b.-) NO

¿En caso de que su respuesta de la pregunta anterior se no Su empresa esta en condiciones de pagar por el servicio de aprovisionamiento electrónico sea por una tarifa fija mensual o por un numero de transacciones determinadas?

- a.-) SI
- b.-) NO

MUESTREO DE RESULTADOS.

Encuesta a Propietarios que SI utilizan PVSAC

EMPRESA	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5
COMISARIATO DE TODOS EL CONQUISTADOR	NO	C	24 HORAS	SI	NO
IMPORTADORA Y EXPORTADORA CARMIRANDA	NO	A	24 HORAS	SI	NO
IMPORTADORA PLANETA FIESTA	NO	B	48 HORAS	NO	SI
FANTASIAS EL CONQUISTADOR	NO	B	48 HORAS	SI	NO
ESCONALIAP	NO	A	48 HORAS	NO	SI
MAGDA ESPINOZA	NO	D	24 HORAS	SI	NO
IMPORTADORA AVALOS	NO	A	48 HORAS	NO	SI

Encuesta a Propietarios que NO utilizan PVSAC

EMPRESA	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5
CORDIALSA S.A	NO	B	24 HORAS	NO	SI
EL PRECIO JUSTO	NO	C	24 HORAS	NO	SI
DISTRIBORBE S.A.	NO	B	24 HORAS	NO	SI

BIBLIOGRAFÍA

1. VARELA V. RODRIGO, Innovación Empresarial (Segunda Edición, Bogotá, Pearson Education de Colombia, 2001), pag. 159-211
2. SOMMERVILLE IAN, Ingeniería de Software (Sexta Edición, México, Pearson Educación, 2002), pag. 71-92
3. VAN HOMER, JAMES C. y WACHOWICZ, JOHN JR., Fundamentos de Administración Financiera (Undécima Edición, México, Pearson Educación, 2002), Pag. 315-391
4. MCLEOD JR., RAYMOND, Sistemas de Información Gerencial (Séptima Edición, México, Prentice Hall Hispanoamérica S.A., 2000), Pag. 307-428
5. TELLIS, G. J. y REDONDO I., Estrategias de Publicidad y Promoción (Primera Edición Español, Madrid, Pearson Educación S.A., 2002) Pag. 35-37