



Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

**“Portal de Compra y Venta de Automóviles
usados para Matamoros CAR”**

Tópico de Graduación

**Previo a la obtención del Título de:
LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACION**

Presentado por:

**Víctor Fernando Carabajo Asitimbay
Natividad del Rocío Mantilla López
Jorge Aurelio Rivera Fariño**

GUAYAQUIL - ECUADOR

**Año
2006**

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

**“PORTAL DE COMPRA Y VENTA DE AUTOMÓVILES
USADOS PARA MATAMOROS CAR”**

TÓPICO DE GRADUACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Presentado por:

VÍCTOR FERNANDO CARABAJÓ ASITIMBAY

NATIVIDAD DEL ROCÍO MANTILLA LÓPEZ

JORGE AURELIO RIVERA FARIÑO.

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO

2006

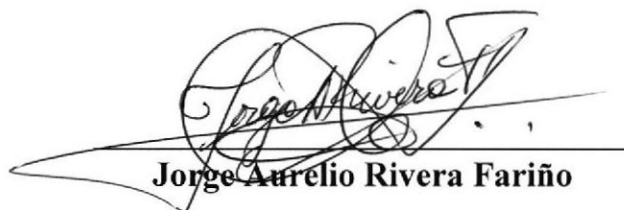
DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta Tópico de Graduación nos corresponden exclusivamente; y el Patrimonio intelectual de la misma corresponden a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.

(Reglamentos de exámenes y títulos profesionales de la ESPOL).

Víctor Fernando Carabajo Asitimbay

Natividad del Rocío Mantilla López

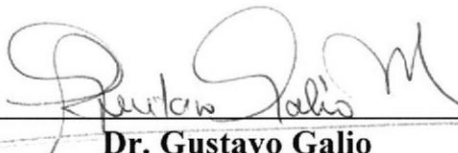


Jorge Aurelio Rivera Fariño

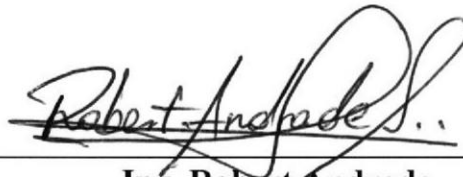
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Ing. Lenin Freire
COORDINADOR DE LA LSI



Dr. Gustavo Galio
DIRECTOR DE TESIS



Ing. Robert Andrade
VOCAL PRINCIPAL

Lsi. Patricia León
VOCAL PRINCIPAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas y cada una de las personas que estuvieron presentes en el desarrollo del mismo.

Ante todo a Dios por permitir que el desarrollo y culminación de mi carrera salga como lo planeé.

A mi madre, que gracias a Dios está presente, le dedico este trabajo, porque gracias a ella junto con mi Padre han hecho lo posible y hasta lo imposible para proveerme de todo lo necesario para que yo pueda seguir adelante.

A Michelle, mi compañera sentimental, le dedico toda mi carrera y todo el fruto que esta me de, porque se lo merece, porque estuvo presente cuando más lo necesitaba, me ayudó siempre durante esta carrera.

A mi amigo Boris, gracias por tu apoyo.

A toda mi Familia que de una u otra forma ayudó a que este título sea realidad, a todos ellos gracias.

Víctor Fernando Carabajo Asitimbay.

DEDICATORIA

Quiero dedicar éste trabajo a mi esposo, por su apoyo incondicional durante todas las etapas de mi carrera y de mi vida.

A mi familia, que siempre han sido mi pilar para seguir luchando cada día.

A Dios que me ha iluminado y me ha dado fuerzas para vencer las barreras que se me han presentado, porque sin él no estaría aquí.

Y a todos quienes de alguna forma han contribuido a finalizar éste logro.

Gracias.

Natividad del Rocío Mantilla López

DEDICATORIA

Tengo el agrado de dedicar a Dios este trabajo que sin Él estoy seguro no podría haber sido realizado, quien sabiamente guió, como no podía ser de otra manera, a mis amigos y compañeros como son Natividad y Victor, quienes con su conocimiento, generosidad y entrega han permitido que se realice y culmine.

A mi Madre a quien llevo en mi corazón, mi Padre a quien amo muchísimo, a mi Esposa e Hijos a quienes adoro, a Azucena siempre oportuna con su consejo, mis Hermanos con su diligente ayuda, quienes como familia en muchas ocasiones se ven privados de nuestra compañía por alcanzar estas metas.

A mis Maestros, Profesores y todos aquellos que enaltecen y hacen que la Licenciatura en Sistemas sea un valuarte dentro de las actividades de la ESPOL.

Con mucho cariño también a todos esos amigos invisibles que nos ayudan a seguir el camino.

Jorge Aurelio Rivera Fariño.

AGRADECIMIENTO

DR. GUSTAVO
GALIO MOLINA
Director de Tesis, por
su ayuda y
colaboración para la
realización de este
trabajo.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	I
INDICE TABLAS.....	II
INDICE GRAFICOS.....	III
INTRODUCCION.....	1

CAPITULO 1

1. La Empresa y su Producto.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Historia de la Empresa y su Situación Actual.....	1
Como Opera.....	2
Situación Actual de la Empresa.....	2
Problemas de la Situación Actual.....	3
1.3. Misión.....	4
1.4. Visión.....	4

CAPITULO 2

2. Producto y Mercado.....	5
2. Análisis del Mercado.....	5
2.1. Constitución del Mercado.....	5
2.2. Ente Regulador.....	6
2.3. Posibilidades de Implementación y Éxito del Proyecto.....	7
2.4. Restricciones o Barreras.....	9
2.5 Principales Empresas y Participación del Mercado.....	11
3. Análisis del Sector y la Empresa.....	12
3.1. Recursos Cualificados Disponibles.....	13
3.1.1. Recursos Humanos.....	13
3.1.2. Análisis del Equipo de Trabajo.....	14
Cargo: Gerente Administrativo.....	14
Cargo: Gerente de Ventas y Cobranzas.....	16
Cargo: Secretaria de Gerencia.....	18
Cargo: Mecánico.....	21
Cargo: Asistente de Ventas y Cobranzas.....	23
3.1.3. Capacidad ante Requerimientos Emergentes.....	25
3.2. Función de los Sistemas Informáticos.....	26
3.2.1. Sitios Web que existen en el Mercado.....	26
3.3. Calidad del Servicio Percibida.....	27
3.3.1. Percepción de la Calidad del Servicio de las Empresas Actuales.....	27
3.3.2. Tendencia del Mercado en Relación al Servicio.....	28
3.3.3. Oportunidades en Desarrollo de Valores Agregados.....	28

3.3.4. Ciclos del Servicio.....	29
Ciclo para la Compra de Vehículos.....	30
Flujograma para la Compra de Vehículos.....	31
Ciclo para la Venta de Vehículos.....	33
Flujograma para la Venta de Vehículos.....	34
3.3.5. Fugas del Servicio.....	36
3.4. Análisis del Producto.....	37
3.4.1. Producto/Servicio.....	37
3.4.2. Punto Diferenciador y Beneficios.....	38
3.4.3. Presentador del Producto.....	40
3.4.3.1. Logotipo.....	41
3.4.3.2. Empaque.....	41
3.4.3.3. Precio.....	42
3.4.3.4. Posicionamiento y Promesa Básica.....	43
3.4.3.5. Servicio y Valores Agregados.....	43
3.5. Análisis del Consumidor.....	44
3.5.1. Identificación y Segmentación del Mercado.....	44
3.5.2. Grupo Objetivo Primario y Secundario.....	44
3.5.3. Características del Mercado.....	45
3.6. Objetivos Mercadológicos y Financieros.....	46
3.6.1. Objetivos Mercadológicos: Corto, Mediano y Largo Plazo.....	46
3.6.2. Objetivos Financieros: Corto, Mediano y Largo Plazo.....	47
3.6.3. Plan de Contingencia.....	50

CAPÍTULO 3

4. Estrategias de Mercado.....	52
4. Estrategias del Plan de Mercadeo.....	52
4.1. Lanzamiento de MatCar.....	52
4.2. Estrategias de Precio.....	53
4.3. Estrategias de Comercialización.....	54
4.4. Estrategias Promocionales.....	55
4.5. Estrategia de Distribución.....	56
4.6. Políticas de Servicios.....	56
4.7. Políticas de Comercialización.....	59
5. Análisis Técnico.....	61
5.1. Producto.....	61
5.2. Equipos.....	62
5.3. Mobiliario.....	64
5.4. Plano.....	65
5.5. Herramientas.....	66
5.6. Plan de Consumo.....	67
5.7. Plan de Compras.....	68

5.8. Proveedores.....	70
5.9. Sistemas de Control.....	70
6. Análisis Administrativo y Financiero.....	72
6.1. Grupo Empresarial.....	72
6.1.1. Estructura de la Empresa.....	72
6.1.2. Política Laboral.....	72
6.2. Empleados.....	74
6.2.1. Uniformes.....	74
6.2.2. Equipos de Seguridad.....	74
6.2.3. Pasantías.....	74
6.2.4. De la modalidad de Contratación.....	75
6.3. De las Herramientas de Control y Desempeño.....	75
7. Análisis Legal y Social.....	76
7.1. Aspectos Legales de la Empresa.....	76
7.2. Aspectos Legales del Empleado.....	77
7.3. Aspectos Legales de los Clientes.....	80
7.4. Legislación : Reglamentación Urbana para el Negocio.....	82
8. Análisis Financiero.....	84
8.1. Capital de Trabajo.....	84
8.2. Inversión de Activos.....	84
8.3. Presupuesto de Ingresos.....	85
8.4. Presupuesto de Egresos.....	85
8.5. Análisis de Costos.....	87
8.6. Flujos de Caja.....	89
Flujo de Caja : Año 1.....	89
Flujo de Caja : Año 2.....	90
Flujo de Caja : Año 3.....	91
8.7. Estados de Resultado.....	92
8.8. Balance General.....	93
8.9. Análisis de Razones Financieras.....	94
8.10. Riesgos e Intangibles.....	96
9. Cronograma de Actividades.....	99

INDICE TABLAS

<i>Tabla 1. Calculo Estimado de Facturación de Anunciantes.....</i>	48
<i>Tabla 2. Calculo Estimado de Servicio de Publicación de Vehiculos.....</i>	49
<i>Tabla 3. Servicio de Almacenamiento de Web Sites.....</i>	49
<i>Tabla 4. Plan de Consumo Mensual.....</i>	68
<i>Tabla 5. Plan de Consumo Anual.....</i>	69
<i>Tabla 6. Principales Proveedores.....</i>	70
<i>Tabla 7. Capital de Trabajo.....</i>	84
<i>Tabla 8. Inversión de Activos :Equipos.....</i>	84
<i>Tabla 9. Inversión de Activos :Muebles y Enseres.....</i>	84
<i>Tabla 10. Presupuesto de Ingresos.....</i>	85
<i>Tabla 11. Presupuesto de Egresos: Servicios Básicos.....</i>	85
<i>Tabla 12. Presupuesto de Egresos: Gastos de Personal.....</i>	85
<i>Tabla 13. Presupuesto de Egresos: Suministros de Oficina.....</i>	86
<i>Tabla 14. Presupuesto de Egresos: Adecuaciones - Instalaciones.....</i>	86
<i>Tabla 15. Presupuesto de Egresos: Otros Gastos.....</i>	86
<i>Tabla 16. Flujo de Caja : Año 1.....</i>	89
<i>Tabla 17. Flujo de Caja : Año 2.....</i>	90
<i>Tabla 18. Flujo de Caja : Año 3.....</i>	91
<i>Tabla 19. Estados de Resultado.....</i>	92
<i>Tabla 20. Balance General.....</i>	93

INDICE FIGURAS

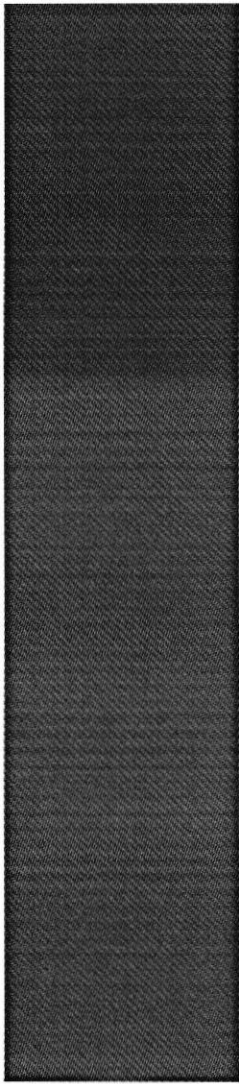
<i>Figura 1. Constitución del Mercado.....</i>	<i>5</i>
<i>Figura 2. Participación Principales Competidores.....</i>	<i>12</i>
<i>Figura 3. Presentación del Producto.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 4. Logotipo.....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 5. Empaque.....</i>	<i>41</i>

RESUMEN

El presente documento expone una Solución de Negocios para la compañía Matamoros Car, empresa dedicada a la compra y venta de vehículos usados.

La solución propuesta es la implementación de un sitio Web en el Internet llamado MatCar, que permite realizar la compra y venta de los vehículos que la empresa posee, los 7 días de la semana las 24 horas del día, permitiendo almacenar datos de sus visitantes y realizar un seguimiento a futuros clientes.

Éste documento soporta un análisis de la empresa, su situación actual, así como un estudio completo a nivel administrativo y financiero con la implementación del sitio web, mostrando un mayor beneficio para la compañía desde la perspectiva económica y una mayor captación de clientes potenciales.



CAPÍTULO 1.

La Empresa y su Producto

En este capítulo, se da una breve reseña histórica de la empresa y su situación actual.



CAPÍTULO 1

LA EMPRESA Y SU PRODUCTO

1.1 ANTECEDENTES

Matamoros Car, Compra y Venta de vehículos. Fue creada en el mes de enero del 1993 por el Sr. Carlos Matamoros Reyes, como una empresa seria y responsable dentro del mercado automotriz en el que se desarrolla. La compañía nació como un negocio familiar, que ofrece a los guayaquileños la oportunidad de adquirir vehículos usados en excelente estado y a precios módicos para la total comodidad de sus clientes. El negocio surge como una oportunidad en el mercado en donde la demanda de vehículos bajo esta característica ha crecido durante los últimos años y se estima sea muy rentable.

1.2 HISTORÍA DE LA EMPRESA Y SITUACIÓN ACTUAL

Matamoros Car, tiene 12 años en el mercado de vehículos, opera en la ciudad de Guayaquil en la Av. Juan Tanca Marengo frente al Mall del Sol, creada con el objetivo de brindar a sus clientes una diferente gama de automóviles, que se adapten a sus necesidades, que pueden ser adquiridos con facilidades de pago y a los precios más económicos del mercado.

La compañía tiene una amplia cobertura, ya que sus planes promocionales y sus estrategias de Ventas les permiten captar de esta manera una buena cantidad de clientes potenciales.

Como Opera.

La forma de operar de la empresa cuando requiere la compra de un vehículo es la siguiente: se realizan revisiones diarias de los principales medios de comunicación donde las personas publican la venta de sus automotores, de esta forma la compañía se pone en contacto con el propietario para ver la posibilidad de llegar a un acuerdo de negocio, previa la adquisición se hacen las revisiones necesarias en talleres especializados de la empresa, si los resultados son favorables se procede a realizar la compra del mismo.

Luego de esto la empresa registra el auto dentro de su inventario y procede a realizar la venta de los vehículos que tiene en su haber, para lo cual recurre a los principales medios de comunicación, ya sea radio o presentado publicidades en los periódicos de mayor acogida de la ciudad.

Situación Actual de la Empresa

Actualmente la empresa lleva sus registros en carpetas y libros lo que causa en ocasiones perdidas de información de sus clientes, no cuenta con un sistema que les

permita llevar un control de las ganancias reales de la empresa y sus utilidades obtenidas durante los últimos años.

Cuanta con un computador en el cual se hace uso de Office para realizar los diferentes oficios o cartas y para llevar un control en una hoja de Excel de las ventas realizadas en el año.

Problemas de la Situación Actual.

Al no contar con un sistema informático y llevar los registros en documentos manuales tanto de sus clientes como de sus ventas, se torna difícil poder obtener en forma oportuna la información necesaria para realizar un contacto inmediato, existen documentos que se traspapelan lo cual hace perder la oportunidad de poder realizar un negocio potencial y obtener ganancias para la empresa.

No existe un sistema que permita consultar información relevante de manera automática, por ejemplo listar los clientes que deseen vender sus vehículos, con sus respectivos precios, consultar los teléfonos y direcciones principales de los clientes, obtener información detallada de los vehículos a vender, etc.

La falta de información provoca en el negocio muchas veces perder la oportunidad de realizar una compra o venta potencial, lo cual ocasiona disminuciones considerables en las utilidades de la compañía. No se tiene a la mano un sistema que

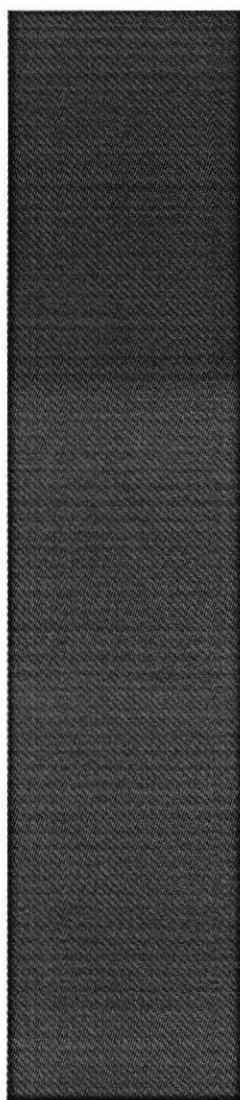
registre una lista de vehículos que el negocio desee adquirir, sin necesidad de consultar en los periódicos o a expensas de encontrar anuncios de ventas.

1.3 MISION

Satisfacer las necesidades del mercado automotriz a través de la compra y venta de vehículos usados a personas naturales o jurídicas, utilizando como medio promocional la INTERNET, ofreciendo siempre el mejor producto a mejores precios.

1.4 VISION

Ser la empresa con mayor venta de vehículos usados de diferentes marcas a nivel nacional.



CAPÍTULO 2.

Producto y Mercado

En este capítulo, se da una descripción completa del producto y su relación con el mercado actual en el Ecuador.

CAPÍTULO 2

PRODUCTO Y MERCADO

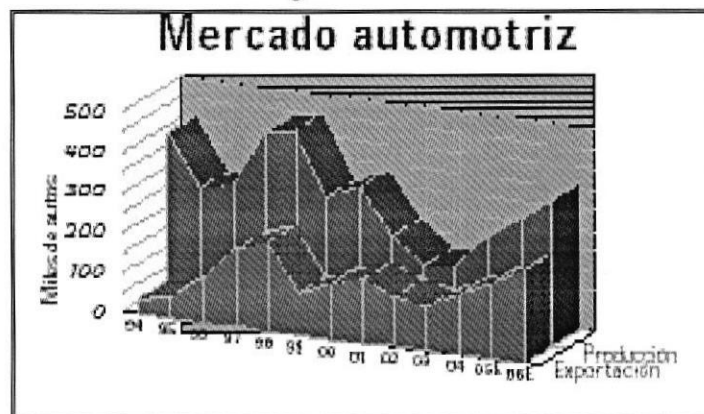
2. ANALISIS DE MERCADO

2.1 CONSTITUCIÓN DEL MERCADO

El mercado al que pertenece nuestra empresa, es el automotriz, la industria que más creció durante el 2004 y probablemente sea la que más haya crecido en el 2005 y la que más crezca en el 2006. Es uno de los sectores donde hay compromisos de inversión por parte de muchas empresas.

La producción alcanzó el nivel más alto de los últimos cinco años, y las exportaciones crecieron en el 2005 en un 33% respecto al 2004 a nivel mundial, lo que contribuyó para que la empresa pueda adquirir sus vehículos a un buen precio.

Figura #1



Fuente: www.eluniverso.com – Diciembre 2005

El mercado interno también creció un 32,4% y la importación de autos sigue batiendo récord

Nuestros compradores

✓ *Son las personas que tengan la necesidad de **comprar** un vehículo usado, sea esto por diferentes circunstancias :*

- *Personas que viajan constantemente dentro y fuera de la ciudad.*
- *Personas que requieran movilizarse en la ciudad para fines laborales y/o personales.*
- *Personas que requieran de un nivel de comodidad en su estilo de vida.*

✓ *Son las personas que tengan la necesidad de **vender** su vehículo, sea esto por diferentes circunstancias ; entre las más importantes:*

- *Necesidad económica.*
- *Liquidez monetaria.*

2.2 ENTE REGULADOR

El ente regulador de nuestra actividad es la Superintendencia de compañías.

Las compañías nacionales y las sucursales de compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, y las asociaciones que éstas

formen cuyos activos excedan del monto que fije por Resolución la Superintendencia de Compañías, deberán contar con informe anual de auditoría externa sobre sus estados financieros.

Tales estados financieros auditados se presentarán obligatoriamente para solicitar créditos a las instituciones que forman parte del sistema financiero ecuatoriano, negociar sus acciones y obligaciones en Bolsa, solicitar los beneficios de las Leyes de Fomento, intervenir en Concursos Públicos de Precios, de Ofertas y de Licitaciones, suscripción de contratos con el Estado y declaración del impuesto a la renta.

2.3 POSIBILADES DE IMPLEMENTACION Y ÉXITO DEL PROYECTO

Dentro de la cultura ecuatoriana existen muchas maneras tradicionales de dar a conocer a los consumidores los productos y/o servicios que se encuentran a la venta, existen por ejemplo, los medios escritos, radiales y televisivos; sin embargo estos medios son limitados en cuanto a la cantidad de información que se difunde acerca del producto que se promociona, estos límites son eliminados en la llamada "Autopista de la Información", y es por eso que decidimos poner a disposición de los ecuatorianos un sistema de consulta sobre uno de los artículos de mayor movimiento en la economía del país como son los vehículos, un sistema que sea confiable,

interactivo, personalizado, y que este disponible las 24 horas del día y los 365 días del año.

Así nace www.MatCar.com, un medio diseñado únicamente para promocionar vehículos, que explota todos los atributos del Internet en beneficio de los usuarios, otorgándoles toda la información que necesitan conocer para determinar que auto se adapta mejor a sus necesidades.

www.MatCar.com se consolidará entre todo el público como el medio de consulta de todos los vehículos que la empresa ofrece al público y, por ello será el medio más utilizado para promocionar un auto y todo lo relacionado a este, pues el usuario encontrará un sin número de servicios que le facilitan la tarea de adquirir o vender cualquier producto relacionado con autos.

Ventajas:

- ***Penetración absoluta.*** *Con el sitio web previsto la empresa asegura su presencia en las diferentes ciudades del Ecuador Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta, Portoviejo, Quevedo, Babahoyo, Sto. Domingo, Tulcán, Ibarra, Machala, Loja, Azogues, Latacunga, Guaranda, Salinas y también a nivel internacional.*
 - *Obviamente y como no podía ser de otra manera, al publicar en el sitio web los vehículos podrán ser vistos por nuestro alto y constante flujo de*
-

visitantes en búsqueda de carros y por aquellos visitantes que deseen vender sus automotores

- *No tiene que dejar su vehículo en patio alguno para publicar con nosotros. Ud. lo sigue manejando mientras este se vende solo.*
- *Los vehículos (con foto) se exhiben **TODO EL TIEMPO**, las 24 horas, los 365 días del año. No importa si es de noche, fin de semana o feriado.*

2.4 RESTRICCIONES O BARRERAS

Entre las restricciones para la implementación del sitio web encontramos los siguientes puntos:

- ✓ *Puesto que la empresa no cuenta con un proveedor propio de publicación de sitios web, la compañía debe contratar un proveedor de servicios de internet (ISP) por lo cual si existen inconvenientes con dicho proveedor sea que el ancho de banda ofrecido sea limitado o que surjan problemas en el servidor del proveedor el sitio web tendrá limitaciones en cuanto a accesibilidad y estabilidad.*
-

- ✓ *El temor o desconfianza de los clientes potenciales al realizar transacciones en el Internet sea por temor a estafas, robos, mucho depende de la cultura a nivel país.*

 - ✓ *No todos los clientes poseen acceso al Internet lo cual limita el uso del sitio y por ende se pierde la oportunidad de realizar una negociación.*

 - ✓ *Nuestro medio no está acostumbrado a comprar autos “solo” por Internet, les gusta ver el carro, probarlo, etc.*
-

2.5 PRINCIPALES EMPRESAS Y PARTICIPACION ESTIMADA DEL MERCADO ACTUAL

Entre los principales competidores tenemos las siguientes empresas:

AUTOMOTORES Y ANEXOS

Av. Juan Tanco Marenco Km. 2 1/2
EQUADOR - Guayas, Guayaquil
Teléfonos: (593)(4)2246606

AUTO IMPORTADORA GALARZA

*Crédito Directo Inmediato – Reciben el vehículo usado como parte de pago – Poseen Vehículos, Talleres y Repuestos.
Av. de las Américas y Presidente Jaime Roldós Aguilera
EQUADOR - Guayas, Guayaquil
Teléfonos: (593)(4)2140282*

AUTOLASA

Av. Pedro Menéndez Gilbert y Av. Carlos L. Plaza Darín
EQUADOR - Guayas, Guayaquil
Teléfonos: (593)(4)2282170

AUTOMALL

*Compra, venta, consignación, vehículos nuevos y usados, financiamiento.
Av. Miguel H Alcivar y Cl Nahim Isaias Esq.
EQUADOR - Guayas, Guayaquil
Teléfonos: (593)(4)2680299*

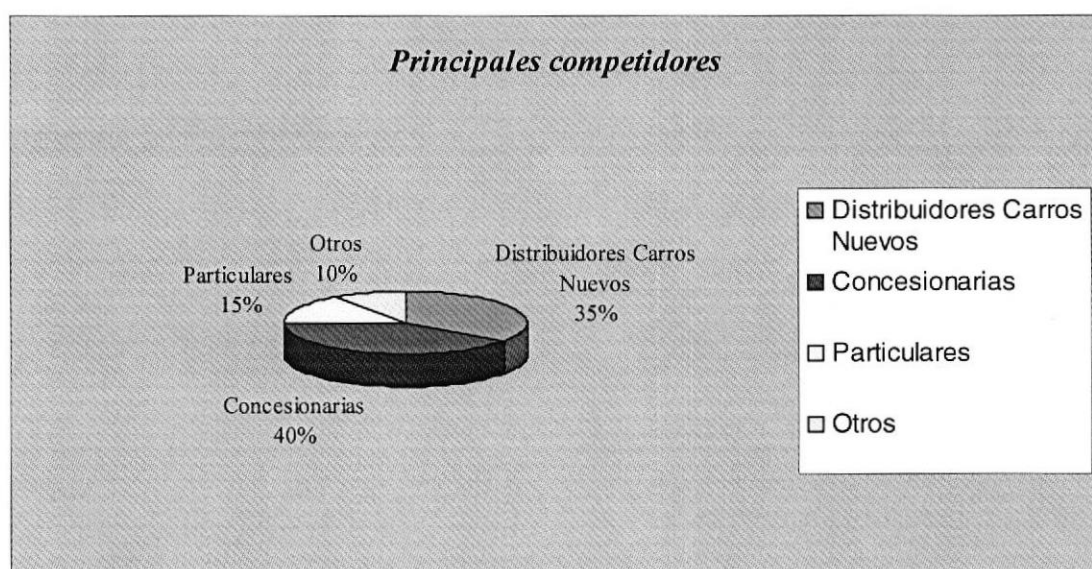
AUTOSOL

Km. 1 Av. Juan Tanca Marengo
ECUADOR - Guayas, Guayaquil
Teléfonos: (593)(4)2396900

PERSONAS PARTICULARES**OTROS**

La participación estimada del mercado lo indica la siguiente gráfica:

Figura #2



Fuente: Diario El Universo 2005



CAPÍTULO 3.

Estrategias de Mercado

En este capítulo, se dan a conocer las estrategias para el lanzamiento, comercialización, promoción y distribución del producto así como un completo análisis tanto administrativo, legal, social y financiero de su situación en el mercado.

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA

La empresa actualmente es una empresa pequeña que busca abrirse paso en el sector y cuenta con un local propio en donde desarrolla sus operaciones, existe mucha competencia en el mercado, sobre todo sus más grandes competidores son las concesionarias de vehículos nuevos quienes tienen planes de financiamiento a largo plazo muy agresivos y que captan a su vez vehículos usados como parte de pago.

3.1. RECURSOS CUALIFICADOS DISPONIBLES.


3.1.1 RECURSOS HUMANOS:

La empresa actualmente está operando en el mercado desde hace varios años durante los cuales ha crecido a paso lento pero ha mantenido sus operaciones con relativo éxito lo que le ha permitido pensar en ampliar su mercado.

Actualmente cuenta con:

- *Gerente Administrativo.*
- *Gerente de Ventas y Cobranzas.*
- *Secretaria de Gerencia.*
- *Mecánico.*
- *Asistente de ventas y cobranza*
- *Guardia de seguridad*

3.1.2 ANÁLISIS DE EQUIPO DE TRABAJO.

	<h2>MATAMOROS CAR</h2>
<h3>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</h3>	
<h4>CARGO: GERENTE ADMINISTRATIVO</h4>	
<p><i>Plazas</i></p> <p><i>Ubicación</i></p> <p><i>Nivel</i></p> <p><i>Contratación</i></p> <p><i>Ámbito de operación</i></p> <p><i>Relaciones</i></p> <p><i>Subordinados</i></p>	<p>: 1</p> <p>: Guayaquil</p> <p>: Primero</p> <p>: Fijo</p> <p>: Cargo administrativo</p> <p>: Alta Gerencia</p> <p>: Gerente de Ventas y Cobranzas Secretaria de Gerencia</p>
<h4><i>FUNCIONES ESPECÍFICAS</i></h4>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Su objetivo general es administrar la empresa</i> ▪ <i>El gerente administrativo coordina con sus superiores las operaciones a realizarse en la empresa para así tener la buena planificación, y comunicación a sus subordinados.</i> 	
<h4><i>CARACTERISTICAS</i></h4>	
<p><i>Motivación para dirigir</i></p>	
<p><i>Inteligencia</i></p>	
<p><i>Capacidad de análisis y de síntesis</i></p>	

Capacidad de comunicación

Dotes de psicología

Dotes de mando

Capacidad de trabajo

Espíritu de lucha

Perseverancia y constancia

Fortaleza mental y física

Capacidad de liderazgo

Integridad moral y ética

Espíritu crítico

Fecha Elaboración:

22/Marzo/2006

Fecha Última Revisión:

22/Marzo/2006

Fecha Aprobación:

22/Marzo/2006

Elaborado Por:


*Victor Carabajo
Natividad Mantilla
Jorge Rivera*

Revisado Por:

Dr. Gustavo Galio.

Aprobado Por:

Dr. Gustavo Galio.

	<h2>MATAMOROS CAR</h2>
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
CARGO: GERENTE DE VENTAS Y COBRANZAS	
<p> <i>Plazas</i> : 1 <i>Ubicación</i> : Guayaquil <i>Nivel</i> : Segundo <i>Contratación</i> : Fijo <i>Ámbito de operación</i> : Cargo administrativo <i>Relaciones</i> : Gerente Administrativo <i>Subordinados</i> : Asistente de Ventas y Cobranza Vendedores </p>	
<p><i>FUNCIONES ESPECÍFICAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Responsable de un determinado número de vendedores.</i> ▪ <i>Realiza el control de la gestión de los vendedores</i> ▪ <i>Se encarga de la formación del personal del departamento.</i> ▪ <i>Elabora informes cuantitativos y cualitativos con respecto a las ventas.</i> ▪ <i>Analiza el material soporte para las ventas, en colaboración con el área de marketing.</i> 	
<p><i>RESPONSABILIDADES</i></p> <p><i>Tareas Principales</i></p>	

- *Determinación de las cuotas de venta, de los miembros del equipo*
- *Supervisión y control de los vendedores*
- *Control de actuación en equipo*
- *Elaboración de informes de la actividad del equipo*
- *Supervisión de tareas administrativas: Partes, contratos, cobros, citas, los objetivos de ventas propios*

Tareas Secundarias

- *Formación sobre el terreno de los vendedores*
- *Motivación individualizada de los integrantes del equipo*
- *Control de carácter de clientes (atención especial fidelización)*
- *Visitas a clientes importantes*


Tareas Ocasionales

- *Gestión de impagados, en última instancia es su responsabilidad*
- *Tratamiento de reclamaciones con respecto a ventas - clientes*

Condiciones de trabajo

Generalmente en salas colectivas, computadora adecuada para manejo de bases de datos.

Fecha Elaboración: 22/Marzo/2006	Fecha Última Revisión: 22/Marzo/2006	Fecha Aprobación: 22/Marzo/2006
Elaborado Por: Victor Carabajo Natividad Mantilla Jorge Rivera	Revisado Por: Dr. Gustavo Galio.	Aprobado Por: Dr. Gustavo Galio.

	<h1>MATAMOROS CAR</h1>
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
CARGO: SECRETARIA DE GERENCIA	
<p> <i>Plazas</i> : 1 <i>Ubicación</i> : Guayaquil <i>Nivel</i> : Tercero <i>Contratación</i> : Temporal <i>Ámbito de operación</i> : Operativo <i>Relaciones</i> : Gerencia Administrativa <i>Subordinados</i> : Ninguno </p>	
<p><i>FUNCIONES ESPECÍFICAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Redactar.</i> ▪ <i>Programar reuniones.</i> ▪ <i>Presentar visitas.</i> ▪ <i>Mantener archivos de la Gerencia de Recursos Humanos de la organización.</i> 	
<p><i>CARACTERISTICAS</i></p> <p><i>Tareas Principales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Recibir.</i> ▪ <i>Clasificar y distribuir correspondencia, relaciones e impresiones</i> 	

anotando su devolución y archivarlo.

- *Redactar correspondencia y textos.*
- *Devolver textos y asuntos básicos recibidos, para fines de correspondencia y recopilación de relaciones.*


Tareas Secundarias

- *Contestar el teléfono*
- *Revisar correo electrónico y contestarlo.*
- *Enviar correspondencia a través del mensajero.*
- *Organizar y mantener archivos de documentos y cartas generalmente confidenciales, agenda y registros, determinando su localización, cuando sea necesario.*
- *Prevenir oportunamente necesidades básicas del componente como: material de escritorio, servicios generales, facilidades, requisitos, pedidos, atendiendo a actuar en cargos menores que constituyen detalles de la tarea del superior realizando sugerencia y ayudándole.*
- *Enviar fax.*

Tareas Ocasionales

- *Acompañar a su superior en reuniones*

Fecha Elaboración: 22/Marzo/2006	Fecha Última Revisión: 22/Marzo/2006	Fecha Aprobación: 22/Marzo/2006
Elaborado Por: Victor Carabajo Natividad Mantilla Jorge Rivera	Revisado Por: Dr. Gustavo Galio.	Aprobado Por: Dr. Gustavo Galio.

	<h1>MATAMOROS CAR</h1>
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
CARGO: MECÁNICO	
<p><i>Plazas</i></p> <p><i>Ubicación</i></p> <p><i>Nivel</i></p> <p><i>Contratación</i></p> <p><i>Ámbito de operación</i></p> <p><i>Relaciones</i></p> <p><i>Subordinados</i></p>	<p>: 1</p> <p>: Guayaquil</p> <p>: Tercero</p> <p>: Temporal</p> <p>: Operativo</p> <p>: Gerente Administrativo</p> <p>: Ninguno</p>
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Se encarga de administrar y llevar el control de los procesos referentes al mantenimiento de los vehículos.</i> ▪ <i>Controlar los costos de los automotores que son vendidos en la empresa, y debe rendir cuenta al jefe de sus acciones.</i> 	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Requerimientos de Educación	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Conocimiento de la tecnología de los vehículos y de las herramientas empleadas.</i> 	

Experiencia

- *Debe tener una experiencia de por lo menos 2 años.*

Requerimientos de personalidad

- *Buena comunicación y desenvolvimiento, saber trabajar en equipo.*


Condiciones de trabajo

- *Fuera de oficinas, específicamente en el patio de mantenimiento.*
- *Sus actividades requieren de esfuerzo físico moderado.*

Riesgos

- *Presenta riesgos mínimos de trabajo debido al manejo de herramientas y repuestos pesados.*

Fecha Elaboración: 22/Marzo/2006	Fecha Última Revisión: 22/Marzo/2006	Fecha Aprobación: 22/Marzo/2006
Elaborado Por: Victor Carabajo Natividad Mantilla Jorge Rivera	Revisado Por: Dr. Gustavo Galio.	Aprobado Por: Dr. Gustavo Galio.

	<h1>MATAMOROS CAR</h1>
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
CARGO: ASISTENTE DE VENTAS Y COBRANZAS	
<p> <i>Plazas</i> : 1 <i>Ubicación</i> : Guayaquil <i>Nivel</i> : Segundo <i>Contratación</i> : Fijo <i>Ámbito de operación</i> : Gerente de Ventas y Cobranza <i>Relaciones</i> : Gerente de Ventas y Cobranza <i>Subordinados</i> : Ninguno </p>	
<p><i>FUNCIONES ESPECÍFICAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Se encarga de las recaudaciones de los pagos realizados por los clientes.</i> ▪ <i>Es el encargado de mantener contacto con los clientes y receptor los pagos de los clientes.</i> 	
<p><i>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</i></p> <p><i>Requerimientos de Educación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Conocimientos básicos de Servicio al Cliente.</i> 	

Requerimientos de personalidad

- Buena comunicación y relaciones personales
- Respeto y excelente trato con los clientes.

Condiciones de trabajo

- En algunos momentos en una oficina de trabajo y en otros fuera de la empresa.

Esfuerzo físico

- La actividad requiere de mediano esfuerzo físico debido a las visitas que debe efectuar al cliente.

Riesgos

- Presenta riesgos de trabajo medios, debido al manejo de dinero en efectivo o documentos.

Fecha Elaboración: 22/Marzo/2006	Fecha Última Revisión: 22/Marzo/2006	Fecha Aprobación: 22/Marzo/2006
Elaborado Por: Victor Carabajo Natividad Mantilla Jorge Rivera	Revisado Por: Dr. Gustavo Galio.	Aprobado Por: Dr. Gustavo Galio.

3.1.3 CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE REQUERIMIENTOS EMERGENTES:

Nuestra empresa está en capacidad de hacer frente a cualquier requerimiento emergente que se presente por problemas en el funcionamiento de nuestro sitio Web.

- ✓ *Nuestro proveedor dispone de capacidad de comunicación satelital desde y hacia cualquier punto de América Latina, lo que nos permite interconectar cualquier sitio dentro del territorio ecuatoriano a cualquier parte del mundo.*

 - ✓ *Soporte Técnico 24x7x365.*

 - ✓ *Además dispone de capacidad de comunicación por medios terrestres tales como fibra óptica, par de cobre o microondas a nivel nacional. Las salidas internacionales están conectadas a nodos ATM que van a través de un backbone de fibra óptica para garantizar confiabilidad y rapidez de conexión hacia cualquier parte del mundo.*

 - ✓ *Cuenta con capacidad de interconexión en el NDLA (Núcleo de las Américas) con lo cual esta en capacidad de ofrecer soluciones integrales de interconexión a nivel panamericano y mundial.*
-

3.2 FUNCIÓN DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS / SITIOS WEB ACTUALES.

3.2.1 SISTEMAS INFORMÁTICOS/SITIOS WEB QUE EXISTEN EN EL MERCADO:

Actualmente, en el mercado nacional no se ha implementado un sitio web dedicado a la compra y venta de vehículos usados con el que los usuarios puedan interactuar con los vendedores. En éste punto el sitio Web de Matamoros Car, le permitirá al usuario publicar su vehículo a través del portal, para darlo a conocer a las personas que requieran comprar un auto usado, o a su vez adquirir un automóvil del patio de carros de la compañía.

La tendencia en desarrollo de sitios web es la de hacerlo con Software libre (llamados también Open Source) pues existen varias soluciones de uso libre disponibles en el mercado. Las ventajas de usar una solución de software libre están perfectamente ejemplificadas por el uso generalizado de aplicaciones como el sistema operativo Linux, el servidor Web de Apache, MySQL y otros productos en este sector que han ganado enorme credibilidad en el mercado.

También hablaremos del posicionamiento en buscadores pues en el afán de emplear esta tecnología para hacer frente a la competencia, muchas empresas se han apresurado en incorporar a Internet a su arsenal de herramientas de mercadotecnia

3.3. CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA

3.3.1. PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE ACTUALMENTE BRINDAN LAS EMPRESAS.

Las empresas que se dedican a la compra y venta de vehículos usados, no han desarrollado una estrategia de publicidad adecuada, por lo que los clientes desconocen muchas veces de su existencia.

En lo personal hemos coincidido en que la empresa que ofrece ésta clase de servicios y quien ha tenido una publicidad más desarrollada es AUTOSOL, ésta a su vez es una de las pocas compañías que posee un Sitio Web en el Internet, pero éste es sólo informativo.

En general el servicio que Matamoros Car presta a sus clientes es bastante bueno debido a la rigurosa y exhaustiva revisión de los vehículos previa la negociación, en donde el cliente conoce en forma precisa de las condiciones electromecánicas del mismo.

El servicio que brinda la competencia muchas veces es incompleto, pues no satisfacen su totalidad las expectativas de los clientes, pues muchas veces, no se responsabilizan por las condiciones en que venden los vehículos, si los mismos poseen deudas con terceros, si están asegurados o no, si son de procedencia dudosa,

etc, por ejemplo las personas que realizan la compra y venta informales de vehículos en ciertos puntos de la ciudad o aquellas que simplemente pegan sus anuncios en la parte posterior de sus vehículos.

3.3.2. TENDENCIA DEL MERCADO EN RELACIÓN AL SERVICIO

Entre las cosas que se han implementado en la actualidad como valores agregados es:

- ✓ Diversos Planes de Financiamiento para comodidad del cliente.*
- ✓ Se presenta al cliente una gran variedad de vehículos a escoger entre marcas y modelos.*
- ✓ Ofrecer los vehículos con Seguro Incluido.*

3.3.3. OPORTUNIDADES EN DESARROLLO DE VALORES AGREGADOS

Entre las cosas que se pueden implementar como valor agregado tenemos:

- ✓ Ofrecer garantías sobre el mantenimiento del vehículo, dependiendo del kilometraje consumido.*
-

- ✓ *Con la implementación de un sitio Web, se ofrece al cliente la posibilidad de vender su vehículo, registrándolo en el sistema, sin necesidad de acercarse a la compañía, para ofrecerlo.*

- ✓ *Ofrecer los vehículos con Sistema de Alarmas incluido.*

- ✓ *Proporcionar al cliente información de posibles servicios o productos que necesitaré a futuro, por ejemplo: una empresa que brinde al cliente el servicio de limpieza del vehículo, mantenimiento del mismo, pintura, balanceo, la venta de sus refacciones etc.*

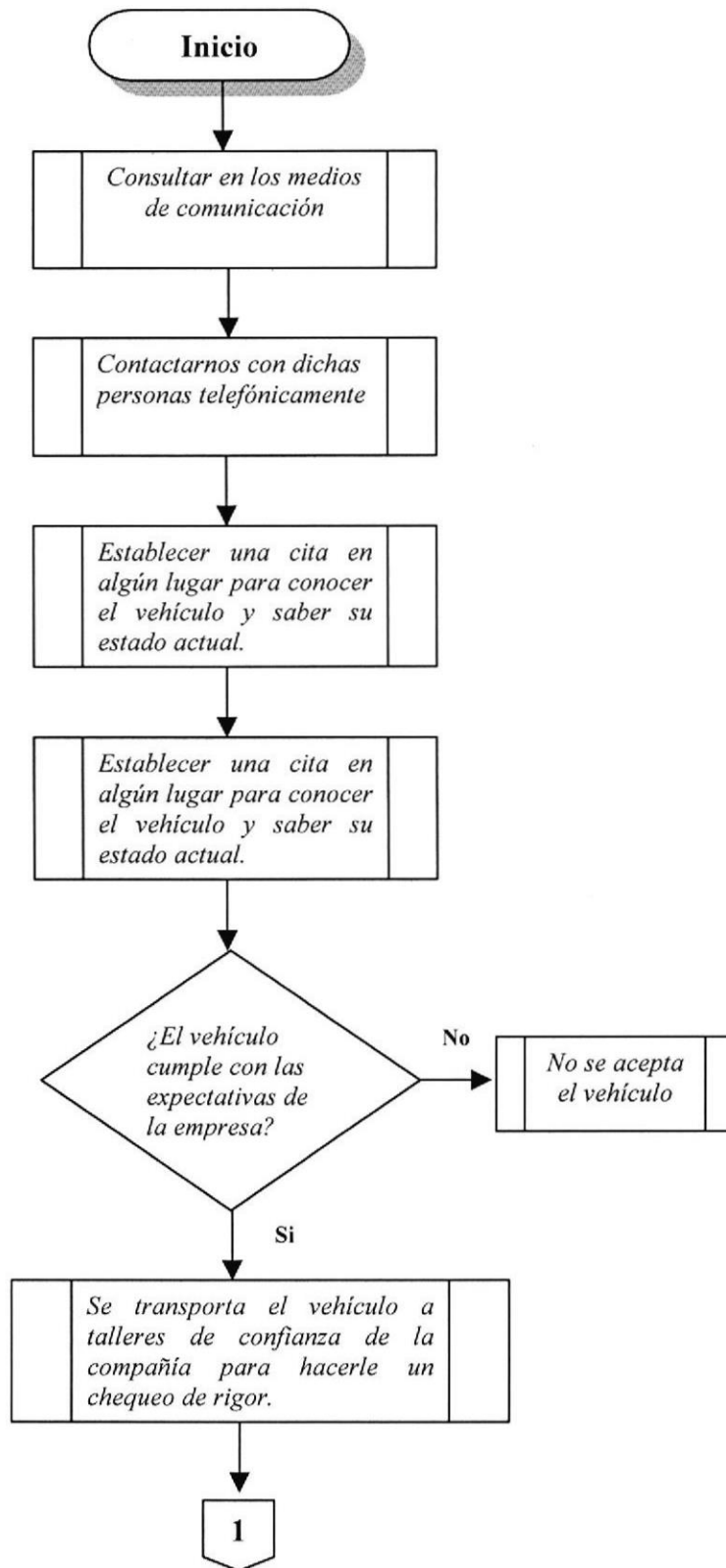
3.3.4. CICLOS DEL SERVICIO

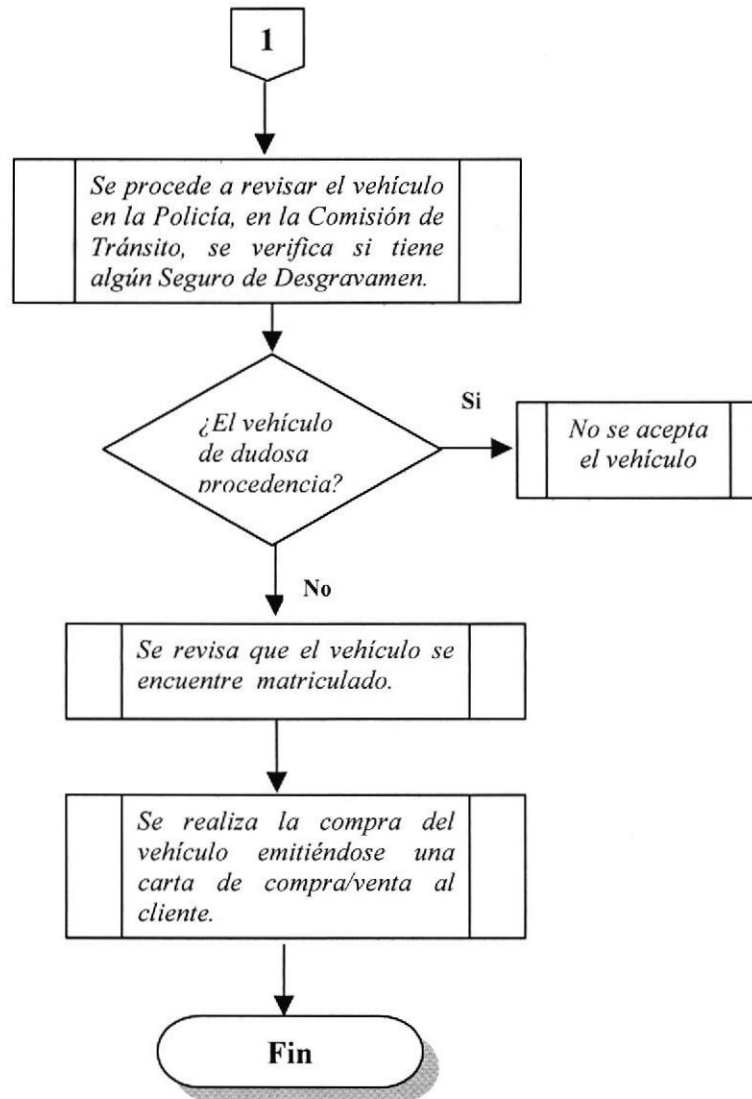
Entre los ciclos de servicios que la empresa lleva se encuentran la compra de vehículos y la venta de vehículos.

- ✓ *Ciclo para la compra de Vehículos.*
 - ✓ *Ciclo para la Venta de Vehículos.*
-

Ciclo para la compra de Vehículos:

- ✓ *Consultar en los medios de comunicación, ej: periódicos, las personas que deseen vender sus vehículos.*
 - ✓ *Contactarnos con dichas personas telefónicamente.*
 - ✓ *Establecer una cita en algún lugar para conocer el vehículo y saber su estado actual.*
 - ✓ *Una vez que el vehículo cumpla con las expectativas de la empresa se lo transporta a talleres de confianza de la compañía para hacerle un chequeo de rigor.*
 - ✓ *Posteriormente se procede a revisar que el vehículo no sea de dudosa procedencia, se averigua en la Policía, en la Comisión de Tránsito, se verifica si el vehículo tiene algún Seguro de Desgravamen.*
 - ✓ *Se revisa que el vehículo se encuentre matriculado.*
 - ✓ *Se realiza la compra del vehículo emitiéndose una carta de compra/venta al cliente.*
-

Flujograma para la compra de Vehículos:



Ciclo para la Venta de Vehículos:

- ✓ *Se ofrecen los vehículos disponibles a través de comunicados en el periódico, en la radio o en los patios de la empresa.*

 - ✓ *Cuando un cliente se interesa en uno de los vehículos se contacta con nosotros y establece una cita.*

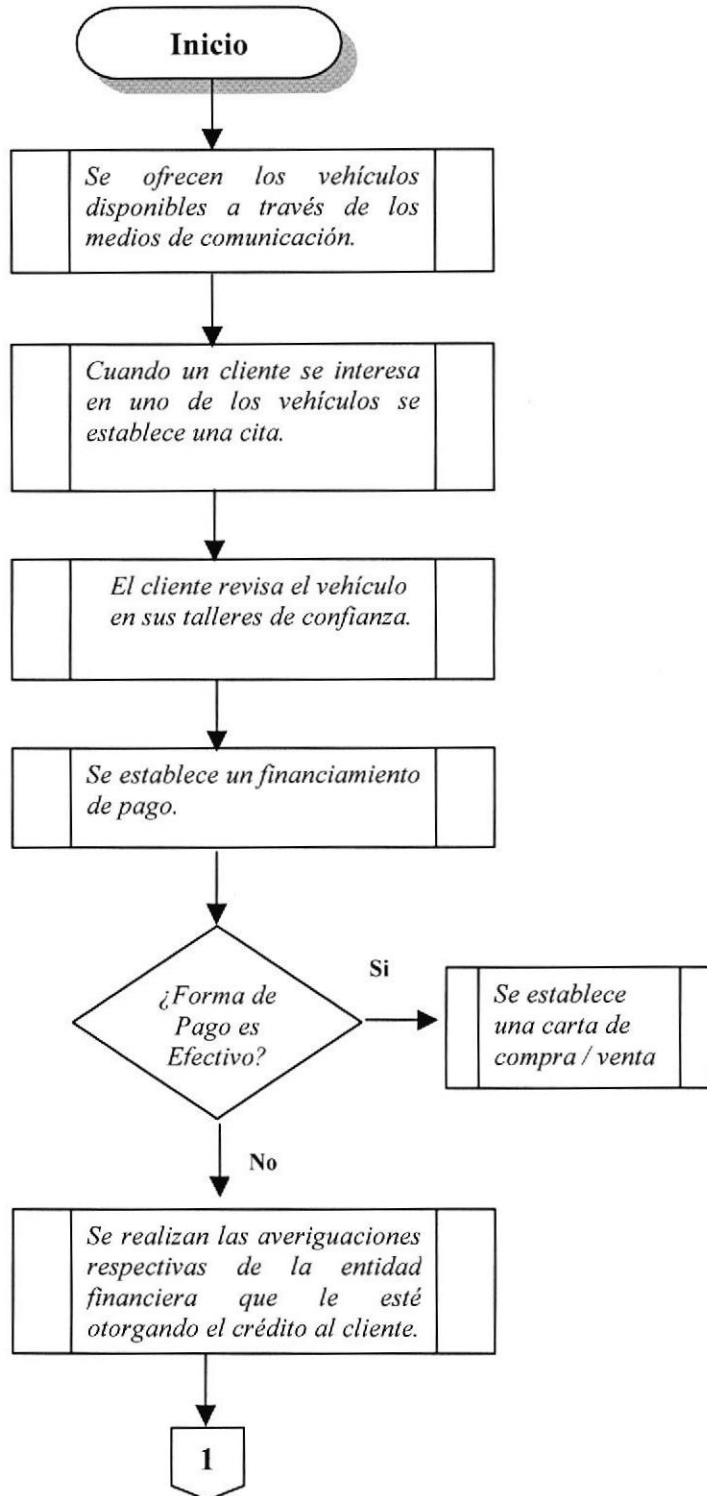
 - ✓ *El cliente revisa el vehículo en sus talleres de confianza para asegurarse del buen estado del mismo.*

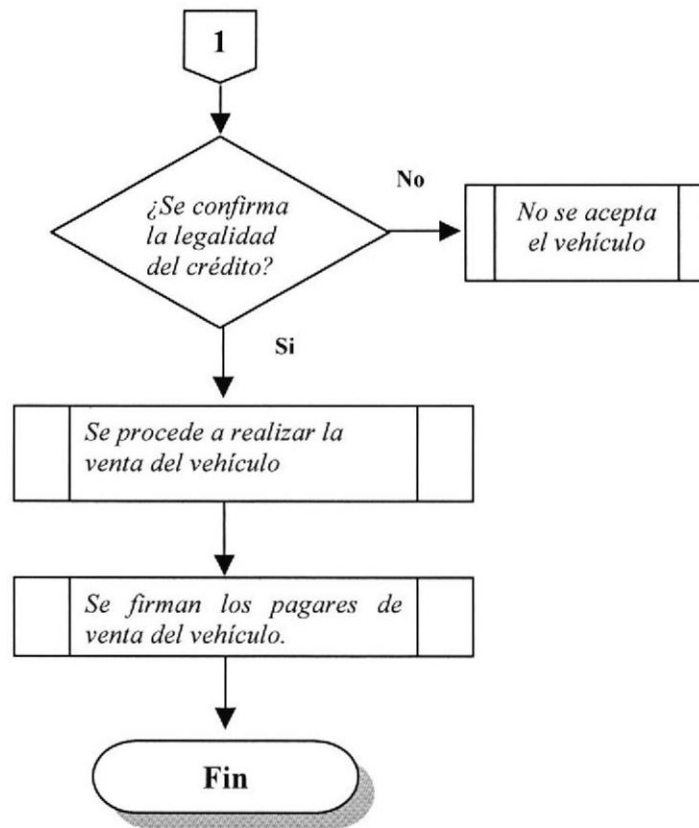
 - ✓ *Se establece un financiamiento de pago.*

 - ✓ *Si la forma de pago es Efectivo, se establece una carta compra / venta.*

 - ✓ *Si la forma de pago es Crédito se realizan las averiguaciones respectivas de la entidad financiera que le esté otorgando el crédito al cliente.*

 - ✓ *Una vez que la institución financiera confirma la legalidad del crédito, se procede a realizar la venta del vehículo y se firman los pagares de venta del vehículo.*
-

Flujograma para la Venta de Vehículos:



3.3.5. FUGAS DEL SERVICIO

Entre las fugas de servicio encontradas en la empresa tenemos:

- ✓ *La empresa no posee un sitio Web que permita dar a conocer a sus clientes los vehículos que se encuentran en venta y de esta forma captar un mayor mercado.*
 - ✓ *Falta de un plan de marketing que permita dar a conocer con mayor amplitud los servicios que ofrece la empresa a sus clientes.*
 - ✓ *Al no contar con un sistema se pierde información valiosa de los clientes que han realizado una compra o venta, es decir no se tiene una historia real de clientes a los cuales se pueda seguir contactando para realizar futuros negocios.*
 - ✓ *No se tienen estadísticas reales de las compras y ventas realizadas.*
 - ✓ *En ocasiones no se cumplen las citas pactadas puesto que por llevarlo de forma manual se traspapela el documento o el apunte de dicha cita.*
-

3.4. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.4.1. PRODUCTO / SERVICIO

MatCar es la solución Web, que permite a los clientes de Matamoros Car obtener el máximo provecho en sus inversiones de compra y venta de vehículos usados de manera Off-Line.

Únicamente con su registro en un formulario de inscripción dentro del sitio, el cliente podrá realizar las operaciones asociadas al mismo.

MatCar tendrá los siguientes atributos:

Accesibilidad.- *Queremos que sea accesible, es decir útil, en cualquier situación o circunstancia, incluso en aquellas que requieran planes de contingencia.*

Contar con información actualizada.- *Presentando a los clientes información reciente de Matamoros Car, creando así una imagen profesional ante ellos.*

Tener información completa.- *Un sitio con un completo contenido de información*

Presentación adecuada de la información.

Mejora continua de su presentación.

El sitio web será desarrollado con el lenguaje de script ASP(Active Server Pages)

Todo el contenido de la páginas se visualiza en la misma ventana, sin utilizar marcos, todo el formato de las páginas se desarrolla utilizando hojas de estilo CSS

MatCar contará con la seguridad requerida por la ley de comercio Electrónico para que los clientes realicen sus transacciones con la debida confianza y tranquilidad.

3.4.2. PUNTO DIFERENCIADOR Y BENEFICIOS

Con MatCar, los clientes mantendrán sus productos visibles las 24 horas del día y sin realizar esfuerzos gigantescos sus automotores podrán ser vendidos, sobre todo tendrán la capacidad de que nos puedan suministrar los datos primarios de los vehículos para poder hacer más ágil y efectiva la negociación.

MatCar será la solución para aquellas personas que por diferentes motivos desean vender sus automotores y no encuentran la manera de hacerlo.

A los clientes de Matamoros Car se les enviará periódicamente vía e-mail, una guía con los últimos modelos de automotores salidos a la venta en el país.

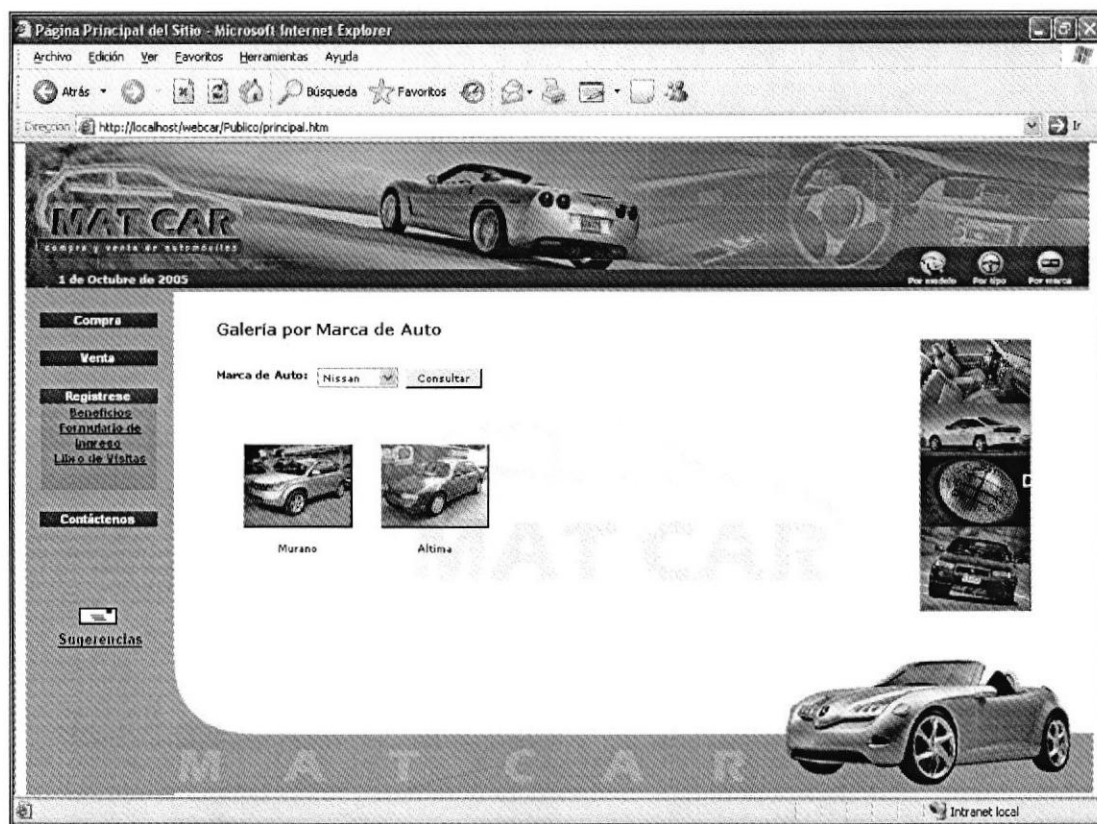
Los clientes de Matamoros Car tendrán garantía de que cumplimos con los plazos pautados. Ellos podrán exponer sus bienes desde cualquier lugar primeramente en la ciudad y posteriormente del país (y a cualquier hora, incluyendo días feriados).

Dichos clientes tendrán la tranquilidad de que todas sus operaciones se realizarán en el más estricto marco de confidencialidad.

MatCar podrá ser tomada en cuenta por los auspiciantes para promocionar sus productos ya que contaremos con espacios para promoción y publicidad.

3.4.3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Figura # 3



Página inicial de MatCar.

Empaque con el que MatCar será vendido a la empresa Matamoros Car

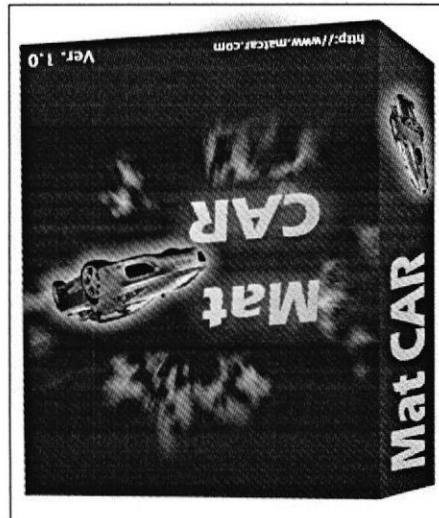


Figura # 5

3.4.3.2. EMPAQUE

Este logo será el se utilizará para crear una identificación de nuestro producto MatCar.



Figura # 4

3.4.3.1. LOGOTIPO

3.4.3.3. PRECIO

El precio establecido en la propuesta del sistema es el siguiente:

FASE			SEMANAS	COSTO SEMANA	COSTO TOTAL	COSTO FASE
ANÁLISIS			1	\$	\$	
1		Jefe de Proyecto		200.00	200.00	
1		Analista de Sistema		100.00	100.00	
Total fase de Análisis					\$ 300.00	
DISEÑO			3	\$	\$	
1		Jefe de Proyecto		200.00	600.00	
1		Diseñador Web		100.00	300.00	
Total fase de Diseño					\$ 900.00	
DESARROLLO			6	\$	\$	
1		Jefe de Proyecto		200.00	1,200.00	
1		Analista de Sistema		100.00	600.00	
5		Programadores		100.00	3,000.00	
Total fase de Desarrollo					\$ 4,800.00	
IMPLEMENTACIÓN			1	\$	\$	
1		Jefe de Proyecto		200.00	200.00	
1		Analista de Sistema		100.00	100.00	
1		Programadores		70.00	70.00	
1		Digitadores		35.00	35.00	
1		Técnico de Red		100.00	100.00	
Total Fase de Implementación					\$ 505.00	
TOTAL FASE OPERATIVA					\$ 6,505.00	

3.4.3.4. POSICIONAMIENTO Y PROMESA BÁSICA

MatCar será percibido como el sitio web vanguardista en el Ecuador con las siguientes características: un sitio de fácil funcionamiento para compra y venta de vehículos usados a través de INTERNET. En nuestro sitio se podrá mirar catálogos, cotizar rápidamente y realizar compras las 24 horas del día, los 365 días al año, solo se necesita un PC conectado a Internet y la clave de acceso personal.

“Compre y Venda su auto con un click...” esa es nuestra promesa básica.

3.4.3.5. SERVICIO Y VALORES AGREGADOS

MatCar ofrecerá a los clientes de su empresa:

- ✓ Acceso ilimitado al sitio web las 24 horas del día, los 365 días del año y podrá oportunamente recibir información sobre las promociones y/o descuentos que la empresa realice.*

 - ✓ Suscripción gratuita al sitio web. Con la suscripción sus clientes recibirán periódicamente vía email, una guía/catálogo con los últimos modelos de automotores salidos a la venta en el país.*
-

3.5. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

3.5.1. IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestra empresa se dirige al sector familiar, para mejorar el nivel de vida de nuestros clientes, y al sector industrial, para la adquisición de automotores con el fin de satisfacer las necesidades de transporte y traslado de material.

Nuestro mercado, está compuesto por las personas naturales y jurídicas libres para contratar y que tengan un nivel socio económico medio-alto, con una necesidad de comprar o vender automotores usados y en buenas condiciones de una manera sencilla y sin pérdida de tiempo.

3.5.2. GRUPO OBJETIVO PRIMARIO Y SECUNDARIO

El grupo objetivo primario está compuesto por las personas cuya necesidad de comprar y vender automotores sea imperiosa y vean a esto como una oportunidad de inversión.

El grupo objetivo secundario está compuesto por personas que serán utilizadas como intermediarios para hacer llegar el mensaje al primer grupo, aquellas que visiten el sitio web por curiosidad y las empresas que deseen hacer publicidad efectiva de sus productos a un segmento del mercado automotriz que utiliza este sitio web.

3.5.3. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Nuestro mercado en el Ecuador, no se encuentra totalmente explotado; ya que únicamente existen empresas que venden y compran automotores pero de la manera habitual, es decir los clientes se acercan a recabar información sobre los productos que ofrecen.

MatCar ofrecerá a los clientes de su empresa la comodidad de hacer la compra offline y la confianza de que el vehículo solicitado por el cliente será entregado de una manera ágil, segura y oportuna.

3.6 OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS Y FINANCIEROS.

3.6.1. OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS: CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

Metas a corto plazo:

- ✓ *Reunir auspiciantes.*

 - ✓ *Incrementar el número de anunciantes a 5 (centros de entretenimiento, gasolineras, etc).*

 - ✓ *Obtener anuncios publicitarios gratuitos o hipervínculos en 5 de las páginas Web más conocidas a nivel del Ecuador.*

 - ✓ *Enlaces directos al portal por medio de los principales buscadores.*

 - ✓ *Desarrollar estrategias de marketing electrónico.*

 - ✓ *Satisfacer las expectativas de los clientes de la compañía.*
-

Metas a mediano plazo:

- ✓ *Incrementar el número de anunciantes a 10 (centros de entretenimiento, gasolineras, etc).*

- ✓ *Llegar al 5% de nuestro mercado primario*

- ✓ *Incrementar el número de clientes potenciales en un 5%.*

Metas a largo plazo:

- ✓ *Poseer mayor variedad de marcas de vehículos disponibles para vender.*

- ✓ *Obtener un crecimiento del 4% anual en la participación del mercado.*

3.6.2. OBJETIVOS FINANCIEROS: CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

Los ingresos de nuestro sitio estarán dados en su gran mayoría por la publicación de los vehículos que nuestros clientes deseen vender a través de nuestro sitio Web.

Por los avisos publicitarios de las empresas que deseen hacer difusión efectiva de sus productos a un segmento del mercado automotriz que utiliza nuestro sitio Web.

Los objetivos financieros están dados en base a nuestras metas mercadológicas, que van de acuerdo a las características del mercado y sus proyecciones de crecimiento, a corto plazo se estima facturar un promedio de \$1,200.00 en el primer semestre con 5 anunciantes. A mediano plazo se observaría un promedio de \$3,600.00 a partir del año con 10 anunciantes. A largo plazo se estima facturar \$6,000.00 a partir del tercer año de ejercicio con 25 anunciantes.

Tabla # 1

Calculo Estimativo de Facturación de Anunciantes			
Tiempo	Valor Anual	Anunciantes	Total
A corto Plazo(1 año)	\$ 240.00	5	\$ 1,200.00
A Mediano Plazo(1- 3 años)	\$ 240.00	10	\$ 2,400.00
A Largo Plazo(3 años en adelante)	\$ 240.00	25	\$ 6,000.00

Así mismo se considera los ingresos obtenidos de los clientes que deseen publicar sus vehículos en nuestro sitio para su venta, a corto plazo se estima facturar un promedio de \$3,600.00 en el primer semestre con 30 publicaciones. A mediano plazo se observaría un promedio de \$7,200.00 a partir del año con 60 publicaciones. A largo plazo se estima facturar \$12,000.00 a partir del tercer año de ejercicio con 100 publicaciones.

Tabla # 2

Calculo Estimativo de Facturación de Servicio de Publicación de Vehículos puestos en venta			
Tiempo	Valor Anual	Cientes Anuales	Total
A corto Plazo(1 año)	\$ 120.00	30	\$ 3,600.00
A Mediano Plazo(1- 3 años)	\$ 120.00	70	\$ 7,200.00
A Largo Plazo(3 años en adelante)	\$ 120.00	100	\$ 12,000.00

La siguiente tabla muestra la fuente base para la estimación de los gastos por mantenimiento del sitio.

Tabla # 3

Servicio de Almacenamiento de Web Sites						
Plan	Megabytes Almacenados	Costo Mensual	Costo Semestral	Costo Anual	Cuentas FTP	FTP Anónimo
P1	5 Mb	N/A	N/A	\$120.00	SI	NO
P2	5 - 50 Mb	N/A	\$150.00	\$300.00	SI	SI
P3	50 - 150 Mb	\$45.00	\$270.00	\$540.00	SI	SI

Otros objetivos financieros de la compañía son:

- ✓ *Aumentar el Nivel de Ventas de la compañía en un 3%.*
- ✓ *Aumentar el rendimiento económico de Matamoros Car del 2% al 5%.*

- ✓ *Destinar el 30% de los recursos financieros a inversión*

3.6.3. PLAN DE CONTINGENCIA.

Para evitar posibles problemas con nuestro sitio Web, nuestro proveedor Hosting, debe de proporcionarnos una granja de servidores disponibles, por si llegase a presentar inconvenientes el servidor principal, los sitios web deben redireccionarse automáticamente al servidor o a las servidores alternos, evitando posibles caídas del sitio.

A Continuación detallamos los parámetros de control utilizados para Monitorear Niveles de Satisfacción.

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Debido a que nuestro mercado es de grandes alcances y disperso, se realizarán encuestas en el mismo sitio que permitirán evaluar el nivel de satisfacción así como nuevas sugerencias para su constante actualización.

CONTADOR DE VISITAS

Un contador de visitas en la pagina permitirá contabilizar la demanda de la misma; un constante incremento en las visitas o accesos refleja la aceptación y satisfacción estándar de la pagina Web por parte del mercado.

Cabe recalcar que no podemos hablar de niveles porcentuales de satisfacción ya que el contador refleja cifras de entradas, más no la opinión real del mercado sobre la misma.

BUZON ELECTRÓNICO DE SUGERENCIAS

El buzón de sugerencias es otra alternativa para conocer los niveles de satisfacción del mercado e incluso de su aceptación de una manera más directa y real pero muy limitado por la escasez de respuesta a este por parte del mercado.

Nuestro correo electrónico es: sugerencias@matcar.com

CAPÍTULO 3

ESTRATEGIAS DE MERCADO

4. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO.

4.1 LANZAMIENTO DE MATCAR

Se realizará el lanzamiento formal del nuevo sitio www.MatCar.com en prensa escrita, mediante anuncios publicitarios, también llevaremos a cabo un evento de presentación del producto, en el Hotel Ramada de la ciudad de Guayaquil para lo cual se otorgarán invitaciones personalizadas a nuestros clientes tradicionales y personas allegadas a la empresa, y así dar a conocer nuestra incursión al mundo de Internet.

Así también se invitará a los medios de comunicación: Radio y Televisión, para que ellos envíen a reporteros de sus principales programas de Farándula y eventos sociales para que cubran el acto.

Previo al evento se efectuará confirmaciones telefónicas de la asistencia de nuestros invitados. En el transcurso del acto se brindará a los presentes un pequeño refrigerio y tarjetas personales, afiches promocionando nuestro sitio web.

Se participará de eventos especiales vinculados al campo automotriz tales como ferias de vehículos, suplementos/segmentos en los diarios, relacionados a autos.

4.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

Cuando un cliente desee vender su vehículo, MatCar permitirá al usuario cargar al sitio Web las fotos del auto en venta y así los visitantes interesados podrán visualizarlo detalladamente.

Para acceder a este servicio de publicación, nuestros clientes tendrán que abonar una cuota de \$10 que expirará en el lapso de un mes.

Los procesos de compra y venta se llevarán a cabo de manera Off Line para de esta forma el cliente pueda ver el vehículo personalmente.

Por concepto de avisos publicitarios, las empresas que deseen hacer difusión efectiva de sus productos a un segmento del mercado automotriz que utiliza nuestro sitio Web, tendrán que cancelar una tarifa de \$20 mensuales.

El precio de los vehículos depende mucho de cómo se comporte el mercado, es decir, depende de la oferta y la demanda, así como del estado y características propias del vehículo.

4.3 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Dentro de las estrategias de comercialización del sitio Web se plantean las siguientes alternativas:

- *El sitio Web mejora en gran parte la comercialización de los vehículos de la empresa, puesto que el cliente no necesita más que acceso al Internet para poder conocer los vehículos que se encuentran en los patios de la empresa sin necesidad de moverse de su casa, además dichos vehículos poseen una presentación detallada de sus características y diferentes imágenes del mismo, lo que ayuda a los clientes a tener una idea clara del vehículo que desea adquirir. En la actualidad una buena parte de nuestro mercado objetivo posee acceso a la Internet lo cual es una ventaja mayor para poder comercializar los productos de la empresa y darse a conocer.*

Utilizaremos la radio como medio soporte publicitario de nuestro sitio Web.

- *Se enviarán emails a nuestros clientes tradicionales, en los cuales se invita a visitar el sitio y a recomendarlo.*
-

- *Se expondrán anuncios en las secciones deportivas de los diarios de mayor circulación en la ciudad para promover el sitio.*
- *Se entregarán volantes promocionales en las ferias de vehículos y en eventos afines al sector automotriz.*

4.4 ESTRATEGIA PROMOCIONALES

Dentro de las estrategias promocionales del sitio Web se plantean las siguientes alternativas:

- *A los usuarios se les notificará por medio de correos electrónicos cuando hayan sido acreedores de alguna rifa o sorteo.*
 - *Se realizarán promociones en el mes de diciembre a los visitantes que se registren en nuestro sitio Web, el mismo podrá ganarse regalos y /o sorpresas.*
 - *Descuentos a nuestros anunciantes al contratar más de un mes de publicidad*
-

- *Revisión y chequeo gratis del vehículo adquirido a través de nuestro portal (por una sólo vez después de la compra).*

4.5. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

- *Envío de Boletines y correos electrónicos.*
- *Ser más que proveedores, socios y aliados de nuestros clientes y acompañarlos en el proceso de crecimiento y evolución, todo para alcanzar la consolidación de nuestra imagen corporativa.*
- *Es claro que éstos objetivos se logran solo trabajando en conjunto, con compañías que están todo el tiempo logrando experiencia en actividades que no son desarrolladas directamente por nuestra empresa, pero que son parte de las necesidades de nuestros clientes.*

4.6. POLÍTICAS DE SERVICIOS.

Dentro de las Políticas de Servicios del sitio Web se plantean las siguientes:

- *Para la compra de Vehículos en la compañía, se requiere que el mismo cumpla con los requisitos que exige la compañía, que se encuentre en buenas condiciones, libre de problemas y de procedencia confiable.*
 - *Para la Venta de Vehículos, se certifica que el mismo se encuentre funcionando correctamente, pues nos cercioramos que antes de ser vendidos los mismos pasen por nuestros talleres de confianza.*
 - *Las formas de registro utilizadas en nuestro portal pueden requerir que el usuario ingrese información de contacto, como nombre, dirección de e-mail, ciudad, dirección domiciliaria, profesión, edad, etc.*
 - *La información de contacto de los usuarios o anunciantes, puede ser usada para establecer una relación comercial electrónica y de comunicación, si es necesario.*
 - *Los usuarios visitantes pueden elegir por no recibir correos o boletines electrónicos de nuestra parte.*
 - *Este portal presenta hipervínculos (links) a otros web sites. Nuestro sitio www.MatCar.com no se responsabiliza por las políticas de privacidad o los contenidos de esos Sitios Web.*
-

- *Nuestro portal ha implementado medidas de seguridad para evitar la pérdida, mala utilización y alteración de la información que esté bajo nuestro control, se ha restringido el acceso a nuestros visitantes, solicitando usuario y password para realizar las transacciones en el sitio.*
 - *El manejo de información de nuestros usuarios se mantendrá en nuestras bases de forma encriptada y en el sitio siempre será enviada o recibida por medio de métodos de encriptación para mantener la confiabilidad de la información.*
 - *La dirección de correo del cliente es guardada y usada solo para fines de soporte, manejo de cuentas y atención al cliente por parte de nuestra compañía. Nuestras políticas prohíben el spam y/o envío de correo comercial no solicitado.*
 - *Toda la información del cliente, tal como dirección de correo, teléfonos, dirección de envío de documentos, etc, es usada solo para propósitos internos.*
 - *Nuestro portal www.MatCar.com provee a los visitantes la oportunidad de elegir el no recibir información de nuestra parte en los formularios donde solicitamos información de contacto acerca del usuario que nos visita.*
-

4.7 POLITICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Dentro de las políticas de Comercialización del sitio Web se plantean las siguientes alternativas:

- *Matamoros Car vende sus vehículos utilizando las siguientes formas de pago :*
 - *Contado*
 - *Crédito directo con Matamoros Car*
 - *Crédito con Financieras o Bancos*
 - *Crédito por medio de Tarjetas de Crédito*
 - *Pagos off line a través del sitio Web.*

 - ***Crédito directo con Matamoros Car.-** El cliente debe abonar el 60% al contado y la diferencia la debe cancelar en 12 meses con cheque y/o pagaré.*

 - ***Crédito con Financieras o Bancos.-** El cliente tendrá que abonar el 30% de entrada y el saldo a 36 meses.*

 - ***Crédito por medio de Tarjetas de Crédito.-** Si el cliente desea utilizar su tarjeta de crédito tendrá que asumir un recargo del 20% del valor del vehículo, pues Matamoros Car, tendrá que cancelar el 12% por concepto del*
-

IVA (Impuesto del Valor Agregado) y el 8% a la tarjeta de Crédito por brindar el servicio.

- *Para las Ventas a crédito se permitirá el uso de todas las tarjetas de crédito.*
 - *A través de nuestro sitio Web se realizan pagos on-line como off-line. Para la compra de vehículos el pago es off-line, en cambio si el usuario desea vender su carro podrá hacerlo directamente a través de nuestro portal. Si el usuario desea publicar su auto, podrá subir la foto del mismo, pero primero tendrá que cancelar una cuota mensual para publicarlo en Internet a través de MatCar.*
 - *Para la realización de la compra de vehículos, Matamoros Car exige que el vehículo primero pase por un proceso de revisión a través los talleres de confianza de la compañía para constatar las condiciones del auto a comprar.*
-

5. ANÁLISIS TÉCNICO.

5.1. PRODUCTO

*Nuestro producto WWW.MATCAR.COM, permite al usuario **Vender** su vehículo de la manera más cómoda y rápida, el usuario podrá subir la foto de su auto para que sea visto por cientos de personas interesadas en comprar autos usados.*


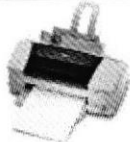


*El sitio también consta de la opción **Comprar**, para las personas que deseen adquirir un vehículo sin complicaciones, el usuario podrá visualizar toda la gama de vehículos disponibles para ser comprados y examinar a detalle los que más le interese.*





En cualquiera de las dos opciones se si el usuario así lo desea, se presenta el vehículo en su parte interior e información detallada al potencial cliente.

WWW.MATCAR.COM también permitirá que el usuario se registre, para de esta forma gozar de las ventajas de ser suscriptor del sitio.

5.2. EQUIPOS





A continuación detallamos todos los equipos que forman parte de nuestra compañía:

EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
 <p>Computador</p>	Procesador Pentium IV de 1 4 Ghz Disco Duro 80 GB RAM 512 Monitor SVGA de 14'	5
 <p>Impresora a Inyección</p>	Hewlett Packard 640	1
 <p>Switch</p>	8 puertos	1
 <p>UPS y Regulador de Voltaje</p>	UPS y Regulador de Voltaje	2

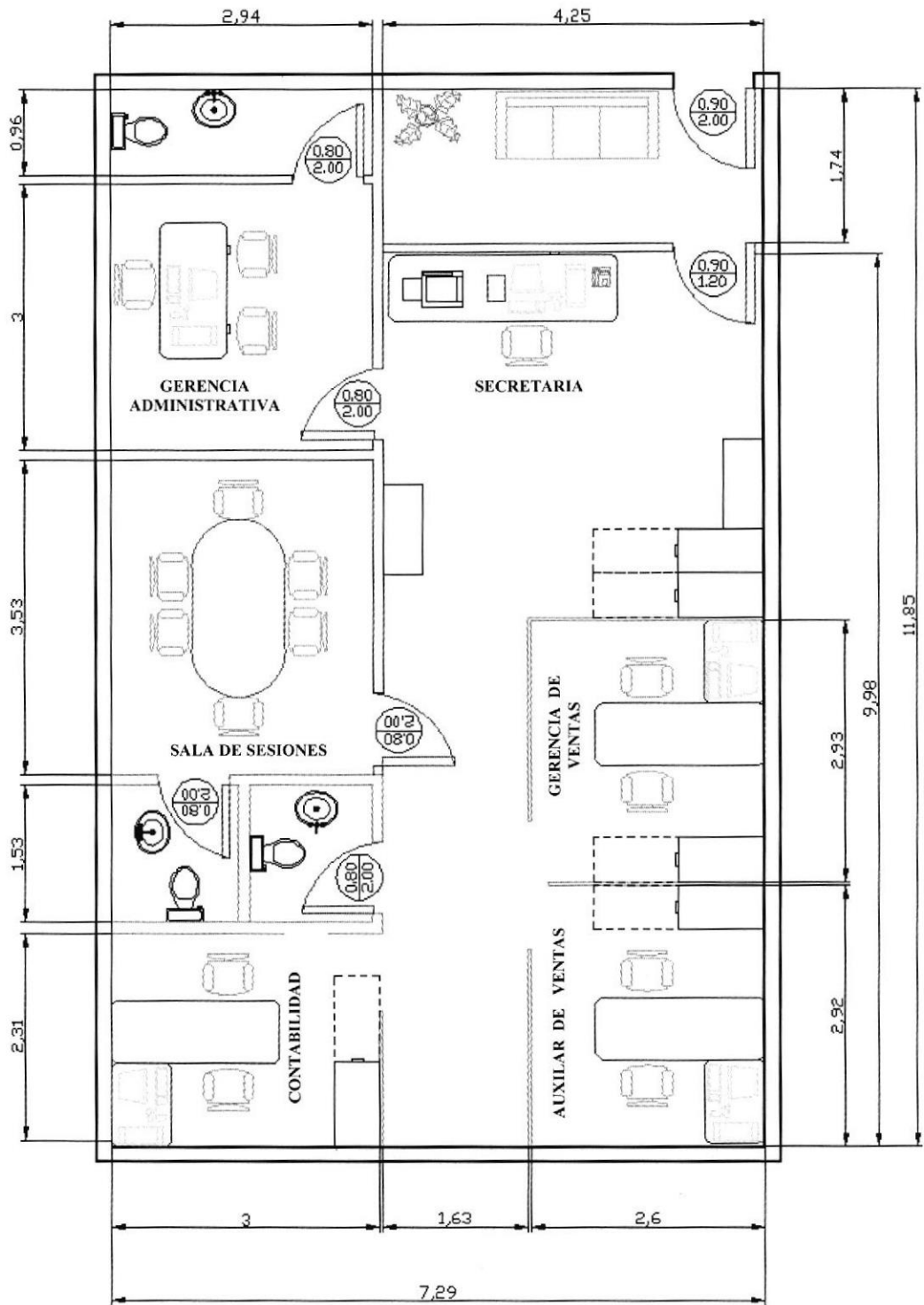
EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
 Cable	Cables UTP categoría 5	30 mts.
 Conectores de Red	RJ-45	10
 Fax-Teléfono	Fax-Teléfono	1
 Teléfono	Teléfono	3

5.3. MOBILIARIO




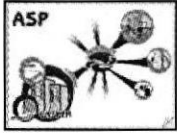

A continuación detallamos los muebles y enseres que forman parte de nuestra empresa, necesarias para su funcionamiento.


MOBILIARIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
	Sillas	16
	Escritorios	6
	Modulares	3
	Aire Acondicionado	1

5.4 PLANO



5.5. HERRAMIENTAS

DESCRIPCION		OBSERVACIÓN
SQL Server 	7.0	Manejador de base de datos Una Licencia
Windows 	98	Sistema operativo
Dreamweaver 		Manejador de diseño
ASP 		Tecnología de Acceso a Base de Datos.
Windows NT 		Sistema operativo de red.

Microsoft Office 	98	Utilitario
Macromedia Firewall		Manejador de Imágenes

5.6. PLAN DE CONSUMO

Dentro del plan de consumo mensual, se han establecido los siguientes parámetros:

Dependiendo del tipo de pedido realizado por el usuario, se procede a la entrega del mismo.

El intervalo entre solicitudes es aproximadamente un mes, con las debidas excepciones aprobadas por el gerente de la empresa.

A continuación detallamos los artículos de consumo necesarios para la empresa:

Tabla # 4

Plan de Consumo Mensual			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
4	Hojas - Resmas	4	\$ 16.00
1	Plumas - Caja de 12 unidades	5	\$ 5.00
1	Lápices - Caja de 12 unidades	4	\$ 4.00
1	Borradores - Caja de 12 unidades	4	\$ 4.00
1	Marcadores de Pizarra (Caja 6 unidades)	6	\$ 6.00
2	CD (Caja 12 unidades)	5	\$ 10.00
5	Resaltadores	0.8	\$ 4.00
	Artículos de Limpieza	6	\$ 6.00
	Total Consumo Mensual		\$ 55.00

5.7. PLAN DE COMPRAS

El plan de compras anual, definido por nuestra organización se ha establecido para verificar el cumplimiento de actividades tales como:

- Selección adecuada de los proveedores
- Evaluación de la cantidad y calidad especificadas por el departamento solicitante

- *Control de los pedidos desde el momento de su requisición hasta la llegada del material*
- *Determinación del punto de pedido y reorden*
- *Comprobación de precios.*

Las compras de los insumos necesarios para la empresa de realizaran con periodicidad mensual.

A continuación detallamos los artículos de compra necesarios para la empresa:

Tabla # 5

Suministros	Unidades	Valor Unitario	Total
Hojas (Resmas)	4	\$ 4.00	\$ 16.00
Plumas (Caja 12 unidades)	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Lápices (Caja 12 unidades)	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Borradores (Caja 12 unidades)	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Pizarra Acrílica	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Tacho de Basura	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Marcadores de Pizarra (Caja 12 unidades)	1	\$ 6.00	\$ 6.00
CD – DVD (Caja 12 unidades)	5	\$ 10.00	\$ 50.00
Total			\$ 114.00

5.8. **PROVEEDORES**

A continuación detallamos la lista de nuestros principales proveedores, luego de realizar la evaluación y selección respectiva.

Tabla # 6

Principales Proveedores	
Proveedores	Producto
Papelesa	Utiles de Oficina
ATU	Muebles de Oficina
Siglo XXI	Equipos de Computación
All Natural	Botellones de agua

5.9. **SISTEMAS DE CONTROL**

Los sistemas de control establecidos en nuestra empresa se han fijado para asegurar que las actividades reales se ajusten a las actividades planificadas, se hace el seguimiento de las tareas asignadas por medio de cronogramas de actividades; de ésta forma se permite encaminar a nuestra organización hacia el mejoramiento continuo.

Si como resultado de las mediciones se detectan desviaciones, estas deben ser corregidas inmediatamente y se deben establecer nuevos planes y procedimientos para que estas situaciones no se vuelvan a presentar.

Luego de las respectivas correcciones de las desviaciones presentadas, se debe reprogramar el proceso de control con la información obtenida causante del desvío de tal forma que se alcancen los planes exitosamente.

Su aplicación incide directamente en la racionalización, administración y consecuentemente en el logro de la productividad de todos los recursos de la empresa.

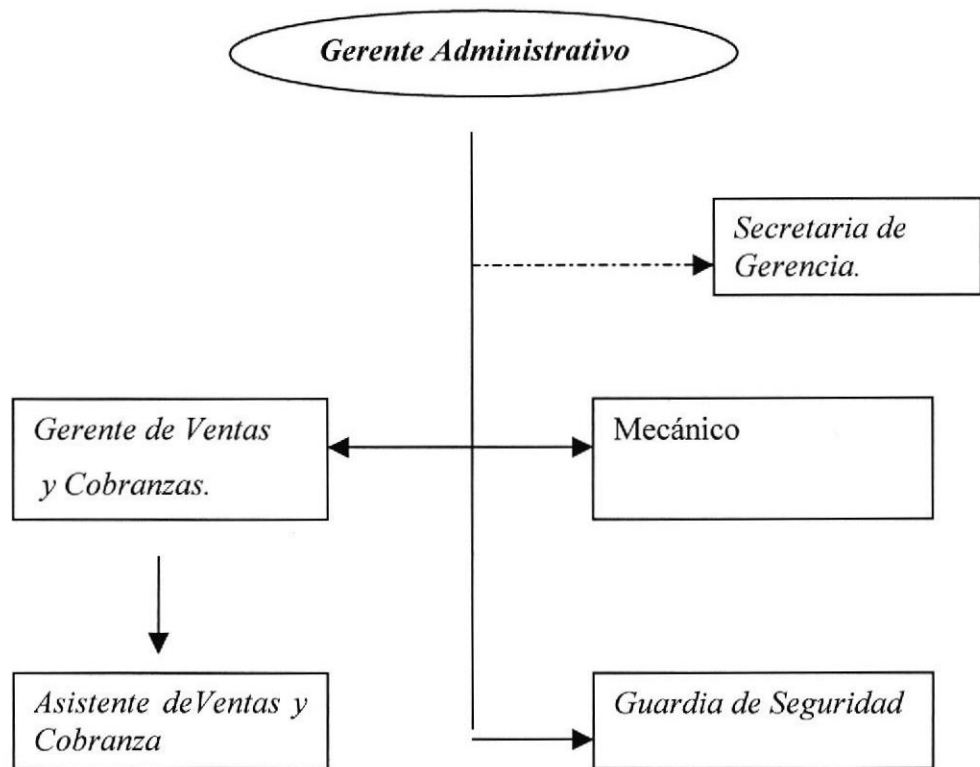
Los factores considerados para la aplicación del proceso de control son las siguientes:

- *Cantidad*
 - *Tiempo*
 - *Costo*
 - *Calidad*
-

6. Análisis Administrativo y Financiero

6.1 GRUPO EMPRESARIAL.

6.1.1 ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.



6.1.2 POLÍTICA LABORAL.

La empresa tiene varias políticas básicas de comportamiento organizacional entre las cuales tenemos:

- *El uso de uniformes de Lunes a Viernes para los empleados de la compañía.*

 - *En cuanto al sobre tiempo se aprobará un máximo de 10H semanales..*

 - *Se otorga sobre manera, todas las bonificaciones y sueldos según la ley.*

 - *Hora de entrada es a las 08H30, si el personal llegare atrasado entonces se le aplica una multa, la cual se le descontará del sueldo, el tiempo de retraso correspondiente según la siguiente tabla:*
 - *1 – 5 minutos el 100% del tiempo de atraso*
 - *5-10 minutos el 200% del tiempo de atraso*
 - *10-15 minutos el 300% del tiempo de atraso*
 - *15 en adelante el 400% del tiempo de atraso*

 - *Se otorgarán préstamos por un monto máximo de hasta 2 sueldos, por 2 veces al año que deberá ser cubierto durante un año calendario como máximo, en casos especiales se deberá tener autorización por parte de gerencia.*
-

6.2. EMPLEADOS

6.2.1 Uniformes.

- *Personal administrativo.*
 - *El personal administrativo deberá venir vestido con ropa semi informal, los fines de semana, podría usar ropa informal, se excluyen shorts, pantalonetas, camisetas sin mangas.*

6.2.2 Equipos de seguridad.

- *Oficinas.*
 - *En oficinas deberán existir por lo menos un extintor de incendios por cada área principal de las dependencias de la compañía, en especial la cafetería, archivos y bodegas de repuestos.*
- *En general los extintores de incendio deberán ser reemplazados o recargados de acuerdo a las especificaciones técnicas de los mismos o según recomendaciones dadas por el personal de mantenimiento.*

6.2.3 Pasantías.

- *Se podrán realizar pasantías en todas las áreas de la empresa, especialmente a personas provenientes de Universidades o institutos relacionados afines a las actividades de la empresa.*
-

- *Se aplicará los reglamentos de ley correspondientes.*

6.2.4 De la modalidad de contratación.

- *Los empleados de la empresa gozarán de las remuneraciones de acuerdo a la ley y según se estipule en el contrato, en el caso de los vendedores se establecerá su remuneración mensual de acuerdo a las políticas de sueldos y comisiones propias del área.*

6.3 DE LAS HERRAMIENTAS DE CONTROL Y DESEMPEÑO DE LA, EVALUACIONES, NORMAS DE CONDUCTA Y DISCIPLINA EN EL TRABAJO.

- *Los empleados deberán sujetarse a las normas de urbanidad y buenas costumbres generalmente aceptadas.*
 - *No se permite el consumo de bebidas alcohólicas, salvo el caso de celebraciones especiales debidamente autorizadas por la gerencia.*
 - *Los empleados serán anualmente evaluados en su desempeño y se establecerá de acuerdo a dicha evaluación, la nueva remuneración a que tuviere derecho el personal, esto estará de acuerdo también a las regulaciones y leyes laborales vigentes en el país, así como a las condiciones del mercado.*
-

7. Análisis Legal y Social

7.1 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA.

- *La empresa deberá llevar registros contables, de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados y las leyes vigentes en el país para las empresas del ramo.*
- *Los empleados deben ser afiliados al Seguro Social.*
- *Hacer las declaraciones de impuesto a la renta bajo las normas respectivas.*

Del nombre comercial

- *De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, como titular de un derecho sobre nombres comerciales u obtenciones vegetales constadas y aprobadas por Superintendencia de Compañías, se solicitara al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual – IEPI-, a través de los recursos correspondientes, para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido, la suspensión del uso de nombres:*

- *MatCar*
 - *CarWeb*
 - *CarroWeb*
 - *MatCarros*
-
- *Así como la suspensión de simbologías similares a :*



7.2 ASPECTOS LEGALES DEL EMPLEADO.

- *Es deber del empleado el guardar y no divulgar toda la información que sea considerada como crítica y confidencial, para el éxito y buen funcionamiento de las labores que se realicen en la empresa, es decir, secretos de desarrollo, tecnología utilizada, información, o todo aquello que permita tener una ventaja competitiva frente a las empresas afines del mercado.*

- *Las personas que integrarán el equipo organizacional interno de la empresa deberán ser contratadas luego de haber sido evaluadas con resultados óptimos de acuerdo al perfil para el cargo aspirado.*
 - *En la contratación del personal interno se establecerán contratos individuales, en los que se estipularán los servicios que prestará el empleado y los valores que serán pagados por el empleador.*
 - *Todas las personas que quisieran prestar sus servicios externos a la compañía, estarán laborando bajo contrato a un año con opción de renovación a criterio de la compañía, en el cual constará las condiciones de trabajo y el valor pactado mensual a pagarse. Se exime entonces la empresa de pagar las bonificaciones de ley para este tipo de empleados.*
 - ***Informes y revelación de información.-*** *Cualquier individuo que revele información o extraiga documentos relacionados tanto a clientes como a ejecuciones de operaciones, procesos o estrategias internas de la empresa, será sancionado con la cancelación inmediata de trabajo y sin derecho a liquidación por despido con visto bueno; y la empresa se reserva el derecho de iniciar las acciones legales que considere convenientes para la protección y beneficio.*
-

Derechos de los empleados

- *Matamoros Car otorga a los trabajadores los derechos que por ley posee. Entre ellos se encuentran el derecho a recibir información relevante sobre sus planes de beneficios de pensión o salud, a participar en procesos justos y oportunos, presentar quejas por beneficios, recibir certificados que corroboren la cobertura de un plan de salud y recuperar beneficios debidos en virtud de un plan, así como de otorgar certificados laborales.*
 - *El empleado tiene derecho a un sueldo mensual unificado y estipulado en el contrato inicial de trabajo establecido por normativas internas de la empresa de acuerdo al cargo y funciones que ocupara y bajo el marco legal.*
 - *Todos los empleados que hayan trabajado un año tienen derecho a quince días calendarios ininterrumpidos de vacaciones pagadas. A partir del sexto año de trabajo, el empleado tendrá derecho a un día adicional de vacaciones pagadas por cada año adicional de trabajo, hasta llegar a un total máximo de treinta días.*
-

7.3 ASPECTOS LEGALES DE LOS CLIENTES.

- *Son derechos de los clientes todos los especificados en las leyes de comercio vigentes en el país, con respecto al ramo automotriz y las que se mencionen en el contrato firmado.*
 - *Son obligaciones de todos los clientes el cumplir con las leyes de comercio vigentes en el país, así como el garantizar la procedencia lícita de los fondos con que se realiza el pago de los vehículos y bienes muebles e inmuebles que comprare a la empresa.*
 - *Espacios publicitarios.- La compañía se reserva el derecho de venta de espacios publicitarios a empresas o instituciones, que por decisión interna se determine que su objetivo social no favorece a la institución familiar o al crecimiento y productividad del turismo.*
 - *La compañía solicitante del espacio publicitario deberá enviar por fax, correo tradicional, servicio de mensajería o e-mail, un documento con sello de su institución la solicitud del espacio con las especificaciones de ubicación y tiempo de publicidad en el sitio, una vez aprobada la solicitud se generará la factura correspondiente la que será enviada por fax, correo tradicional o servicio de mensajería. La publicidad será mostrada hasta el término del*
-

tiempo establecido en la solicitud aprobada. La forma de Pago de la factura podrá estar dada en cuotas parciales o totales, de acuerdo a negociaciones con la compañía solicitante.

- *La compañía no se hace responsable por el contenido de la publicidad, así como tampoco del contenido de la página a la que estuviera enlazada*
 - *En caso de que la publicidad del cliente tenga asociada enlace, es responsable del cliente por toda la actividad generada desde su sitio asociado, a menos que haya sido víctima de actividades de hackers o de falsificación de su dirección.*
 - *El cliente se responsabiliza por completo de cualquier material o documento publicado en su sitio relacionado, así como los enlaces que en él se coloquen.*
-

**7.4. LEGISLACION: REGLAMENTACIÓN URBANA PARA EL NEGOCIO:
TRAMITES Y PERMISOS ANTE ORGANISMOS DEL GOBIERNO,
MUNICIPIOS Y SECCIONALES.**

De La Compañía

- *Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):*
 - *A la Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria.- Si la compañía va a dedicarse a cualquier actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industriales respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda, en observancia de lo dispuesto en el Art. 7 del Decreto No. 1531, publicado en el R.O. 18 de 15 de septiembre de 1968 o en el Art. 5 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, publicada en el R.O. 878 de 29 de agosto de 1975 y reformada mediante Ley promulgada en el R.O. 200 de 30 de mayo de 1989.*
 - *Afiliaciones (previas a la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil):*
-

- *A la Cámara de Comercio.- Debido a que la empresa incurrirá en actividades de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.*

 - *Nota: Cuando el objeto de una compañía comprenda dos o más actividades y para su desarrollo a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de la Producción, compete a la Superintendencia de Compañías establecer la cámara a la que deba afiliarse, según se dispone.*
-

8. ANÁLISIS FINANCIERO.

8.1 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla # 7

Capital Estimado	
Aportación de socios	\$ 13,600.00

8.2 INVERSIÓN DE ACTIVOS

Tabla # 8: Equipos

Equipos	Unidades	Valor Unitario	Total
Servidor	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Computadoras de trabajo	1	\$ 850.00	\$ 850.00
Teléfono celular	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Teléfono	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Ups y Regulador de Voltaje	2	\$ 250.00	\$ 500.00
Escáner	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Router	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Total Inversión			\$ 4,070.00

Tabla # 9: Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Unidades	Valor Unitario	Total
Escritorios	2	\$ 120.00	\$ 240.00
Sillas para escritorio	2	\$ 40.00	\$ 80.00
Aire Acondicionado	1	\$ 530.00	\$ 530.00
Total Inversión			\$ 850.00

8.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para el presupuesto de ingresos se ha estimado un promedio de 7 ventas anuales. A continuación se define la proyección de ventas estimadas para un año.

Tabla # 10

Parámetros Generales	Valores
% Ventas Contado	40.00
% Ventas Crédito	60.00
Tamaño del Mercado #	2,800
Mercado Potencial estimado de ventas en 3 años (%)	24.00
Mercado Potencial estimado de ventas en 3 años (#)	432
Total facturación-Estimado de Ventas en 3 años	\$ 21,473.75
Proyección anual de Ventas	\$ 20,757.50
Proyección Promedio Mensual de ventas	\$ 1,729.80

8.4 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Tabla # 11: Servicios Básicos

Gastos	Gasto Mensual	Gasto Anual
Gasto Luz	\$ 80.00	\$ 960.00
Gasto Agua	\$ 60.00	\$ 720.00
Gasto Teléfono	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Total	\$ 230.00	\$ 2,760.00

Tabla # 12: Personal

Cargo	Gasto Mensual	Gasto Anual
Asistente Comercial(Sitio Web)	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Analista de Sistemas	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Secretaria	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Total	\$ 950.00	\$ 11,400.00

Tabla # 13: Suministros de Oficina

Suministros	Unidades	Valor Unitario	Total
Hojas (Resmas)	4	\$ 4.00	\$ 16.00
Plumas (Caja 12 unidades)	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Lápices (Caja 12 unidades)	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Borradores (Caja 12 unidades)	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Pizarra Acrílica	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Tacho de Basura	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Marcadores de Pizarra (Caja 12 unidades)	1	\$ 6.00	\$ 6.00
CD – DVD (Caja 12 unidades)	5	\$ 10.00	\$ 50.00
Total			\$ 114.00

Tabla # 14: Adecuaciones-Instalaciones

Adecuaciones	Unidades	Valor Unitario	Total
Cable UTP nivel 5 (metros)	20	\$ 0.50	\$ 10.00
Conectores RJ-45	4	\$ 1.00	\$ 4.00
Instalación de Líneas Telefónicas (incluye línea nueva)	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Total			\$ 514.00

Tabla # 15: Otros Gastos

Gasto	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de Publicidad	\$ 6,784.00	\$ 6,987.52	\$ 7,197.15
Total	\$ 6,784.00	\$ 6,987.52	\$ 7,197.15

8.5 ANÁLISIS DE COSTOS

Los valores mostrados anteriormente se tomaron en base al análisis de cotizaciones e investigaciones en las que participaron diferentes distribuidores donde se tomó en consideración la mejor oferta como el costo promedio en gastos para compañía.

La toma de decisiones ya sea a corto o largo plazo, puede definirse en término simple, como el proceso de selección entre uno o más curso alternativo de acción. Donde a la gerencia se le delega la responsabilidad de tomar todas las decisiones económicas importantes, las cuales generan eventualmente ganancias o pérdidas para la compañía.

Costos controlables: *Aquellos costos sobre los cuales la gerencia tiene control, lo que implica que puede decidir si los mismos se realizan o no.*

Tenemos que los de aumento en los salarios de nuestros empleados es un costo controlable para la Matamoros Car. Durante el primer año, Este rubro se mantendrá en \$ 950.00 mensuales, para el segundo año tendremos el rubro de \$ 1,016.50 mensuales y para el tercero, \$ 1,059.66

Costos incontrolables: *Aquellos en que la gerencia no tiene autoridad sobre los mismos, es decir, no esta en capacidad de decidir sobre la ocurrencia o no de los mismos.*

La depreciación de los equipos es uno de los costos no controlables. Este rubro será de \$ 2,689.00

Costos variables: Aquellos que cambian o Fluctúan en relación directa con las actividades transaccionales de Matamoros Car. Estos costos están representados en los que incurre Matamoros Car por cada vehículo que desee comprar para el que debe hacer los trámites necesarios. Asimismo se incurre en estos costos cuando se deba tomar las fotos a cada vehículo que se vaya a vender.

Costos fijos: Permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar las actividades transaccionales de Matamoros Car. Estos costos están representados en el rubro de los Sueldos (\$ 950.00, 1,016.50, y \$ 1,059.66 mensuales durante el 1º, 2º, y 3º año) e inclusive las depreciaciones (\$ 2,689.00)

Semivariable o semifijos: Aquellos que están integrados por una parte fija una parte variable

Otro Costo existente es el Costo de Oportunidad que se origine al tomar una determinación y de esta forma provoque la renuncia de otro tipo de alternativa que pudiera ser considerada al llevar a cabo la decisión. En este caso el costo de oportunidad son los beneficios perdidos al descartar la siguiente mejor alternativa. Y el objetivo final será establecer cual es la ventaja de una alternativa sobre otra.

8.6 FLUJO DE CAJA:

Tabla # 16: FLUJO AÑO 1

ITEM	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CAJA INICIAL	0,00	155,00	869,33	1.583,67	2.298,00	3.012,33	3.726,67	4.441,00	5.155,33	5.869,67	6.584,00	7.298,33	8.012,67
Más : INGRESOS POR VENTAS	0,00	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67	2.229,67
TOTAL DISPONIBLE		2.384,67	3.099,00	3.813,33	4.527,67	5.242,00	5.956,33	6.670,67	7.385,00	8.099,33	8.813,67	9.528,00	10.242,33
Menos: Equipos	4.070,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Adecuaciones		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Muebles y Enseres	850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Software	6.505,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Suministros	114,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Publicidad		565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33	565,33
Gastos de Personal		950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00
Otros Gastos	1.850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de Hosting	56,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	13.445,00	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33	1.515,33
NETO DISPONIBLE	-13.445,00	869,33	1.583,67	2.298,00	3.012,33	3.726,67	4.441,00	5.155,33	5.869,67	6.584,00	7.298,33	8.012,67	8.727,00
Más : Aporte de Socios	13.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAJA FINAL	155,00	869,33	1.583,67	2.298,00	3.012,33	3.726,67	4.441,00	5.155,33	5.869,67	6.584,00	7.298,33	8.012,67	8.727,00

8.6 FLUJO DE CAJA:

Tabla # 17: FLUJO AÑO 2

ITEM	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CAJA INICIAL	8.727,00	9.270,21	9.987,41	10.704,62	11.421,83	12.139,03	12.856,24	13.573,45	14.290,65	15.007,86	15.725,07	16.442,27
Más : INGRESOS POR VENTAS	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00	2.316,00
TOTAL DISPONIBLE	11.043,00	11.586,21	12.303,41	13.020,62	13.737,83	14.455,03	15.172,24	15.889,45	16.606,65	17.323,86	18.041,07	18.758,27
Menos: Equipos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Adecuaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Muebles y Enseres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Software	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Suministros	114,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Publicidad	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29	582,29
Gastos de Personal	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50	1.016,50
Otros Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de Hosting	60,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	1.772,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79	1.598,79
NETO DISPONIBLE	9.270,21	9.987,41	10.704,62	11.421,83	12.139,03	12.856,24	13.573,45	14.290,65	15.007,86	15.725,07	16.442,27	17.159,48
Más : Aporte de Socios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAJA FINAL	9.270,21	9.987,41	10.704,62	11.421,83	12.139,03	12.856,24	13.573,45	14.290,65	15.007,86	15.725,07	16.442,27	17.159,48

8.6 FLUJO DE CAJA:

Tabla # 18: FLUJO AÑO 3

ITEM	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CAJA INICIAL	17.159,48	17.723,40	18.466,31	19.209,23	19.952,14	20.695,06	21.437,98	22.180,89	22.923,81	23.666,73	24.409,64	25.152,56
Más : INGRESOS POR VENTAS	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33	2.402,33
TOTAL DISPONIBLE	19.561,81	20.125,73	20.868,65	21.611,56	22.354,48	23.097,39	23.840,31	24.583,23	25.326,14	26.069,06	26.811,98	27.554,89
Menos: Equipos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Adecuaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Muebles y Enseres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Software	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Menos: Suministros	114,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Publicidad	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76	599,76
Gastos de Personal	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66	1.059,66
Otros Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto de Hosting	65,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	1.838,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42	1.659,42
NETO DISPONIBLE	17.723,40	18.466,31	19.209,23	19.952,14	20.695,06	21.437,98	22.180,89	22.923,81	23.666,73	24.409,64	25.152,56	25.895,47
Más : Aporte de Socios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAJA FINAL	17.723,40	18.466,31	19.209,23	19.952,14	20.695,06	21.437,98	22.180,89	22.923,81	23.666,73	24.409,64	25.152,56	25.895,47

8.7 ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla # 19

Año 1 al 3	%	1	2	3
Ingresos		26.756,00	27.792,00	28.828,00
Costo Fijo		11.400,00	12.198,00	12.692,34
Costo Variable		2.385,00	2.385,00	2.408,52
Total Costo		13.785,00	14.583,00	15.100,86
Utilidad Bruta		12.971,00	13.209,00	13.727,14
Gastos				
Gastos Publicidad		6.784,00	6.987,52	7.197,15
Total Gastos		6.784,00	6.987,52	7.197,15
- Depreciación		2.689,00	2.689,00	2.689,00
Util. antes de Impuestos		3.498,00	3.532,48	3.840,99
- Impuestos a la Renta	25%	874,50	883,12	960,25
Util. después de Impuestos		2.623,50	2.649,36	2.880,75
- Participación de empleados	15%	393,53	397,40	432,11
Utilidad Neta		2.229,98	2.251,96	2.448,63
+ Depreciación		2.689,00	2.689,00	2.689,00
Utilidad Neta		4.918,98	4.940,96	5.137,63

8.8 BALANCE GENERAL

Tabla # 20

Año 1 al 3	1	2	3
Activo			
Corriente			
Banco	10.233,00	12.562,48	15.165,99
Utiles de oficina	114,00	104,00	94,00
Total Corriente	10.347,00	12.666,48	15.259,99
Fijo			
Muebles y enseres	850,00	850,00	850,00
Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres	-170,00	-340,00	-510,00
Equipo de oficina	4.070,00	4.070,00	4.070,00
Depreciación Acumulada de Equipos	-814,00	-1.628,00	-2.442,00
Total Fijo	3.936,00	2.952,00	1.968,00
Diferidos			
Software Mat Car	6.505,00	6.505,00	6.505,00
Amortización Software Mat Car	-1.301,00	-2.602,00	-3.903,00
Patente	300,00	300,00	300,00
Total Diferidos	5.504,00	4.203,00	2.902,00
Total Activos	19.787,00	19.821,48	20.129,99
Pasivo			
Imp. Renta	874,50	883,12	960,25
Participacion Empl.	393,53	397,40	432,11
Total Pasivos	1.268,03	1.280,52	1.392,36
Patrimonio			
Aportación Socios	13.600,00	13.600,00	13.600,00
Utilidad del ejercicio	4.918,98	4.940,96	5.137,63
Total patrimonio	18.518,98	18.540,96	18.737,63
TOTAL PASIVO y PATRIMONIO	19.787,00	19.821,48	20.129,99

8.9 ANALISIS DE RAZONES FINANCIERAS

$$\text{Razón deuda de activos totales} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activos Totales}}$$

Año 1	Año 2	Año 3
$\frac{1.268,025}{19.787,000} = 0,064$	$\frac{1.280,524}{19.821,480} = 0,065$	$\frac{1.392,360}{20.129,990} = 0,069$

Esta razón destaca la importancia relativa del financiamiento por deuda para la empresa al mostrar el porcentaje de activos de la empresa que se sustentan mediante el financiamiento de deuda. El primer año se determina que el 6,4% de los activos de la empresa están financiados con deuda, mientras que el 93.6% restante del financiamiento proviene del capital de los accionistas. Mediante este análisis se establece que menor es la magnitud de riesgo financiero.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año 1	Año 2	Año 3
$\frac{12.971,00}{26.756,00} = 0,485$	$\frac{13.209,00}{27.792,00} = 0,475$	$\frac{13.727,14}{28.828,00} = 0,476$

Esta razón de rentabilidad con relación a las ventas señala la utilidad de la empresa en relación con las ventas después de deducir el costo de producir el producto a vender. Señala la eficiencia de las operaciones y también cómo han sido fijados los precios de los productos. Lo que indica que la empresa es relativamente más eficiente para vender productos por arriba del costo

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año 1	Año 2	Año 3
$\frac{2.623,50}{12.971,00} = 0,202$	$\frac{2.649,36}{13.209,00} = 0,201$	$\frac{2.880,75}{13.727,14} = 0,210$

El margen de utilidad neta señala la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos y el impuesto sobre el ingreso. Indica el ingreso neto por dólar de ventas de la empresa, lo cual indica que es más rentable.

$$\text{R.O.I.} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Promedio Activos Totales}}$$

Año 1	Año 2	Año 3
$\frac{4.918,98}{19.787,00} = 0,249$	$\frac{4.940,96}{19.821,48} = 0,249$	$\frac{5.137,63}{20.129,99} = 0,255$

Esta razón indica una rentabilidad por cada dólar de ventas, pero un rendimiento ligeramente más bajo sobre los activos.

$$\text{Rendimiento sobre capital acciones comunes} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Capital de accionistas}}$$

Año 1	Año 2	Año 3
$\frac{2.623,50}{13.600,00} = 0,193$	$\frac{2.649,36}{13.600,00} = 0,195$	$\frac{2.880,75}{13.600,00} = 0,212$

Este índice compara la utilidad neta después de impuestos, con el capital que han invertido los accionistas en la empresa. Esta razón indica la capacidad de generar utilidades sobre el valor en libros de la inversión de los accionistas. Un rendimiento de capital en acciones de comunes alto refleja, con mucha frecuencia la aceptación por parte de la empresa de importantes oportunidades de inversión y una administración de gastos eficientes.

8.10 RIESGOS E INTANGIBLES

Riesgos de Mercado

Si es que surgieren nuevos servicios en el mercado con la misma idea nuestra trataremos de poner en marcha inmediata los planes a mediano y largo plazo como son hacer multiidiomas, tomando en cuenta que para el momento cuando aparezcan otras portales dedicados a la venta de automóviles por Internet, ya nosotros estaremos posicionados en el mercado y podremos manejar promociones que no afecten mayormente nuestros presupuestos financieros, sin embargo si esto ocurriere al inicio de nuestro negocio deberíamos explotar nuevos mercados.

Riesgos Técnicos

En el caso de que no se puedan cumplir los plazos establecidos para entrar en operación con nuestro servicio. Se tendría que contratar personal de apoyo principalmente en lo que refiere al diseño del portal que va a ser nuestra

herramienta de trabajo y no implicaría un gasto elevado y se tendría que replantear el presupuesto económico – financiero para ver si existe la posibilidad de aporte de capital o un préstamo con alguna entidad financiera.

Uno de los riesgos que más se puede dar en nuestro negocio de comercio electrónico sería que nuestro portal no esté disponible para nuestros usuarios las 24 horas del día y los 365 días del año. Nosotros no tendríamos este problema puesto que estaremos trabajando con un proveedor de Hosting y Dominio; ellos serán los encargados de dar el servicio, si en caso incumplan con el contrato nos manejaríamos con otras alternativas de proveedores. Nuestra preocupación sería la de tener el portal actualizado y el acceso a los datos en optimas condiciones.

En el caso que nos veamos obligados a realizar ajustes en cobros de nuestras comisiones ya sea en el caso de que nuestros clientes o proveedores no estén dispuestos a pagar la comisión pactada tendremos que tratar de abarcar con mas cantidad de clientes ya sea por medio de una publicidad agresiva por medios de comunicación masivo ya sea prensa escrita o radial especialmente donde se presenten programas de farándula y atacar otros mercados posiblemente potenciales.

Riesgos Financieros

Nuestro portal solo estará sostenido económicamente con la aportación de los socios y sin este aporte no podríamos con el desarrollo de nuestro servicio. Al menos deberíamos de tener el costo para cubrir los gastos y costos del primer mes sobre todo para los gastos de adquisición del sitio web en su etapa inicial.

En caso de que necesitemos cubrir costos de operación de nuestros servicios y nos quedemos cortos con la aportación de capital de nuestros socios podríamos recurrir a préstamos de entidades financieras.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma está basado en las siguientes tareas:

Entrenamiento

- ✓ *Capacitación del personal*
- ✓ *Lanzamiento de la estrategias*

Lanzamiento

- ✓ *Análisis de Presupuesto para lanzamiento*
- ✓ *Elección de alternativa de prensa escrita*
- ✓ *Diseño del spot Publicitario para lanzamiento*

Resultados

- ✓ *Evaluar niveles de satisfacción de los clientes*
- ✓ *Evaluación de los 2 primeros meses*
- ✓ *Definición o redefinición de nuevas políticas*
- ✓ *Revisión de metas y cumplimiento*

A continuación se detalla gráficamente las tareas, junto con las fechas especificadas para cada una.

Bibliografía

1. <http://www.dhapcenter.es/> *Precios y Costos Hosting*
2. <http://www.exquisito.ch> *Precios y Costos Hosting*
3. <http://www.monografias.com> *Conceptos básicos de Finanzas*
4. *Stanton William. Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill 1999*
5. *Adams T. "Los Secretos del Éxito en las Ventas", McGraw-Hill (1988).*
6. *Hulbert, JAMES M. "Mercadotecnia, Una Perspectiva Estratégica" McGraw-Hill (1988).*
7. *Poppe F.C. "50 Reglas Para Mantener Contentos A Sus Clientes" McGraw-Hill (1988).*
8. <http://www.eluniverso.com> *Constitución del Mercado.*
9. <http://www.desarrolloweb.com> *Rutinas de programación ASP*
10. <http://www.dynamicdive.com> *Animaciones, Efectos, menus para ASP.*
11. <http://www.carrosecuador.com>
12. <http://www.sri.com>