"COMERCIALIZACION DE SERVICIOS DE PROVEEDORES ON-LINE PARA LA EMPRESA ELECTRICA MILAGRO C. A."

AUTORES:

Freddy Javier Arteaga León[1], Javier Antonio Benítez Astudillo[2], Daniel Alexander Vera Paredes[3], Dr. Gustavo Galio[4]

[1] Egresado de Licenciado en Sistemas de Información 2006.
[2] Egresado de Licenciado en Sistemas de Información 2006.
[3] Egresado de Licenciado en Sistemas de Información 2006.
[4] Director de Tópico, Magíster en Sistemas de Información Gerencial, Espol, Profesor Espol desde 1998

RESUMEN

Versión Español:

"COMERCIALIZACION DE SERVICIOS DE PROVEEDORES ON LINE PARA LA EMPRESA ELECTRICA MILAGRO C. A." ayuda a la Comercialización de Bienes y Servicios de los Proveedores de la Empresa Eléctrica Milagro C. A., utilizando tecnología avanzada y ofreciendo ahorro de tiempo, comodidad y facilidad de acceso.

Nuestro producto esta dirigido a toda empresa que desee contar con un acceso cómodo, rápido, completo, detallado y al instante de todos sus proveedores, y enfocado a facilitar las actividades de la empresa con sus proveedores.

Este sistema tiene un costo de $1.800, esto es por desarrollo del sitio en la empresa, honorarios, ya que la empresa cuenta con toda la infraestructura necesaria.

English Version:

"COMMERCIALIZATION OF SERVICES OF SUPPLIERS ON LINE FOR MILAGRO ELECTRICAL COMPANY C.A.". Helps to the Commercialization of Goods and Services of the Milagro Electric Company' Suppliers, using advanced technology and offering saving in time, comfort and easiness access.

Our product is directed to all company that wants to have a comfortable, completed, detailed and quickly access of all suppliers and focused to facilitate the activities of the company with our suppliers.

This system has a cost of $1,800, this is for development of the site in the company, honoraries, that the company has the whole necessary infrastructure.

CONTENIDO

1. LA EMPRESA Y SU PRODUCTO
1.1 ANTECEDENTES

Creado para mejorar la comunicación entre Proveedores y Empresa Eléctrica Milagro C.A.

1.2 HISTORIA DE LA IDEA Y SITUACION ACTUAL

Se ha determinado que los negocios que más rentabilidad producen son los que ofrecen ahorro de tiempo, comodidad, facilidad de acceso, comunicación constante y oportuna.

1.3 MISION

La Empresa Eléctrica esta comprometida con el desarrollo de las comunidades en su área de concesión suministrando un servicio de energía eléctrica, a un costo razonable y competitivo

1.4 VISION

Posicionarse como una empresa que brinde servicios profesionales y comerciales orientados a la red Internet

1.5 SERVICIOS DE LA EMPRESA

El índice de cobertura de las viviendas que tienen servicio de energía eléctrica en el ámbito urbano se estima en el 96% y en el sector rural el 55%

1.6 OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA

- Fomentar la innovación tecnológica.
- Favorecer la satisfacción del proveedor y el cliente interno.
- Reducir índices de costos y perdidas

1.7 BENEFICIOS PARA LA EMRESA

Los beneficios que involucran nuestros servicios para nosotros son:
- Eliminar intermediarios, disminuir costos y tiempo en procesos
- Aumento del margen de ingresos

2. ANALISIS DEL MERCADO
2.1 CONSTITUCION DEL MERCADO

Esta conformado inicialmente por la Empresa Eléctrica Milagro C.A.

2.1.1 POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO

Ecuador tiene 624600 personas conectadas lo que equivale al 5.2% de la población, se ubica por encima de Bolivia (2.7%) y Paraguay (3.8%)

2.2 ENTE REGULADOR

Como ente regulador tenemos Superintendencia de Compañías, Cámara de Comercio, Municipalidades, CONELEC, Fondo de Solidaridad y el SRI.

2.3 POSIBILIDAD DE IMPLEMENTACION Y ÉXITO DEL PROYECTO

Son altamente favorables para los intereses de la empresa, la alta gerencia ha aceptado el producto por:

- Expandir el mercado, reducción de costos
- Efectuar transacciones comerciales directos

2.4 RESTRICCIONES O BARRERAS

Seria que paralice sus actividades por factores no controlables.

2.4.1 AMENAZAS EN TEMAS DE SEGURIDAD

- Acceso no autorizado a datos, virus
- Interceptación de mensajes

2.4.2 MECANISMOS DE PREVENCION

- Uso de contraseñas, firewalls, etc
- Uso de antivirus y actualizaciones de los mismos
- Encriptación o codificación de datos
- Certificaciones y firmas digitales

3. ANALISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA

3.1 RECURSOS CUALIFICADOS DISPONIBLES

3.1.1 RECURSOS HUMANOS

- 1 Director de Informática, 2 Auxiliares Informáticos
- 4 Informáticos, 1 Auxiliar de Compras, 1 Jefe de Compras

3.1.2 ANALISIS DEL EQUIPO DE TRABAJO

DIRECTOR DE INFORMATICA: Organización, ejecución, coordinación y control de actividades de desarrollo de sistemas de información.

AUXILIAR DE INFORMATICA: Digitar, operar equipos, programas de computación, instalación de equipos.
INFORMATICO: Labores de análisis, diseño, desarrollo e implementación de sistemas de información.
JEFE DE COMPRAS: Programación, organización, coordinación y supervisión de la adquisición de materiales y equipos.
AUXILIAR DE COMPRAS: Realización de cotizaciones, análisis y adquisición de bienes para la empresa.

3.2 FUNCION DE LOS SISTEMAS INFORMATICOS/SITIOS WEB ACTUALES

3.2.1 SISTEMAS INFORMATICOS/SITIOS WEB QUE EXISTEN EN EL MERCADO

- Una de las empresas que cuenta con un software que realiza el control de proveedores es HIGHSOFT
- Otro sitio Web que existe en el mercado es CONTRANET, desarrollado por el Gobierno Nacional, en el cual están registradas el 40% de las empresas publicas del país.

3.3 ANALISIS FODA DEL SITIO DE SERVICIOS DE PROVEEDORES PARA EMPRESA ELECTRICA MILAGRO

Fortalezas

- Facilidad de Acceso
- Agilidad al efectuar una promoción de productos
- Posicionar productos fácilmente en el mercado

Oportunidades

- Captar proveedores que no estén en la base de datos de la empresa.
- Captar proveedores que desean promover sus suministros de una manera más rápida.

Debilidades

- No contar el proveedor con una conexión a Internet

Amenazas

- Perder la adquisición de suministros de oficina por no tener contacto directo con el proveedor.

3.4 CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA

3.4.1 PERCEPCION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE ACTUALMENTE SE BRINDA

Todo se lleva de forma manual, los proveedores tienen que visitar las empresas.

3.4.2 TENDENCIA DEL MERCADO EN RELACION AL SERVICIO

El proveedor al inicio puede sentir temor en la utilización de los sistemas virtuales al pensar que no son confiables, hasta que lo use y se de cuenta que es fácil, seguro y confiable.

3.4.3 OPORTUNIDADES EN DESARROLLO DE VALORES AGREGADOS

- Facilidad de acceso, reducción de costos.
- Agilidad al comprar suministros
- Comodidad al obtener información al instante

3.5 ANALISIS DEL PRODUCTO

3.5.1 PRODUCTO

Dirigido a toda empresa que desee contar con un acceso cómodo, rápido, detallado y al instante de sus proveedores.

3.5.2 PUNTO DIFERENCIADOR Y BENEFICIOS

- Mejor relación entre la empresa y el proveedor
- Disminución de Costos, mejor atención a proveedores

3.5.3 PRESENTACION DEL PRODUCTO

3.5.4 PRECIO

El sitio tiene un costo de $ 1800, por desarrollo dentro de la empresa y honorarios

3.5.5 POSICIONAMIENTO Y PROMESA BASICA

"EMMCA: Mas transparencia en el servicio a proveedores" y el posicionamiento esta basado en las características del servicio.

3.6 ANALISIS DEL CONSUMIDOR
3.6.1 IDENTIFICACION Y SEGMENTACION DEL MERCADO

Los usuarios potenciales de este software serán: toda empresa eléctrica de otra localidad del país, empresas difíciles de ser visitadas por sus proveedores.

3.6.1 GRUPO OBJETIVO PRIMARIO Y SECUNDARIO

Grupo objetivo primario: Empresa Eléctrica Milagro C.A.
Grupo objetivo secundario: Empresas comerciales, comisariatos, etc

3.6.3 CARACTERISTICAS DEL MERCADO

Desarrolla un modelo de negocios B2B (BUSINESS TO BUSINESS)

3.6.4 FUNCIONALIDAD GENERAL

El proveedor ingresa los datos del servicio que desee ofrecer, esta transacción es procesada, registrada por el servidor y verificada por el Dpto. de Compras.

3.7 OBJETIVOS MERCADOLOGICOS Y FINANCIEROS
3.7.1 OBJETIVOS MERCADOLOGICOS

Introducir en la empresa procedimientos técnicos y administrativos para lograr una mejora en sus procesos. Obtener productos y suministros de alta calidad a bajo costo.

3.7.2 OBJETIVOS FINANCIEROS

5% de los ingresos para el marketing de la empresa, 10% para la compra de medicinas y otros servicios, 40% para mejoras tecnológicas y obtener retorno de inversión dentro de un año.

4 ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO
4.1 LANZAMIENTO DEL PRODUCTO

Funcionara dentro del sitio Web de la empresa (www.eemca.com) y se invitara a los principales proveedores y medios de comunicación.

4.2 ESTRATEGIA DE PRECIO DE SERVICIOS

Inscripción de Proveedores $ 50, publicidad Web $ 300, Adquisición de Concursos $ 600, los precios no incluyen iva

4.3 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

El precio de lanzamiento tendrá un descuento adicional del 10%

4.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Principales medios de comunicación local y regional, radio, prensa y televisión.

4.5 POLITICAS DE PAGO

Pagos ON-LINE y pago OFF-LINE

5 ANALISIS TECNICO
5.1 PRODUCTO

Consta de tres modulos: Proveedores, Administrador y Pagos

5.2 HERRAMIENTAS

El sitio funcionara en el servidor Web de la empresa, sistema operativo Windows 2000 server, base de datos sql Server 2000

5.3 EQUIPOS

Los equipos están ubicados en las áreas relacionadas con el proceso de adquisición

5.4 POLITICAS DE MANTENIMIENTO Y DE REPUESTOS

Respaldo de Base de datos, de aplicaciones, de las configuraciones de los sistemas operativos.

5.5 SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD

Los empleados de todos los niveles están comprometidos

5.5.1 CRITERIOS DE EVALUACION

Funcionamiento, contenido y suministros de servicios

5.5.2 RESPONSABILIDADES

Cae sobre el área de informática, ya que a su cargo tiene recursos: humanos, materiales, equipos y métodos. También esta involucrado el Dpto de Compras.

5.5.3 ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS

Tratamiento para los reclamos presentados por los clientes.

5.5.4 MONITOREO DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE

Entrevistas personalizadas, entrevistas telefónicas y por correo, encuestas vía Internet.

6 ANALISIS ADMINISTRATIVO
6.1 POLITICA LABORAL
6.1.1 HORARIOS DE TRABAJO

Jornada ordinaria de trabajo es de cinco días a la semana, de lunes a viernes.

6.1.2 POLITICAS DE ADMINISTRACION DE PERSONAL

Tipos de Contrato: Por hora, fijo, eventual y por obras
Política Salarial: Avances (Por Obra), Quincenal (fijo, por obras y eventual).
Bonificaciones: Décimo Tercero, décimo cuarto y vacaciones.

6.2 HERRAMIENTAS DE CONTROL Y DESEMPEÑO
6.2.1 EVALUACIONES

Calidad y Cantidad de trabajo, iniciativa e interés, relaciones humanas, disciplina, asistencia y puntualidad.

6.2.2 NORMAS DISCIPLINARIAS

Difundir falsa información, injuriar, difamar o agredir a compañeros o superiores, cometer actos en contra de la moral, ausentarse del lugar de trabajo injustificadamente.

7 ANALISIS LEGAL Y SOCIAL
7.1 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

La empresa esta constituida como una compañía anónima de derecho, esta sujeta a disposiciones, reglas, leyes y políticas del fondo de solidaridad.

7.1.1 LEGISLACION LABORAL Y SU IMPACTO
7.1.1.1 LA NORMATIVA LEGAL LABORAL ECUATORIANA

Las normas institucionales de protección del trabajo fueron concebidas para ser cumplidas sin discriminaciones.

7.1.1.2 ACERCA DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

Es el instrumento fundamental que define las relaciones laborales entre el empleador y los trabajadores.

7.1.2 LEGISLACION TRIBUTARIA Y SU IMPACTO

Elevadas tasas estipuladas, estructura de costos y administración tributaria.

7.2 ASPECTOS LEGALES DEL EMPLEADO
7.2.1 OBLIGACIONES Y DERECHOS
7.2.1.1 VACACIONES

Deberá cumplir con lo siguiente: haber trabajado un año, notificar al trabajador e inspector de área con anticipación la fecha que comienzan las vacaciones.

7.2.1.2 OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Asistir cumplidamente al trabajo, usar ropa de trabajo entregada por la empresa, cumplir con funciones y responsabilidades, cumplir ordenes legitimas, atención cortes y oportuna, guardar absoluta reserva con la información de la empresa.

8 ANALISIS FINANCIEROS
8.1 CAPITAL DE TRABAJO

Dado por el patrimonio neto de los accionistas, los cuales han decidido invertir $ 10000 para iniciar el proyecto

8.2 INVERSION DE ACTIVOS

Se debe a la actualización de computadores a utilizarse

8.3 PRESUPUESTO MENSUAL DE INSUMO

Los insumos que se detallan son los que el proyecto asumirá como parte de el: cd's $ 5, diskette $ 3, resma de hojas A4 $ 16, sobres $ 2.5, carpetas $ 12.5, esferos $ 1, toner de impresoras láser $ 60, da un total de $ 100

8.4 PRESUPUESTO MENSUAL DE INSUMOS

El proyecto asumirá el costo de la contratación de un Web Master, quien llevara el control del sitio, como mantenimientos, actualización, respaldos. Laborara en el departamento de Administración, sueldo mensual de $ 300, aportación al IESS $ 34,05, total mensual $ 334,05, total anual $ 4008,60

8.5 LIQUIDEZ

Es buena puesto que el capital de trabajo neto experimenta un incremento significativo, es sumamente alentador.

8.6 RENTABILIDAD

Es sumamente rentable desde el primer año, ya que la mayor parte de los gastos son asumidos por actividades generales de la empresa. Ya cuenta con equipos importantes como servidores, muebles y enseres. La evaluación integral es muy buena.

9 DOCUMENTACION TECNICA

9.1 FUNCIONALIDAD

El sitio trabaja de forma B2B, el proveedor se conecta a Internet y entra a la página de la empresa, en la cual existe el Sitio de Comercialización de los Servicios de Proveedores, ingresara sus datos y pasaran automáticamente a la base de datos de la empresa.

9.2 DESCRIPCION DE PROCESOS

Registro de Proveedores, Calificación de Proveedores, Concursos, Pago de Inscripciones

9.3 DESCRIPCION DE ARCHIVOS

Código del Sistema, Concursos, Parámetros, Temporal de Proveedores, Maestro de Proveedores, Códigos de Acceso para Proveedores, Sugerencias, Usuarios, Usuarios para Proveedores

BIBLIOGRAFIA

1. **http//www.corpece.org.ec**
2. **http//www.revista.ecua.net.ec**
3. **http//www.supertel.gov.ec**
4. **http//www.princecooke.com**
5. **http//www.internetworldstats.com**
6. **http//www.eemca.com.ec**