

Fig 6.2.3.1 Modificar reporte  
Creado con report wizard

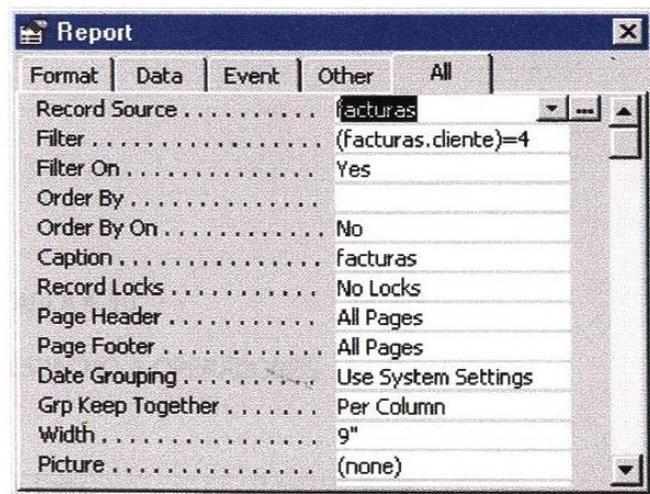


Fig 6.2.3.2 Filtro de registros  
En el reporte , con el propósito de  
Imprimir estados de cuenta por cliente

## 6.2.4 TRAFICO

Este departamento , tiene como finalidad llevar a cabo toda la labor de logística de la carga , con la finalidad de que sea entregada a su destino final en la menor brevedad de tiempo y sin contratiempos.

Es muy importante entonces el registro del despacho de las actividades que se lleven a cabo desde que se recibe la carga , hasta que sea entregada. Un ejemplo se muestra en la figura 6.2.4.1 , en donde se registra el despacho para dar salida a la carga en una linea de transportes. Esta forma será creada en Access con mucha facilidad , simplemente seleccionando la tabla de despachos y pedir que sea creada con Wizard en forma de "Datasheet".

TALON	FECHA DESPACHO	GASTOS	DIESEL	INSTRUCCIONES	
17766	0/13/99	A56748	1500	2500	ESTA MERCANCIA URGE NO DESCARGAR HASTA QUE PAGUEN

Fig. 6.2.4.1. Registro de despachos en una linea de transportes

### 6.2.4.1 Recursos

Aplicación : Microsoft Access

d) **Tablas** : Despachos

TABLA 6.10

DESPACHOS : DESPACHO A OPERADORES

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Talon	Númérico	10
Fecha	Fecha/hora	
Despacho	Text	10
Valedegastos	Númérico	12,2

Valediesel	Numérico	12,2
Instrucciones	Memo	

## 6.2.5 PUBLICIDAD (INTERNET)

Los componentes que incluye Microsoft Office , vienen preparados para publicar páginas de Internet de una manera dinámica , profesional y sobre todo Facil. Pongamos un ejemplo muy sencillo , a través de Word. Simplemente escribimos y diseñamos la página a nuestro gusto como si estuviéramos creando una carta y al finalizar escogemos la opción "Save as Web Page" , salvar como página de internet y listo. En la figura 6.2.5.1 se ilustra este ejemplo.

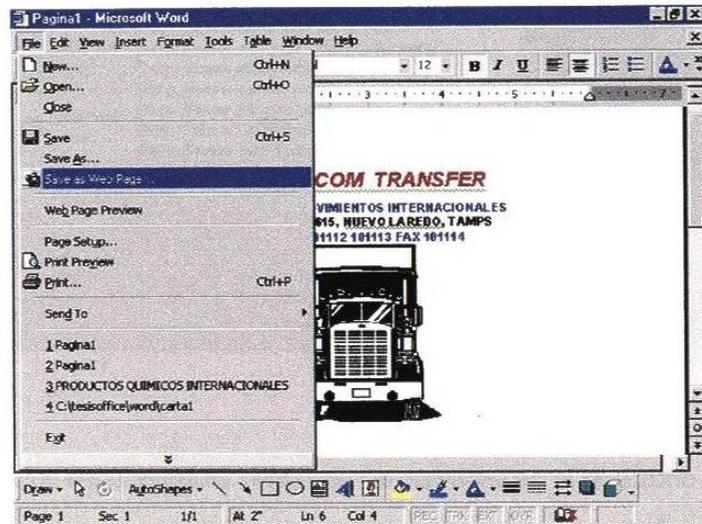


Fig. 6.2.5.1 Salvar undocumento de Word como página de Internet

Sin embargo, en ocasiones se requiere de crear algunas páginas interactivas que nos puedan resolver algunos problemas de automatización y darle un servicio profesional y de calidad a los clientes. En el siguiente capítulo se muestran algunos ejemplos de como publicar nuestras páginas de internet , utilizando algunos componentes de Office como lo son Word y Acces.

Aunque Microsoft Word no es lo ideal para publicar páginas de internet, este posee herramientas que nos ayudan crear estas con bastante facilidad como se mencionó

anteriormente. La figura 6.2.5.2 nos muestra como podemos insertar Links o enlaces que nos permiten navegar a otras páginas.

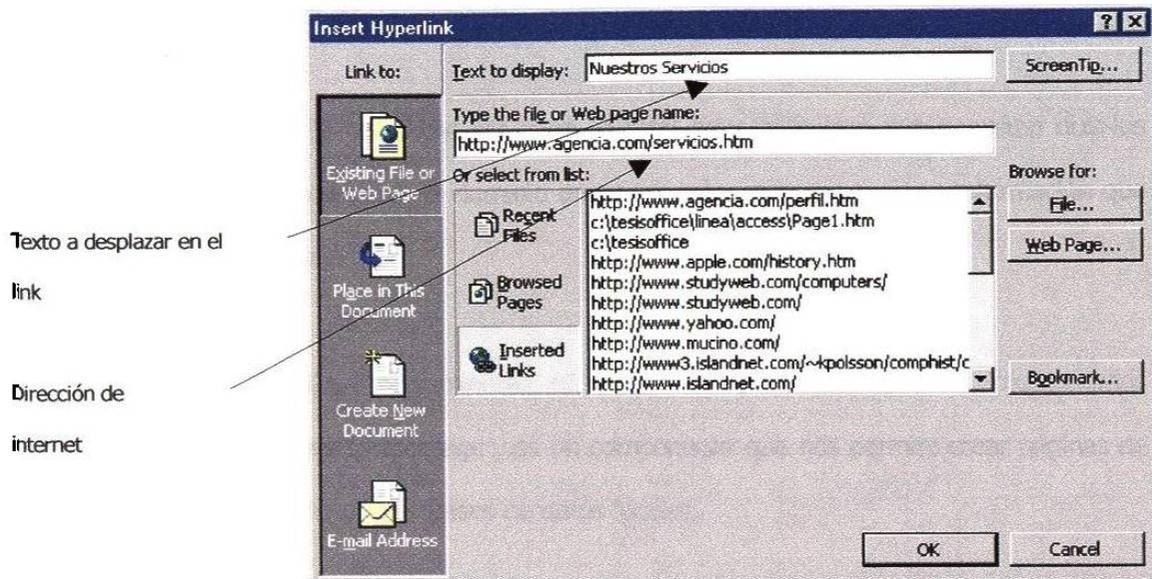


Fig. 6.2.5.2 . Insertar Hyperlink

**Nota :** Es importante mencionar que estas páginas deben de ser salvadas en el directorio del servicio de WWW "wwwroot" , del servidor de Windows NT , para que puedan ser navegadas por el usuario que visita el site.

En algunas ocasiones , se requieren de páginas dinámicas que nos permitan desplazar datos en estas páginas. Microsoft Access , nos brinda la oportunidad de crear estas , utilizando la opción de páginas , que puede ser visto en la figura 6.4.

Una vez seleccionada esta opción , Access nos pregunta la tabla que deseamos incluir en esta página, así como el orden de los campos y el orden de los registros. Una vez realizado esto , podemos visualizar esta a través del explorador de internet.

Aunque podemos crear páginas de internet con los componentes mencionados anteriormente, existe la posibilidad de aprovechar al máximo los beneficios de internet, en donde los clientes , proveedores y terceros pueden contactarse con nuestro negocio y atender sus peticiones de manera automática.

Por lo tanto , nace la necesidad de crear páginas mas dinámicas que permitan que los usuarios que naveguen sobre el dominio de un negocio , accesen a cierta información que la empresa les autorize.

Para esto se requieren herramientas un poco mas poderosas que las mencionadas anteriormente. Microsoft Frontpage , es un componente que nos permite crear páginas de internet con o sin acceso a las bases de datos locales.

Además de esto , nos da la oportunidad de mantener y administrar un sitio de internet y darnos una perspectiva general del web que estamos creando. Front page se compone de 2 elementos que son indispensables para el buen manejo de este. El explorer , que nos permite visualizar y adminstrar webs ; y el editor en donde podemos editar cada página en forma individual.

#### 6.2.5.1 Publicidad sugerida en agencia aduanal , linea transportista y linea de transfers.

En la figura 6.2.5.1.1 , notamos una página principal de una agencia aduanal. Las primeras 3 opciones están relacionadas con la publicidad. Nótese también que fue creada aprovechando el ambiente amigable de frontpage .

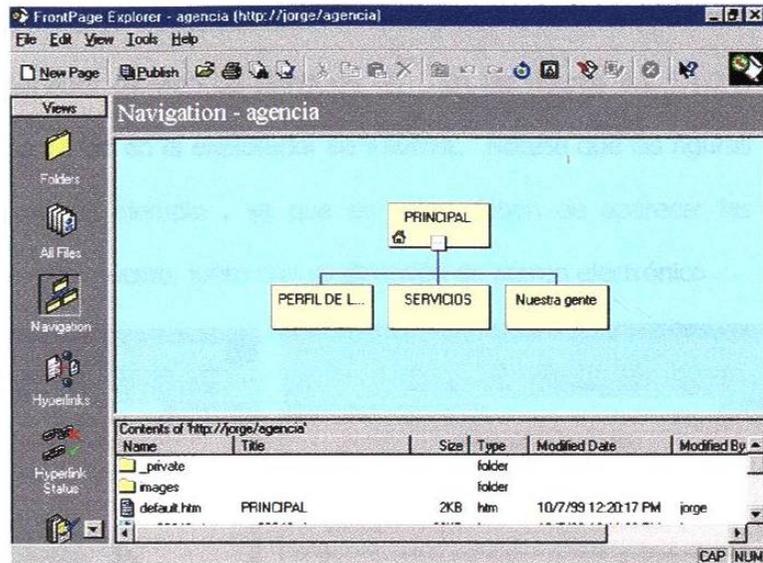


Fig. 6.2.5.1.1 Páginas de publicidad Sugeridas a una Ag. Aduanal, línea de transportes y transfer

Al momento de crear en forma jerárquica las páginas en la sección de navegación , tenemos la oportunidad de editar cada página individualmente . Esto se logra presionando dos veces el boton del mouse y en ese momento , aparecerá front page editor, en donde es posible editar la página seleccionada , tal como si lo hiciéramos en un procesador de palabras. Notese en la figura 6.2.5.1.2, en donde editamos la página de servicios , cuando se seleccionó esta.

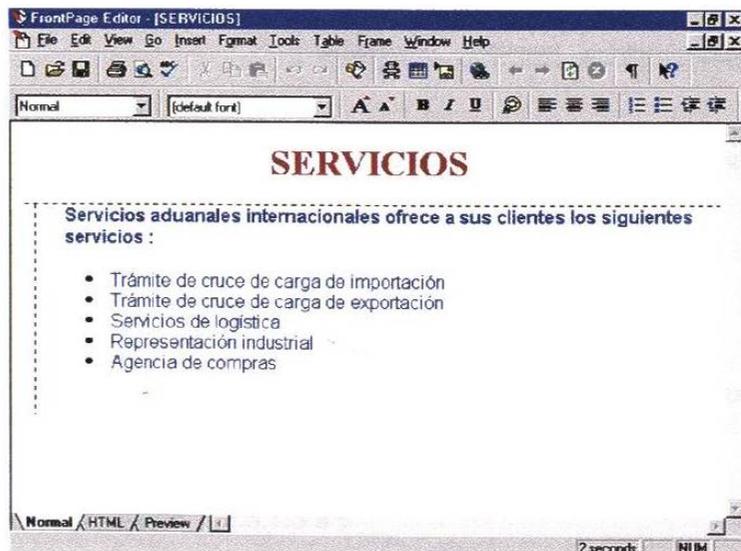
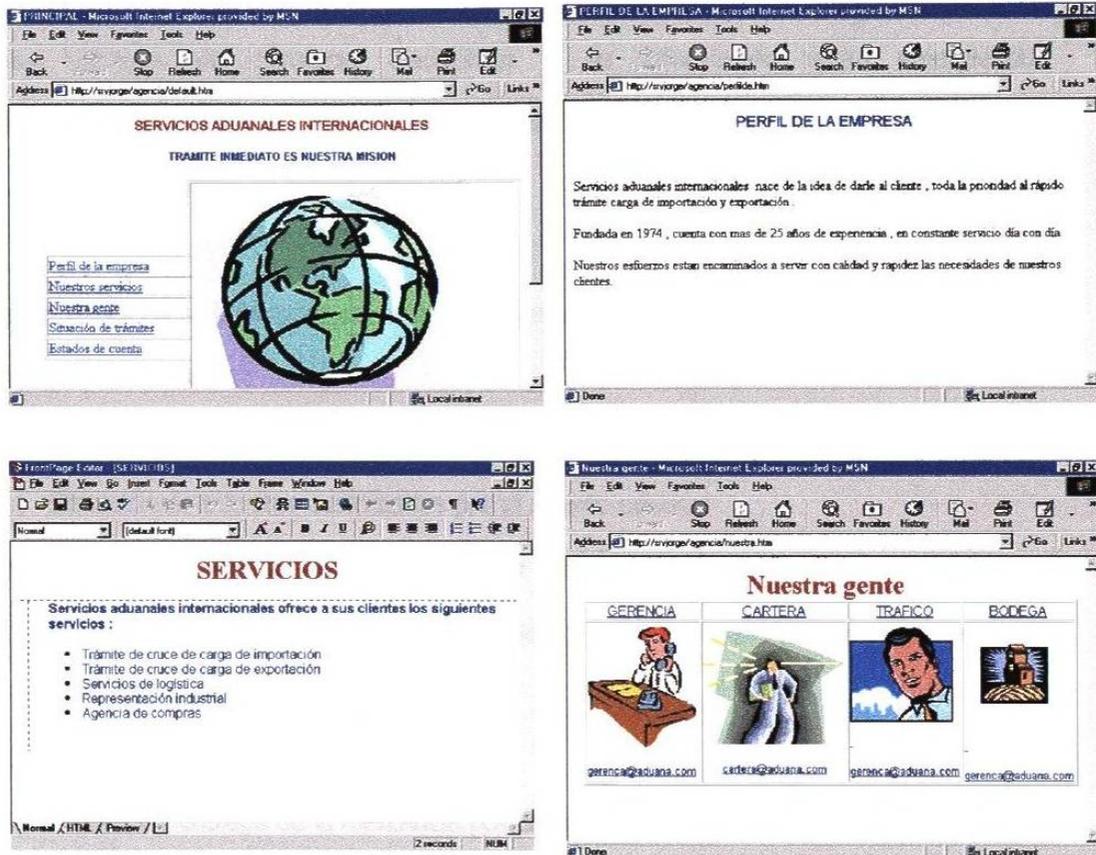


Fig. 6.2.5.1.2 Edición de página de servicios con front page editor

Una vez creadas estas páginas, deben de ser salvadas en la carpeta de servicios de world wide web (wwwroot) en el servidor de web de Windows NT . En las figuras 6.2.5.1.3 a 6.2.5.1.5 observamos como se verían en el explorador de internet. Nótese que las figuras incluidas en la 6.2.5.1.5 , son de ejemplo , ya que en estas deben de aparecer las fotografías de las personas de cada puesto, junto con su dirección de correo electrónico



Figuras 6.2.5.1.3 a 6.2.5.1.5 , Páginas de internet relacionadas con la publicidad del negocio , sugeridas en una agencia aduanal, línea de transporte o línea de transfers.

### 6.2.5.1.1 Recursos

- a) **Aplicación** : Microsoft Word, Microsoft Frontpage , Microsoft Explorer o Netscape Navitator
- b) **Formas** : Mencionadas en figuras 6.2.5.1.3 a 5

#### 6.2.6 . Atención remota a clientes (Internet , Intranet , Extranet)

La atención remota a clientes , es una de las ventajas que proporciona internet a los negocios que tienen la necesidad de ofrecer nuevos servicios a sus clientes , proveedores y agentes externos .

Nuevos servicios de comercio electrónico y de información están emergiendo constantemente en la industria del comercio exterior, causando que sus competidores se vean obligados a pensar en esta posibilidad.

Entre las principales actividades de este tipo , que encontramos en un negocio de comercio exterior , se encuentran :

- a) Situación de trámites custodiados por el agente aduanal
- b) Situación de embarques custodiados por la línea transportista
- c) Situación de remolques que reciben las líneas transportistas mexicanas por parte de las líneas americanas
- d) Cotizaciones
- e) Prueba de entrega de la mercancía por parte de las líneas transportistas
- f) Estados de cuenta

Como ya se mencionó anteriormente , la mayoría de los productos de internet , son capaces de convertir todos sus archivos , de manera que puedan ser visualizados con cualquier explorador de internet. Sin embargo , para lograr mejores resultados , tenemos que utilizar algunos recursos que requieren un poco de conocimientos . Esto no significa que se encuentra fuera del alcance de la quien no tenga experiencia en esto. En realidad , crear

páginas dinámicas que permitan a los agentes externos acceder a los datos que se manejan en la organización no es difícil.

En el siguiente ejemplo , notamos como el cliente puede recuperar información que se le permite, utilizando algunas herramientas como las mencionadas en los capítulos anteriores , además de ciertos componentes de windows .

Windows 95, 98 y NT , incluye ciertos paquetes de software llamados ODBC (Open Database Connectivity) , conectividad abierta a bases de datos. Esto nos permite compartir la información de ciertos paquetes de software , ya sean bases de datos y hojas de cálculo.

Podemos crear una instancia la conectividad de ODBC facilmente . Simplemente navegamos en windows con el boton de inicio o start , y seleccionamos Control Panel. Ahí encontraremos el componente de ODBC.

Una vez que accedamos al componente de odbc , seleccionamos la aplicación que comparte sus archivos. Entre estas podemos encontrar algunas como SQL server , Access , Foxpro , Excel , Orade y archivos de texto. La figura 6.2.6.1 encontramos un ejemplo de como crear una instancia de ODBC.

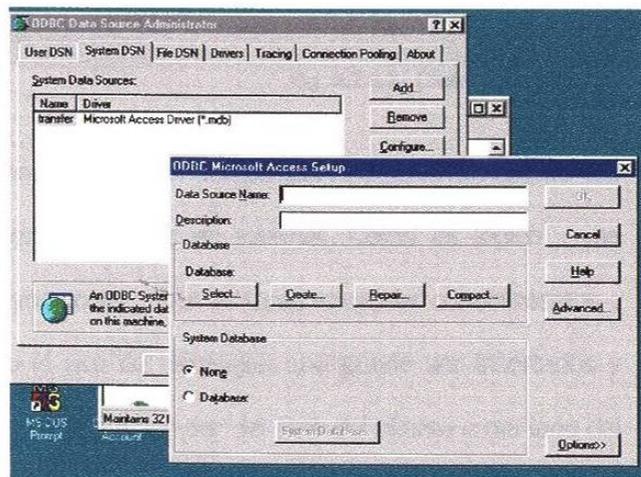


Fig. 6.2.6.1. Crear una instancia de ODBC



mayormente utilizado en las páginas de internet , el HTML . Los lenguajes mayormente utilizados como scripts son el Java , VBScript y el Perl.



Forma      Región de base de datos



Fig. 6.2.6.3 , 6.2.6.4. 6.2.6.5. Páginas dinámicas de acceso a datos del servidor local

### 6.2.6.1 Recursos Agencia Aduanal

- a) **Aplicación** : Microsoft Access , Microsoft Word , Microsoft FrontPage , Windows ODBC
- b) **Tablas** :

TABLA 6.11

SITUATRAF : SITUACION DE TRAMITES DE IMPORTACION Y EXPORTACION

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Referencia	Texto	10
Situacionactual	Texto	30
Observaciones	Text	30
Ciente	Numérico	4,0

TABLA 6.12

CLIENTES : CATALOGO DE CLIENTES

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Número	Numérico	4
Nombre	Text	50
Domicilio	Text	50
Ciudad	Texto	30
Tel1	Text	15
Tel2	Text	15
Fax	Text	15
Contacto	Text	15

6.2.6.2 Recursos , Linea de transportes

c) **Aplicación** : Microsoft Access , Microsoft Word , Microsoft FrontPage , Windows

ODBC

d) **Tablas** :

TABLA 6.13

SITREM : SITUACION DE REMOLQUES AJENOS CUSTODIADOS POR LA LINEA

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Remolque	Texto	10
Lineaprop	Texto	30

FechaRecibido	Date/Time	
FechaEntrego	Date/Time	
Posiciónactual	Texto	30

TABLA 6.14

LINEAS : LINEAS DE TRANPORTE CON QUIEN SE HACE INTERNCAMBIO

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Número	Numérico	4
Nombre	Text	30

### 6.2.6.3 Recursos , Linea de transfer

Facturas : Registro de facturas. Los estados de cuenta por internet se aplican a los 3 tipos de negocio de este estudio.

TABLA 6.15

FACTURAS : FACTURAS DEL TRANSFER

Nombre del campo	Tipo	Longitud
Factura	Numérico	10
Fecha	Fecha/hora	
Cliente	Numérico	4
Destino	Text	30
Operador	Numérico	4
Tractor	Text	10
Remolque	Text	10
Salede	Numérico	4
Entraa	Numérico	4
Tipo	Numérico	4
Importe	Currency	
IVA	Currency	
Pagada	Yes/No	
Pagadacon	Text	15

TABLA 6.16

CLIENTES : CATALOGO DE CLIENTES

<b>Nombre del campo</b>	<b>Tipo</b>	<b>Longitud</b>
Número	Numérico	4
Nombre	Text	50
Domicilio	Text	50
Ciudad	Texto	30
Tel1	Text	15
Tel2	Text	15
Fax	Text	15
Contacto	Text	15

### 6.3 EL ENFOQUE DE MERCADO

Aunque la idea original pueda considerarse muy alentadora, es necesario el desarrollo de un estudio de mercado que nos permita de manera objetiva conocer la proyección a futuro de este producto en cuanto a rentabilidad.

Todo esto es necesario para evitar la pérdida de dinero , tiempo y esfuerzo realizado. En este estudio , consideraremos los siguientes aspectos :

a) Tipo de producto : Este producto , como se menciona en el capítulo 6 , se refiere a un servicio para transformar , crear u optimizar el concepto de automatización de oficinas en la PYME del comercio exterior en la ciudad de Nuevo Laredo, Tamps. Consiste en dotar de conocimientos y experiencia a un administrador del negocio , en esta tecnología ; para que el mismo pueda automatizar por completo las actividades principales, según su criterio y necesidades del negocio. La presentación de este , se hará en modelos económicos que mejor se adapten a la capacidad y necesidad específica del cliente . Estos son :

- Básico : Incluye : Recepción de documentos , facturación y cuentas por cobrar
- Administrativo : Incluye : Recepción de documentos , facturación , cuentas por cobrar y tráfico
- Empresarial : Incluye : Recepción de documentos , facturación , cuentas por pagar , tráfico, publicidad en internet y atención remota al cliente a través de internet , intranet y extranet.

b) Áreas de aplicación : El producto se aplica únicamente en las áreas administrativas y operativas de las oficinas de la PYME.

- c) Segmento de mercado : Este producto sera posicionado en un nicho de mercado en donde la PYME del comercio exterior no ha podido lograr el nivel optimo de automatizacion de oficinas logrado.
- d) Canales de distribucion : Debido a que este producto es demasiado especializado y quizas innovador , la distribucion sera atendiendo al cliente en forma personal .
- e) Publicidad : El producto planea darse a conocer por algunos de los siguientes medios de comunicacion :
- Boletines y exhibiciones impartidos por la asociacion de agentes aduanales
  - Boletines y exhibiciones impartidos por la Central de servicios de carga , y la CONATRAM
  - Radio , Prensa y Television
  - Sitios de internet frecuentemente visitados por la mayoria de los empresarios ( [www.globalpc.net](http://www.globalpc.net) , [www.bravonet.net](http://www.bravonet.net) , [www.aduanet.net](http://www.aduanet.net) )
  - Correo electronico
- f) Costos , Precio de venta : Los costos y el precio de venta del producto se identifican segun sea el paquete ofrecido. Estos pueden ser :
- Paquete básico : Incluye : Recepcion de documentos , facturación y cuentas por cobrar. Este paquete es básico y presenta las areas de automatizacion de tipo administrativa mas comunes , por lo tanto podria considerarse como el mas importante de los tres . Es importante mencionar que los costos y precios mencionados se cotizan a un solo nodo de red ; esto implica 1 licencia por cada componente de software recomendado. Estos pueden figurarse de la siguiente manera :

TABLA 6.17  
PAQUETE BASICO

Concepto	Precio de Vta.
1 Licencia Office Version Profesional	340
Contratar a 1 maestro que imparta el curso del prototipo estandar (15 hrs. x 17.50 dls)	263
Curso de Office impartido por gente externa	140
Total costos	743
Porcentaje de Utilidad 60%	446
TOTAL	USA DLS 1,189

- Paquete Administrativo : Abarca las areas de recepción de documentos , facturación , cuentas por cobrar y tráfico. Aquí se ofrecen la totalidad de las areas administrativas y operativas de la oficina . Este producto tiene un costo y un precio de venta de :

TABLA 6.18  
PAQUETE ADMINISTRATIVO

Concepto	Precio de Vta.
1 Licencia Office Version Profesional	340
Contratar a 1 maestro que imparta el curso del prototipo estandar (20 hrs. x 17.50 dls)	350
Curso de Office impartido por gente externa	140
Total costos	830
Porcentaje de Utilidad 60%	498
TOTAL	USA DLS 1,328

- Paquete Empresarial : Este paquete incluye todos los componentes de asesoria ofrecidos. La principal ventaja, es la de ofrecer ademas de los anteriores, la posibilidad de abrir las puertas del negocio sobre internet , intranet o extranet .

TABLA 6.19  
PAQUETE EMPRESARIAL

Concepto	Precio de Vta.
1 Licencia Office Version Profesional	340
Contratar a 1 maestro que imparta el curso del prototipo estandar (30 hrs. x 17.50 dis)	525
Curso de Office impartido por gente externa	140
1 Licencia de Microsoft Front Page	180
Curso de frotpage impartido por gente externa	260
Total costos	1,445
Porcentaje de Utilidad 60%	867
TOTAL	2,312

g) Proyeccion de ventas : Se considera que los clientes potenciales puedan ser 400 , distribuidos en la siguiente forma :

- 200 Agencias aduanales
- 130 lineas de transportes
- 70 lineas de transfer

Si tomamos en consideracion la posibilidad de los clientes diario visitados , serian al mes 40 clientes , es decir que en un año pueden ofrecerse los productos a la totalidad de los clientes potenciales apoyados en una publicidad de 3 meses al inicio de las actividades.

A continuacion se presenta una estimacion de ventas anual considerando las siguientes bases :

- 1) Se visitaran 2 clientes diarios
- 2) Se publicitara los primeros 3 meses
- 3) Se estima un inicio bajo en ventas los primeros 3 meses mientras el producto se da a conocer

Las graficas mostrarán los aumentos estimados de ventas conforme el producto se conozca y serán presentados en 3 escenarios que son :

- a) Escenario conservador : 25% de ventas sobre visitas efectuadas

TABLA 6.20

VENTAS PROYECTADAS , ESCENARIO CONSERVADOR

MES	PAQUETE BASICO	PAQUETE ADMINISTRATIVO	PAQUETE EMPRESARIAL
Enero	1		
Febrero	3		
Marzo	2	1	
Abril	3	1	1
Mayo	6	1	1
Junio	3	1	1
Julio	5	3	2
Agosto	9	4	2

LA 6.20 ( Continúa )

Septiembre	8	3	1
Octubre	7	4	2
Noviembre	6	3	6
Diciembre	3	2	5
Totales	56	23	21
			100 Paquetes

b) Escenario promedio : 50% de ventas sobre visitas efectuadas

TABLA 6.21

VENTAS PROYECTADAS , ESCENARIO PROMEDIO

MES	PAQUETE BASICO	PAQUETE ADMINISTRATIVO	PAQUETE EMPRESARIAL
Enero	2		
Febrero	2	2	
Marzo	5	3	
Abril	4	1	1
Mayo	12	5	4
Junio	4	2	3
Julio	10	7	3
Agosto	15	11	4
Septiembre	13	10	2

TABLA 6.21 ( Continúa )

Octubre	15	6	2
Noviembre	17	7	3
Diciembre	12	2	13
Totales	111	54	35 200 Paquetes

c) Escenario optimista : 75% de ventas sobre visitas efectuadas

TABLA 6.22

VENTAS PROYECTADAS , OPTIMISTA

MES	PAQUETE BASICO	PAQUETE ADMINISTRATIVO	PAQUETE EMPRESARIAL
Enero	6		
Febrero	5	2	
Marzo	6	3	
Abril	5	3	1
Mayo	11	5	3
Junio	13	6	4
Julio	25	15	10
Agosto	20	10	10
Septiembre	30	10	10
Octubre	12	6	6
Noviembre	14	8	10
Diciembre	14	3	14

TABLA 6.22 ( Continúa )

Totales	161	71	68 300 Paquetes
---------	-----	----	--------------------

## 6.4 SIMULACION FINANCIERA

Segun la proyección de ventas mencionada anteriormente , podemos figurar una simulacion financiera que nos permita analizar a fondo el impacto de la inversion realizada , los ingresos y costos que se generen . Para esto es necesario considerar :

### 1) Inversion inicial

TABLA 6.23  
INVERSION INICIAL

1 computador , suficiente capacidad , impresora inyección de tinta	1,500
1 mes de renta del local mas gastos de instalacion	300
Gastos iniciales de operacion (7 licencias de office en los primeros 3 meses , considerando escenario conservador)	3,000
TOTAL	4,800

TABLA 6.24  
GASTOS FIJOS MENSUALES

Gastos generales : Agua 30 , Luz 100 , Tel. 80 Asesoría profesional en comercio exterior 500	710
Asesoría por promoción	Se indica en el punto nº 4

### 2) Balance inicial

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>			
CAJA Y BANCOS	3,000.00		
<b>FIJO</b>		<b>CAPITAL</b>	
EQ. DE COMPUTO	1,500.00	CAPITAL	4,800.00
<b>DIFERIDO</b>			
RENTAS PAG POR ADELANTADO	300.00		
<b>SUMA EL ACTIVO</b>	<b>4,800.00</b>	<b>PAS Y CAP.</b>	<b>4,800.00</b>

Fig. 6.3.1 Balance Inicial

3) Supuestos :

- a) Todas las ventas son a contado
  - b) Los cursos que se impartan en cualquier paquete , tienen una duracion maxima de dos meses
  - c) Al terminar los cursos , el cliente tiene derecho a una promocion de 6 horas de asesoria , que le ayuden a disenar sus aplicaciones especificas , segun sus necesidades y las de su empresa
  - d) Esta asesoria debera ser tomada por el cliente inmediatamente despues de terminar los cursos del paquete que adquiriera ; ademas tiene un plazo de un mes para tomarla.
- 4) Costo por asesoria de promocion : Como se mencionó anteriormente , existe una promocion de asesoria que tiene como propósito ayudar al administrador a generar sus propias aplicaciones que le ayuden a resolver las necesidades de su negocio . Por lo tanto , es necesario calcular el costo que se genera para pagarte honorarios a un profesionista que lleve a cabo esta función. Calculando estas, segun los tres escenarios mostrados , diríamos :

A) Escenario conservador

TABLA 6.25

ASESORIA EN PROMOCION , ESCENARIO CONSERVADOR

MES	PAQUETES BASICOS TERMINADOS	PAQUETES ADMINIST. TERMINADOS	PAQUETES EMPRES. TERMINADOS	HORAS DE PROMOCION A CUMPLIR (17.50 DLS P/HORA)	ASESORIA A PAGAR
ENE					
FEB					
MAR	1			6X1=6	105
ABR	3			6X3=18	315
MAY	2	1		6X3=18	315
JUN	3	1	1	6X5=30	525
JUL	6	1	1	6X8=48	840
AGO	3	1	1	6X5=30	525
SEP	5	3	2	6X10=60	1050
OCT	9	4	2	6X15=90	1575
NOV	8	3	1	6X12=72	1260
DIC	7	4	2	6=13=78	1365

B) Escenario promedio

TABLA 6.26

ASESORIA EN PROMOCION , ESCENARIO PROMEDIO

MES	PAQUETES BASICOS TERMINADOS	PAQUETES ADMINIST. TERMINADOS	PAQUETES EMPRES. TERMINADOS	HORAS DE PROMOCION A CUMPLIR (17.50 DLS P/HORA)	ASESORIA A PAGAR
ENE					
FEB					
MAR	2			6X2=13	227.50
ABR	2	2		6X4=24	420.
MAY	5	3		6X8=48	840
JUN	4	1	1	6X6=36	612.50
JUL	12	5	4	6X21=126	2205
AGO	4	2	3	6X9=54	945
SEP	10	7	3	6X20=120	2100
OCT	15	11	4	6X30=180	3150
NOV	13	10	2	6X25=150	2625
DIC	15	6	2	6X23=138	2415

C) Escenario Optimista

TABLA 6.27

ASESORIA EN PROMOCION , ESCENARIO OPTIMISTA

MES	PAQUETES BASICOS TERMINADOS	PAQUETES ADMINIST. TERMINADOS	PAQUETES EMPRES. TERMINADOS	HORAS DE PROMOCION A CUMPLIR (17.50 DLS P/HORA)	ASESORIA A PAGAR
ENE					
FEB					
MAR	6			6X6=36	630
ABR	5	2		6X7=42	735
MAY	6	3		6X9=54	945
JUN	5	3	1	6X9=54	945
JUL	11	5	3	6X19=114	1995
AGO	13	6	4	6X23=138	2415
SEP	25	15	10	6X50=300	5250
OCT	20	10	10	6X40=240	4200
NOV	30	10	10	6X50=300	5250
DIC	12	6	6	6X24=144	2520

Estos parametros nos permiten proyectar los siguientes estados financieros :

a) Flujos de efectivo proyectados

1) Escenario conservador

• Primer semestre

	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.
SALDO INICIAL	3,000	2,736	3,364	3,939	5,617	8,633
INGRESOS	1,189	3,567	3,706	7,207	10,774	7,207
COSTO DE VTAS.	743	2,229	2,316	4,504	6,733	4,504
G. GRALES. FIJOS	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOCION			105	315	315	525
SALDO FINAL	2,736	3,364	3,939	5,617	8,633	10,101

Fig 6.3.2 , Flujo de efectivo, Escenario conservador

• Segundo semestre

	<b>JUL.</b>	<b>AGO.</b>	<b>SEP.</b>	<b>OCT.</b>	<b>NOV.</b>	<b>DIC.</b>
SALDO INICIAL	10,101	14,009	20,514	24,683	29,246	36,648
INGRESOS	14,553	20,637	15,808	18,259	24,990	16,931
COSTO DE VTAS.	9,095	12,897	9,879	11,411	15,618	11,114
G. GRALES FIJOS	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOCION	840	525	1,050	1,575	1,260	1,365
SALDO FINAL	14,009	20,514	24,683	29,246	36,648	40,390

Fig 6.3.3 , Flujo de efectivo,  
Escenario conservador

## 2) Escenario promedio

- Primer semestre

	<b>ENE.</b>	<b>FEB.</b>	<b>MAR.</b>	<b>ABR.</b>	<b>MAY.</b>	<b>JUN.</b>
SALDO INICIAL	3,000	3,182	4,360	7,146	9,165	18,925
INGRESOS	2,378	5,034	9,929	8,396	30,156	14,348
COSTO DE VTAS	1,486	3,146	6,205	5,247	18,846	8,967
G. GRALES. FIJO	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOCION			228	420	840	613
SALDO FINAL	3,182	4,360	7,146	9,165	18,925	22,983

Fig 6.3.4 , Flujo de efectivo,  
Escenario conpromedio

- Segundo semestre

	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
SALDO INICIAL	22,983	30,615	44,596	54,298	61,850	72,184
INGRESOS	28,122	41,691	33,361	30,427	36,445	46,980
COSTO DE VTA	17,575	26,055	20,849	19,015	22,776	29,361
G. GRALES FI	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOC	2,205	945	2,100	3,150	2,625	2,415
SALDO FINAL	30,615	44,596	54,298	61,850	72,184	86,678

Fig. 6.3.5 Flujo de efectivo  
Escenario promedio

## 3) Escenario optimista

- Primer semestre

	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.
SALDO INICIAL	3,000	4,966	7,482	10,312	13,458	21,800
INGRESOS	7,134	8,601	11,118	12,241	26,655	32,673
COSTO DE VTAS	4,458	5,375	6,948	7,650	16,658	20,419
G. GRALES. FIJO	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOCION			630	735	945	945
SALDO FINAL	4,966	7,482	10,312	13,458	21,800	32,399

Fig. 6.3.6 Flujo de efectivo  
escenario optimista

- Segundo semestre

	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO INICIAL	32,399	56,984	76,429	97,499	106,131	119,069
INGRESOS	72,765	60,180	72,070	36,108	50,390	52,998
COSTO DE VTAS.	45,475	37,610	45,040	22,566	31,492	33,122
G. GRALES. FIJO	710	710	710	710	710	710
G. G. PROMOCIO	1,995	2,415	5,250	4,200	5,250	2,520
SALDO FINAL	56,984	76,429	97,499	106,131	119,069	135,715

Fig. 6.3.7 Flujo de efectivo  
Escenario optimista

#### 4) Estados financieros proyectados a un año

##### a) Escenario conservador

- Balance general

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>			
CAJA Y BANCOS	40,390.00		
<b>FIJO</b>		<b>CAPITAL</b>	
EQ. DE COMPUTO	1,500.00	CAPITAL	4,800.00
<b>DIFERIDO</b>		UTILIDAD DEL	
RENTAS PAG POR		EJERCICIO	37,390.00
ADELANTADO	300.00		
<b>SUMA EL ACTIVO</b>	<b>42,190.00</b>	<b>PAS Y CAP.</b>	<b>42,190.00</b>

Fig. 6.3.8 Balance general,  
Escenario conservador

- Estado de resultados

VENTAS	144,828.00
COSTO DE VENTAS	91,043.00
UTILIDAD BRUTA	53,785.00
GASTOS GENERALES	16,395.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	37,390.00

Fig. 6.3.9 Estado de resultados,  
Escenario conservador

b) Escenario promedio

- Balance general

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>		<b>CAPITAL</b>	
CAJA Y BANCOS	86,678.00	CAPITAL	4,800.00
 		UTILIDAD DEL EJERCICIO	83,678.00
<b>FIJO</b>		 	
EQ. DE COMPUTO	1,500.00	<b>PAS Y CAP.</b>	88,478.00
<b>DIFERIDO</b>			
RENTAS PAG POR ADELANTADO	300 00		
<b>SUMA EL ACTIVO</b>	88,478.00		

Fig. 6.3.10 Balance general,  
Escenario promedio

- Estado de resultados

VENTAS	287,267.00
COSTO DE VENTAS	<u>179,528.00</u>
UTILIDAD BRUTA	107,739.00
GASTOS GENERALES	24,061.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	83,678.00

Fig. 6.3.11 Estado de resultados,  
Escenario promedio

- c) Escenario optimista

- Balance general

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>		<b>CAPITAL</b>	
CAJA Y BANCOS	135,715.00	CAPITAL	4,800.00
 		UTILIDAD DEL EJERCICIO	132,715.00
<b>FIJO</b>		 	
EQ. DE COMPUTO	1,500.00	<b>PAS Y CAP.</b>	137,515.00
<b>DIFERIDO</b>			
RENTAS PAG POR ADELANTADO	300 00		
<b>SUMA EL ACTIVO</b>	137,515.00		

Fig. 6.3.12 Balance general,  
Escenario optimista

- Estado de resultados

VENTAS	442,933.00
COSTO DE VENTAS	<u>276,813.00</u>
UTILIDAD BRUTA	166,120.00
GASTOS GENERALES	33,405.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	132,715.00

Fig 6.3.13 Estado de resultados  
Escenario optimista

## 6.5 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

En este estudio en contramos las siguientes ventajas y desventajas

### **Ventajas :**

- Bajos costos ya sean de inversion y desarrollo
- Tiempo de respuesta a corto plazo
- Se inicia una metodología formal de aprovechamiento en tecnologías de automatización de oficinas
- Se evitan los costos en asesoría a futuro
- Se evitan el costo de mantener a una persona en sistemas de información
- El ahorro de la adquisición de algún sistema de información comercial
- Posibilidad de el personal de la empresa sea autosuficiente para el aprovechamiento de estas tecnologías

### **Desventajas :**

- EL proyecto puede fracasar , si la persona que lo emprenda , no tiene la capacidad de liderazgo , visión empresarial y creatividad necesaria.
- Falta de credibilidad del personal directivo debido a que este proyecto no lo lideree personal de sistemas
- Posible rechazo al cambio
- La tecnología se hace obsoleta en poco tiempo , esto provocaría que la inversión no rinda como se esperaba en caso de que no se desarrolle en tiempo adecuado
- Para aplicaciones mas profesionales , se requiere tecnología mas sofisticada , como bases de datos de tipo cliente-servidor , lenguajes orientados al objeto etc. Esto ocasionaría que con el paso del tiempo surja la necesidad de ampliar este proyecto , lo que significaría nuevos costos.

## 6.6 LIMITACIONES DEL PRODUCTO

- Algunas tecnologías que son muy importantes para el desarrollo de aplicaciones de internet, no están incluidas, debido a que se requieren mucho más conocimientos que los que se adquieren en un curso de Office 2000 o Windows. Sin embargo queda vigente la posibilidad de asimilar esta tecnología con nuevos proyectos.
- Los componentes de office tienen todo lo necesario para automatizar, sin embargo para aplicaciones más profesionales, se requieren lenguajes y paquetes mucho más sofisticados.

## 6.7 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Como es regular, un producto tiene un tiempo o un ciclo de vida, ya que conforme el consumidor encuentre más opciones, o la competencia ofrezca nuevos productos, este tendrá tiempos de inicio, crecimiento, madurez y declive. Este ciclo puede ser representado de la siguiente manera:

TABLA 6.28

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

FASE	SUCESOS
INTRODUCCION (3 MESES)	1) ESFUERZO PUBLICITARIO 2) EL PRODUCTO SE EMPIEZA A CONOCER VENTAS ESPORADICAS
CRECIMIENTO (6 MESES)	1) MAYOR LABOR DE VENTAS 2) SE INICIAN LA CONSULTORIA
MADUREZ (1 AÑO)	1) EL PRODUCTO YA ES CONOCIDO Y OPERADO 2) CONSULTORIAS ESPORADICAS
DECLIVE (MAS DE DOS AÑOS)	1) EL PRODUCTO ES OPERADO POR LAS EMPRESAS 2) LOS LIDERES BUSCAN EL NUEVO PRODUCTO (LA ACTUALIZACION CONSTANTE)