

**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR  
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS EMPRESARIALES**

**PROYECTO DE SISTEMA DE UNIFICACIÓN COMERCIAL  
FUNCIONAL DE UN SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
TELEFONIA PARA PERSONAS JURÍDICA.**

**Trabajo Profesional para optar el Título de Ingeniero de  
Sistemas Empresariales.**

**Verónica Mariluz Rojas Ortiz.**

**Miraflores Junio 2011**

INDICE .....	4
1. ASPECTO METODOLOGICO.....	6
1.1 INTRODUCCION.....	7
1.2 DESCRIPCION DEL CONTEXTO Y LA EMPRESA.....	8
1.1.1 DATOS DE LA EMPRESA.....	8
1.1.2 ANTECEDENTES.....	10
1.1.3 PROBLEMÁTICA.....	10
1.1.4 OBJETIVOS.....	11
1.1.5 ESTRATEGIA.....	11
1.1.6 JUSTIFICACION.....	11
1.1.7 OBJETIVO DEL PRODUCTO.....	12
1.1.8 ALCANCE DEL PRODUCTO.....	12
2. ASPECTOS DEL MARCO DE REFERENCIA.....	15
2.1 MARCO TEORICO.....	16
2.1.1 INGENIERÍA DEL SOFTWARE.....	16
2.1.2 GESTION DE PROYECTO - PMBOK.....	29
2.2 METODOLOGIA.....	32
3. ETAPA DE PREPARACION Y EVALUACION DEL PROYECTO.....	33
3.1 IDENTIFICACION DEL TIPO DE NEGOCIO O EMPRESA A DESARROLLAR.....	34
3.2 PLAN ESTRATEGICO DEL SISTEMA PROPUESTO.....	34
3.2.1 OBJETIVOS DEL PRODUCTO.....	34
3.2.2 ANALISIS FODA.....	35
3.2.3 ANALISIS PEST.....	36
3.3 MARKETING Y ESTUDIO DE MERCADO.....	37
3.3.1 PROGRAMA ESTRATEGICO DE LA EMPRESA.....	37
3.3.2 ESTRUCTURA Y DETERMINACION DEL MERCADO.....	37
3.3.3 DEMANDA Y OFERTA POTENCIAL.....	38
3.3.4 ESTRATEGIA COMERCIAL.....	38
3.3.5 ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	39
3.4 ESTIMACIÓN Y PROYECCIÓN DE LAS VENTAS POR PERIODOS DE TIEMPO.....	41
3.4.1 ANUAL.....	41
3.4.2 ESTIMACION DE COSTOS Y GASTOS DE MARKETING.....	41
3.4.3 GASTOS DE MARKETING.....	42
3.4.4 GASTOS DE CAPACITACIÓN.....	42
3.5 DETERMINACIÓN DEL TAMANO DEL PROYECTO.....	43
3.5.1 DETERMINACION DE LA AMPLITUD QUE ABARCARA EL PROYECTO Ó NEGOCIO PROPUESTO.....	43
3.6 INGENIERIA DEL PROYECTO.....	58
3.6.1 TECNOLOGIA.....	58
3.6.2 PROCESOS PRODUCTIVOS.....	59
3.6.3 MACRO Y MICRO PROCESOS.....	60
3.7 DECISIONES DE LOCALIZACION.....	63
3.7.1 UBICACIÓN DE LA PLANTA Y/O UBICACIÓN DE LAS OFICINAS PRINCIPALES.....	63

3.7.2	SUCURSALES Y FILIALES. ....	64
3.7.3	REPRESENTANTES O FRANQUISIANTES.....	64
3.8	ESTIMACION DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION.....	64
3.8.1	COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS PROYECTADOS.....	64
3.8.2	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE MARKETING. ....	64
3.8.3	DEPRECIACION DEL EQUIPOS. ....	64
3.8.4	OTROS GASTOS DE DESARROLLO.....	65
3.8.5	PROYECCION ANUAL DE COSTOS Y GASTOS. ....	65
3.9	CAPITAL HUMANO. ....	65
3.10	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA. ....	69
3.10.1	ASPECTOS LEGALES EN LA FORMACIÓN Ó CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA. ....	69
3.10.2	ASPECTOS ORGANIZACIONALES. ....	69
3.11	RIESGOS DEL PROYECTO. ....	70
3.11.1	MONTO ESTIMADO A INVERTIR .....	70
3.11.2	MONTO ESTIMADO A FINANCIAR.....	70
3.11.3	FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO.....	70
3.11.4	RIESGO DEL SECTOR. ....	70
3.11.5	RIESGO PAÍS E INTERNACIONAL.....	70
3.11.6	RIESGO DE LA COMPETENCIA. ....	71
3.11.7	OTROS RIESGOS POR TIPO DE PROYECTO.....	71
3.12	EVALUACION FINANCIERA.....	72
3.12.1	DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	74
3.12.2	DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADA.....	74
3.12.3	FINANCIAMIENTO DE PRÉSTAMO BANCARIO.....	76
3.12.4	DETERMINACIÓN DEL VAN, TIR DEL PROYECTO.....	77
3.12.5	DETERMINACIÓN DEL PAYBACK DEL PROYECTO.....	77
3.13	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO. ....	78
3.13.1	RECURSOS PROPIOS.....	78
3.13.2	FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO.....	78
4	CONCLUSIONES Y COMENTARIOS FINALES. ....	78
5	RECOMENDACIONES. ....	79
6	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO. ....	80
6.1	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO EN TELCOM PERU S.A. 80	
6.2	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO EN LAS OPERADORAS DE LA REGION.....	81
7	BENEFICIOS DEL PROYECTO PARA TELCOM PERU.....	82
8	FUENTES. ....	83
9	ANEXOS.....	84