

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



**SISTEMA DE GESTIÓN DE OFERTAS PARA LICITACIONES
DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO EN EL ÁREA DEL
SECTOR CONSTRUCCIÓN**

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

ALDO DÁVILA MORÓN

Miraflores, 2011

DEDICATORIA

**A mis padres, por inculcarme los valores
que me han formado como persona.**

**A mi esposa, por su apoyo constante durante
el periodo que ha durado mi carrera.**

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
EXECUTIVE SUMMARY	5
INDICE DE TABLAS	11
INDICE DE FIGURAS	14
INTRODUCCION.....	16
CAPITULO I – MARCO TEORICO.....	19
1. ANTECEDENTES.....	19
1.1. SISTEMA DE OFERTAS EN PEOPLESOFT 7.5	19
1.2. SISTEMA DE REGISTRO DE OPORTUNIDADES (REGOP).....	22
2. LEY Y REGLAMENTO DE LAS CONTRATACIONES CON EL ESTADO	26
2.1. PROCESO DE SELECCION	27
2.2. TIPOS DE PROCESO DE SELECCION	28
2.3. REGISTRO DE PARTICIPANTES	32
2.4. PRESENTACION DE LA PROPUESTA	33

2.5. EVALUACION DE PROPUESTAS Y OTORGAMIENTO DE BUENA PRO	35
3. LA ORGANIZACION COSAPI S.A.....	37
4. DEFINICION DE TERMINOS BASICOS.....	40
5. DEFINICION DEL PROBLEMA	43
6. OBJETIVOS	44
7. JUSTIFICACION.....	44
CAPITULO II – SISTEMA SIGO	48
1. DIAGRAMA CONCEPTUAL DEL PROCESO DE PRESUPUESTOS Y LICITACIONES.....	48
2. DISEÑO METODOLOGICO.....	50
3. CARACTERISTICAS DEL SISTEMA.....	51
4. CRONOGRAMA DE DESARROLLO DEL SISTEMA	52
5. PRINCIPALES PANTALLAS DEL SISTEMA.....	53
5.1. CONSULTA DE OFERTAS	53
5.2. CONVOCATORIA DE OFERTA.....	55
5.3. CALENDARIO DE LA OFERTA	58
5.4. RESPONSABLES DE LA OFERTA	61
5.5. CONDICIONES DE LA OFERTA	62
5.6. DOCUMENTOS RECIBIDOS.....	66
5.7. DOCUMENTOS A PRESENTAR.....	68
5.8. SEGUIMIENTO DE OFERTA	70
5.9. REGISTRO DE NOTA DE SEGUIMIENTO	71
5.10. RESULTADO DE LA OFERTA.....	73
5.11. REPORTES.....	73
CAPITULO III – DESARROLLO DEL PROYECTO PROFESIONAL	76
1. DESCRIPCION DEL PROYECTO.....	76
2. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO BASICO.....	77

2.1. LA EMPRESA.....	77
2.2. ANALISIS FODA.....	79
2.3. ANALISIS PEST	80
2.4. OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	86
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	87
3.1. APLICACION DE ENCUESTA.....	88
4. ANALISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS	92
5. PLAN DE MARKETING.....	94
5.1. PUBLICO OBJETIVO.....	95
5.2. PRODUCTO	97
5.3. PRECIO	98
5.4. PLAZA.....	98
5.5. PROMOCION.....	99
6. ESTIMACION Y PROYECCION DE VENTAS	99
6.1. ANUAL	99
6.2. ESTIMACION DE LOS COSTOS Y GASTOS.....	100
7. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	107
7.1. VISION DE LA SOLUCION.....	107
7.2. ARQUITECTURA DE LA SOLUCION.....	109
7.3. SEGURIDAD Y AUDITORIA	109
7.4. CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	110
8. ORGANIZACION DE LA EMPRESA	110
8.1. CAPITAL HUMANO	111
8.2. LOCALIZACION DEL NEGOCIO	126
8.3. PROYECCION ANUAL DE LOS COSTOS Y GASTOS	
129	
9. DETERMINACION DE LA TASA DE DESCUENTO	130
10. RIESGOS DEL PROYECTO	131
11. EVALUACION FINANCIERA	134

11.1. ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO	135
11.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	136
11.3. DETERMINACION DEL VAN, TIR Y PAYBACK DEL PROYECTO.....	136
12. FINANCIAMIENTO	137
CONCLUSIONES.....	139
RECOMENDACIONES.....	141
BIBLIOGRAFIA	142