



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



UNIDAD ACADÉMICA
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA IMPORTADORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO
SELECTIVO BAJO LA MODALIDAD ONLINE EN LA CIUDAD DE
ESMERALDAS”**

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

AUTORA

SUSANA NARCISA PAZMIÑO CEVALLOS

ASESOR

ING. CHRISTIAN JAVIER MORA TORRES

ESMERALDAS 2012

DISERTACIÓN

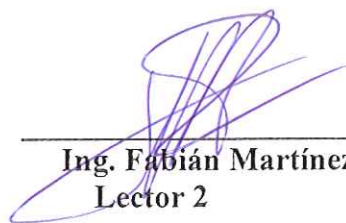
Aprobada luego de haber cumplido con los requisitos exigidos en el Reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Comercio Exterior



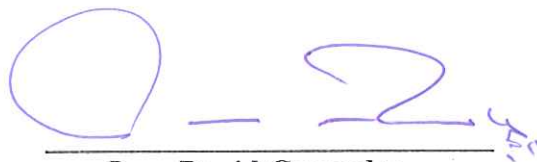
Ing. Christian Mora
Director de Disertación



Ing: Jesús Gómez
Lector 1



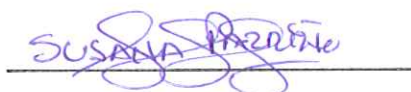
Ing. Fabián Martínez
Lector 2



Ing. David Granados
Director de la Escuela

AUTORIA

Yo, Susana Narcisa Pazmiño Cevallos, portadora de la cédula de ciudadanía N° 0803209899 declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi total responsabilidad, respetando las diferentes fuentes de información realizando las debidas citas correspondientes.



Susana Narcisa Pazmiño Cevallos

CI 0803209899

DEDICATORIA

A mis padres NARCIZA CEVALLOS MOSQUERA y HOLGER ARCOS VELA por apoyarme en todo momento de mi carrera universitaria y darme el aliento de no desmayar en el objetivo trazado en mis estudios.

A mi abuelita CARMEN MOSQUERA QUINTERO, por darme toda su sabiduría, confianza y paciencia en momentos difíciles de mi vida

A mis amigas y amigos fieles que me apoyaron en todo momento, a todos quienes creyeron en mis capacidades de superación, les dedico este trabajo desde el fondo de mi corazón.

SUSANA NARCISA PAZMIÑO CEVALLOS

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser mi principal guía, por darme la fuerza necesaria para salir adelante y lograr alcanzar esta meta.

A la **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS** por permitir abrir sus puertas a los estudiantes y así obtener una oportunidad para alcanzar sus metas profesionales en beneficio de la ciudad, provincia y el país.

A todos los maestros de esta Universidad que impartieron sus sabios conocimientos en las aulas y darme la oportunidad de aprender y forjarme como profesional.

De manera especial un eterno agradecimiento al Ing. Cristian Mora Torres. Director de la Tesis de Grado, por su valioso aporte y colaboración desinteresada para llegar con éxito a la culminación del trabajo investigativo.

A Mauricio Jara Padilla por todo su apoyo moral e incondicional

SUSANA NARCISA PAZMIÑO CEVALLOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN-----	1
-------------------	---

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de la Investigación-----	3
1.2 Justificación-----	4
1.3 Objetivos-----	5
1.3.1 General-----	5
1.3.1.1 Específicos-----	5

CAPITULO II

MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes-----	6
2.1.1. Opiniones generales del tema-----	7
2.1.1.1 Sistema online como modalidad de comercialización de productos-----	7
2.1.1.2 Evolución del comercio electrónico en el Ecuador-----	8
2.1.1.3 Facilidades del sistema de ventas Online -----	9
2.1.1.4 Disponibilidad de ventas Online-----	9
2.1.1.4.1 Menor costo y precio -----	9
2.1.1.4.2 Logística-----	10
2.1.1.4.3 Seguridad en el comercio electrónico-----	10
2.1.1.5 Tiendas online-----	11
2.1.1.5.2 Pagos en línea -----	11
2.2 Fundamentación Teórica-----	12
2.2.1 Qué es Internet-----	12
2.2.2 Qué es SkyBox -----	12
2.2.3 Qué es Diners Box -----	13
2.2.4 Correos del Ecuador -----	14
2.2.5 Certificados de autenticidad -----	14
2.2.6 Qué es el Edi -----	15

CAPITULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1	Métodos -----	16
	3.3.1 Método Deductivo -----	16
	3.3.2 Método Inductivo -----	16
	3.3.3 Método Analítico -----	16
3.2	Técnicas de estudio -----	16
	3.2.1 Técnica Descriptiva -----	16
3.3	Forma de Investigación -----	17
	3.3.1 Aplicada -----	17
3.4	Tipos de Investigación -----	17
	3.4.1 Investigación de campo -----	17
3.5	Fuentes -----	17
	3.5.1 Fuentes primarias -----	17
	3.5.2 Fuentes secundarias -----	17
3.6	Análisis de datos -----	18
	3.6.1 Universo -----	18
	3.6.2 Muestra -----	18

CAPITULO IV
ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN
CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO -----	20
	4.4.1 Efectos de las restricciones con los tratados internacionales -----	20
4.2	Funciones de la demanda -----	21
	4.2.1 Naturaleza de la demanda del proyecto -----	21
	4.2.2 Estructuras preferenciales y gustos de la demanda -----	28
	4.2.3 Nivel de ingresos de la demanda -----	32
	4.2.4 Precios de los artículos relacionados -----	36
	4.2.5 Demanda del producto -----	37
	4.2.6 Condiciones del mercado para su comercialización -----	37
	4.2.7 Durabilidad del producto -----	37
	4.2.8 Condiciones de consumo del producto -----	38
4.3	Oferta del producto -----	38
	4.3.1 Requerimientos tecnológicos para su comercialización -----	38
	4.3.2 Bienes sustitutos -----	39
4.4	Estudio de mercado -----	39
	4.4.1 Mercado proveedor -----	39
	4.4.2.1 Mercado proveedor nacional -----	41

4.4.2	Mercado competidor -----	41
4.4.2.1	Análisis de la competencia -----	43
4.4.3	Posición de la empresa frente a la competencia -----	44
4.4.4	Estrategia comercial -----	45
4.4.4.1	Mercado distribuidor -----	45
4.4.4.2	Variables externas -----	46
4.4.4.3	Análisis del FODA -----	47
4.4.4.4	Estrategias de ventas, promoción y publicidad -----	49
4.4.5	Proyección de ventas -----	50
4.5	Ingeniería del proyecto -----	53
4.5.1	Características de los productos -----	53
4.5.2	Procesos de comercialización -----	57
4.5.3	Descripción del proceso -----	60
4.5.4	Flujo del proceso -----	61
4.5.5	Sistema de comercialización -----	64
4.5.6	Tamaño del mercado -----	64
4.5.7	Disponibilidad de capital -----	64
4.5.8	Programa de comercialización -----	65
4.5.9	Tamaño y localización -----	77
4.5.10	Distribución de la planta -----	79
4.6	Estudio organización y legal -----	81
4.6.1	Nombre del negocio -----	81
4.6.2	Logo -----	81
4.6.3	Propuestas de ventas (Slogan) -----	82
4.6.4	Características y tipo de organización -----	82
4.6.5	Misión, Visión y objetivos -----	83
4.6.6	Requerimientos del capital humano -----	83
4.6.7	Organigrama estructural y funcional de la organización -----	84
4.6.8	Trámites y permisos para el funcionamiento -----	85
4.6.9	Restricciones arancelarias -----	88
4.6.10	Sistemas de negociaciones CIF -----	89
4.6.11	Permisos y procesos de importación -----	89
4.7	Estudio financiero -----	91
4.7.1	Análisis financiero -----	120

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones -----	121
5.2	Recomendaciones -----	122
5.3	Bibliografía -----	123
ANEXO -----		124

ILUSTRACIONES Y TABLAS

TABLAS

Tabla N° 1	Tamaño muestral de la investigación-----	19
Tabla N° 2	Compras por internet-----	21
Tabla N° 3	Satisfacción en la compra del producto mediante la Pág. Web-----	22
Tabla N° 4	Productos que quisiera comprar en estados unidos-----	24
Tabla N° 5	Medio de pago para cancelar pedidos-----	26
Tabla N° 6	Donde le gustaría que llegue su producto-----	27
Tabla N° 7	Gustaría que exista en esmeraldas que se ofrecen es EE.UU.-----	29
Tabla N° 8	Ha sentido la necesidad de comprar productos en EE.UU.-----	30
Tabla N° 9	Los productos que se venden en país son más baratos que EE.UU.-----	31
Tabla N° 10	nivel de ingresos de la población-----	32
Tabla N° 11	ingresos promedios de la población de esmeraldas-----	33
Tabla N° 12	situación laboral de la población de Esmeraldas-----	33
Tabla N° 13	nivel de gastos de la población-----	35
Tabla N° 14	comparación de precios de productos en diferentes casas comerciales----	36
Tabla N° 15	Mercados proveedores de productos selectivos-----	40
Tabla N° 16	Mercado competidor de la empresa Buywins-----	43
Tabla N° 17	Proyección de ventas de la empresa Buywins-----	50
Tabla N° 18	Cálculo de la proyección de las ventas de la empresa-----	52
Tabla N° 19	Cálculo de la comercialización de laptop-----	65
Tabla N° 20	Precios de la laptop-----	65
Tabla N° 21	Cálculo de la comercialización de Blu Ray-----	66
Tabla N° 22	Precios de los Blu Ray-----	66
Tabla N° 23	Cálculo de la comercialización de ropa de hombre-----	67
Tabla N° 24	Precios de la ropa de hombre-----	67
Tabla N° 25	Cálculo de la comercialización de ropa de mujer-----	68
Tabla N° 26	Precios de la ropa de mujer-----	68
Tabla N° 27	Cálculo de la comercialización de perfumes-----	69
Tabla N° 28	Precios de los perfumes-----	69
Tabla N° 29	Cálculo de la comercialización de las cámaras-----	70
Tabla N° 30	Precios de las cámaras-----	70
Tabla N° 31	Cálculo de la comercialización de las filmadoras-----	71
Tabla N° 32	Precios de las filmadoras-----	71
Tabla N° 33	Cálculo de la comercialización de las consolas-----	72
Tabla N° 34	Precios de las consolas-----	72
Tabla N° 35	Cálculo de la comercialización de los relojes-----	73
Tabla N° 36	Precios de los relojes-----	73
Tabla N° 37	Cálculo de la comercialización de los mp3-----	74
Tabla N° 38	Precios de los mp3-----	74
Tabla N° 39	Cálculo de la comercialización de los artículos deportivos-----	75

Tabla N° 40 Precios de los artículos deportivos-----	75
Tabla N° 41 Cálculo de la comercialización de los Ipad-----	76
Tabla N° 42 Precios de los Ipad-----	76

GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Compras por internet-----	22
Gráfico N° 2 Satisfacción en la compra del producto mediante la Pág. Web-----	23
Gráfico N° 3 Productos que quisiera comprar en estados unidos-----	25
Gráfico N° 4 Medios de pago para cancelar pedidos-----	26
Gráfico N° 5 Donde gustaría que llegue su producto-----	28
Gráfico N° 6 G gustaría que exista en esmeraldas que se ofrecen es EE.UU.-----	29
Gráfico N° 7 Ha sentido la necesidad de comprar productos en EE.UU.-----	31
Gráfico N° 8 Los productos que se venden en país son más baratos que EE.UU.-----	32
Gráfico N° 9 Situación laboral de la población de esmeraldas-----	34
Gráfico N° 10 Nivel de gastos de la población-----	35
Gráfico N° 11 Mercado proveedor de la empresa Buywins-----	45
Gráfico N° 12 Proyección de las ventas del mercado Buywins-----	51
Gráfico N° 13 Organigrama estructural y funcional de la empresa-----	84

CUADROS

Cuadro N° 1 Presupuesto de inversión-----	91
Cuadro N° 2 Muebles y enseres-----	91
Cuadro N° 3 Vehículos-----	92
Cuadro N° 4 Suministros de oficina-----	92
Cuadro N° 5 Suministros de limpieza-----	93
Cuadro N° 6 Gastos de constitución-----	93
Cuadro N° 7 Resumen inversión total-----	94
Cuadro N° 8 Requerimientos de productos para la venta-----	95
Cuadro N° 9 Capital de trabajo-----	95
Cuadro N°10 Nómina laboral primer año-----	96
Cuadro N°11 Nómina laboral segundo año-----	97
Cuadro N°12 Depreciación anual-----	98
Cuadro N° 13 Resumen de depreciaciones-----	100
Cuadro N° 14 Amortización gradual-----	101
Cuadro N° 15 Pronóstico de compras y ventas-----	107
Cuadro N° 16 Precio de venta de productos selectivos-----	108

Cuadro N° 17 Presupuesto de gastos-----	109
Cuadro N° 18 Presupuesto de costos-----	110
Cuadro N° 19 Resumen de costos fijos y variables-----	111
Cuadro N° 20 Cálculo del punto de equilibrio-----	112
Cuadro N° 21 Estado de resultados del proyecto-----	113
Cuadro N° 22 Balance de situación inicial-----	116
Cuadro N° 23 Fuentes de financiamiento-----	117
Cuadro N° 24 Indicadores financieros del proyecto-----	118

RESUMEN EJECUTIVO

En el proceso y elaboración del estudio sobre la factibilidad de crear una empresa que comercialice desde los Estados Unidos productos selectivos mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, se aprovechó la necesidad que tienen los ciudadanos en el uso de la tecnología en sus diferentes áreas y las potencialidades que puede brindar el mercado al tener una empresa que permita ofrecer productos selectivos importados para ponerlos al servicio de la comunidad.

Realizado el estudio de mercado mediante las respectivas encuestas aplicadas a los ciudadanos, se pudo establecer que existe un alto porcentaje de ciudadanos que opinan que sería bueno contar con una empresa de estas características en la ciudad, prefiriendo entre sus opiniones que lo que buscan es la calidad de los productos, la originalidad, durabilidad, la facilidad de pago, la entrega del producto en sus respectivos domicilios y lugares de trabajo y sobre todo los precios.

Es así, que una de las razones que permitiría a la empresa consolidarse en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, está caracterizada por lo precios que ofrece la empresa “BUYWINS” respecto a la competencia, el lo hace un negocio competitivo, debido a que el volumen de ventas permitiría cubrir los costos administrativos y operativos, dejando a la empresa recursos económicos para poder reinvertir en otros tipo de productos para ofertar a los ciudadanos, por lo que este tipo de proyectos se vuelve factible en la ciudad de Esmeraldas, por la necesidad de que no existe una empresa similar a la que se propone en el estudio.

Con lo planteado anteriormente, se pude determinar que la inversión a realizarse es recuperable a partir del segundo año, de lo que se puede establecer en el ejercicio proyectado en el estudio financiero, debido a que se incrementa la demanda de los clientes y esto determina un mayor volumen en las ventas razón que asegura la recuperación del capital invertido en la empresa. Por lo tanto, el proyecto en estudio reúne todas las características de que puede ser factible realizarlo y ponerlo en marcha, para generar los resultados esperados el cual debe buscar y alcanzar en primer lugar la satisfacción del cliente y la segunda obtener resultados favorables en la actividad económica.

ABSTRACT

In the process and preparation of study on the feasibility of creating a company high markets products from the United States through ONLINE mode selective in the city of Esmeraldas, took advantage of the need of the citizens of Esmeraldas in the use of technology in their different areas and the potential it can bring the market to have a company offering products that allow selective imported for them to serve the community.

Tagging study conducted by the respective surveys applied citizens, it was found that a high percentage of citizens who think that could do with a company of its kind in the city, preferring in his views that they are looking for quality products, originality, durability, ease of payment, delivery of product in their homes and workplaces and especially prices.

Thus, one of the reasons that allow the company to consolidate in the market town of Esmeraldas, is characterized by the prices offered by the company "BUYWINS" over the competition, he does a competitive business because sales volume would cover the administrative and operating costs, leaving the company with financial resources to reinvest in other types of products to offer to the citizens of Esmeraldas, so such projects becomes feasible in the city of Esmeraldas, by the need for a company there similar to that proposed in the study. With the points made above, I determine that the investment to be made is recoverable from the second year, which can be set in the performance projected in the financial study, due to increasing demand from customers and this determines a increase in sales this reason that ensures the recovery of capital invested in the company.

Therefore, the project under consideration has all the characteristics that may be feasible to do and get it going, efficient and effective administration by the human talent that will manage the company to generate the expected results which must seek and achieve first customer satisfaction and the second for favorable outcomes in economic activity.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la tecnología a escala mundial pone de manifiesto poder contar con una información oportuna y verás y en cualquier parte del mundo, es por esto necesario que los conocimientos estén acorde con los avances tecnológicos y alcance de la mayor parte de población los cuales pueden estos se adquiridos en diferentes tiendas o localidades.

Es así que para acceder a la tecnología se tiene diferentes medios para obtener productos, artículos o accesorios, los cuales pueden ser adquiridos en almacenes, tiendas, centros comerciales en la ciudad de Esmeraldas, pero en la actualidad y mediante el estudio de mercado realizado en la ciudad, se pudo establecer que existe un alto porcentaje esmeraldeños que desearían realizar sus compras mediante una empresa que ofrezca productos por medio del uso del internet.

Es así que, una vez aplicada las encuestas respectivas se establece la necesidad de crear una empresa de productos de consumo selectivo mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, ofertando productos novedosos, actuales, de calidad, de marca y a precios asequibles para los consumidores, además de ello es importante resaltar que el cliente que ingresa a la empresa podrá encontrar una gama de productos los cuales podrá elegir sin salir de su oficina, trabajo o domicilio.

Con lo antes mencionado, se puede determinar que la inversión a realizarse en la empresa es factible para cada uno de los periodos proyectados en los Estados Financieros, debido a que el nivel de ventas se incrementa por la demanda de los clientes, además es necesario reconocer que la empresa brindará una atención eficiente a los clientes entregando sus productos a domicilio sin recargo alguno en su precio.

Es así que el objetivo de la investigación es analizar la factibilidad de crear una empresa que importe y comercialice artículos de consumo selectivo bajo la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, para ello se estableció en el estudio de la investigación cuatro capítulos.

CAPÍTULO I. Consiste en el estudio del Marco Contextual donde se define el problema de la investigación, la justificación y el planteamiento de los objetivos que persigue la investigación.

CAPÍTULO II. Se especifica el estudio del Marco teórico, los antecedentes del estudio, el marco conceptual, su fundamentación teórica, además se estructura la organización metodológica, con sus respectivos métodos, la muestra, la matriz de diagnóstico y los aspectos administrativos.

CAPÍTULO III. Es todo lo concerniente a la Metodología de la Investigación, se realizó lo concerniente a los Métodos de investigación, las respectivas técnicas de estudio, los tipos de investigación con sus respectivas fuentes tanto primarias como secundarias, se estableció el respectivo análisis de datos y posteriormente se estableció el universo de estudio y se extractó la debida muestra para la aplicación de las respectivas encuestas.

CAPÍTULO IV. En este capítulo se realizó los respectivos análisis e interpretación de resultados, en donde se determinó las características del mercado, la función de la demanda, el nivel de ingresos de de las familias de la ciudad de Esmeraldas, la oferta del producto, el estudio del mercado, se estableció el respectivo análisis del FODA, la respectiva proyección de las ventas, la ingeniería del proyecto y estudio organizacional de la empresa.

CAPÍTULO V. Se refiere a las conclusiones y recomendaciones finales de este proyecto de grado las cuales serán resultado de la investigación y con las primeras se precisa el trabajo para determinar la factibilidad de la creación de la empresa y con las segundas es el aporte de la estudiante en el proceso investigativo.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO SELECTIVO BAJO LA MODALIDAD ONLINE EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS"

1.2 Problema de la investigación

¿Cómo influirá el sistema de ventas mediante la modalidad Online en la ciudad de Esmeraldas?

¿Qué nivel de cultura tiene la ciudadanía Esmeraldeña para realizar compras mediante páginas web que ofrezca productos?

El problema que se logra identificar dentro del mercado esmeraldeño es la falta de confianza que existe al realizar compras con sus tarjetas de crédito por motivos de que puedan ser estafados o quizás el producto no llegue de acuerdo a las especificaciones requeridas en la compra, o el que el producto no tenga garantía al momento que llegue y tenga algún defecto de fábrica y no pueda ser devuelto, o porque no tiene un vendedor a mano a quién preguntar para resolver sus dudas que tiene acerca de su producto y no le gusta esperar mucho tiempo para recibir el producto, prefiere disfrutar con la compra física.

En la actualidad las personas tienen dificultades para poder obtener productos de EEUU, que solo lo pueden tener cuando viaja un familiar o amigo, porque les resultaba caro importar los productos que deseaban por sus impuestos.

1.2.1 Preguntas Directrices de la Investigación

¿Cuáles son los problemas legales o jurídicos más relevantes que surgen por motivo del comercio electrónico?

¿Cuáles son las limitaciones que tienen las personas de adquirir productos que se comercializan en EEUU y que aun no llegan a Esmeraldas?

¿Cuáles son los tipos de riesgos que ocurren en las transacciones y medios de pagos electrónicos vía Online?

1.3 Justificación

La creación de esta empresa tiene la finalidad de que los habitantes de la Ciudad de Esmeraldas, en primera instancia, obtengan la facilidad de poder adquirir productos de EE.UU. mediante el Internet, que permiten adquirir productos que se adapten a las necesidades de los clientes y que no se pueden encontrar fácilmente en la Ciudad de Esmeraldas, incluso a nivel nacional y con precios razonables a diferencia de la competencia local.

En la actualidad existen muchos productos que provienen de los Estados Unidos que son apetecidos por el mercado ecuatoriano y en particular el esmeraldeño, donde los consumidores por su estilo de vida siempre desean productos del extranjero, ya sea que estén a la moda, porque son de buena calidad, precios accesibles, tomando en cuenta que en el mercado actual algunos de estos productos están con un sobrepeso y en muchos casos no se encuentran en el mercado local.

Este proyecto permitirá que se presente al mercado una nueva alternativa de poner a la venta productos sin necesidad de tener un stock o inventario, aparte de tener precios competitivos y que estos estén disponible cuando lo requieran, no como en la actualidad que les toca esperar hasta que lleguen a los locales y en muchos casos suele pasar hasta meses sin que lleguen estos productos.

Mediante este proyecto se desea implantar el sistema compra y venta a través vía Online en la ciudad de Esmeraldas, debido a que la tecnología de punta ya es parte del medio y por ende aprovechar esta herramienta del comercio electrónico y crear una empresa que permita importar y

comercializar productos a través de Internet en la cual los usuarios puedan ver los productos de buena calidad, precios bajos, a la moda que existen en EEUU.

La idea del proyecto nace como una alternativa de crear una empresa que permite a las personas adquirir un producto ajustado realmente a sus gustos, preferencias y que estén al alcance de sus bolsillos. Facilitándole a los usuarios la traída de su producto de EEUU que desea sin ningún contratiempo a la puerta de su casa, por lo que el estudio a realizarse se justifica de manera acertada por las características anteriormente citadas; además por que permitirá abrir un nuevo espacio dentro de la cultura del comercio nacional e internacional.

1.4 Objetivos

1.4.1. General

- Analizar la factibilidad de crear una empresa que importe y comercialice artículos de consumo selectivo bajo la modalidad online.

1.4.1.1 Específicos

- Realizar un estudio de mercado que nos ayude determinar la factibilidad de la creación de la empresa en la ciudad de Esmeraldas.
- Analizar los aspectos legales que debo de contemplar para constituir la empresa
- Elaboración de un estudio financiero para determinar la factibilidad de la creación de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes

Las empresas centradas en el comercio electrónico comenzaron hace más de dos décadas con la introducción del intercambio electrónico de datos (EDI) entre firmas comerciales (envío y recibo de pedidos, información de reparto y pago, de ventas y compras de artículos por medio de Internet).

El elevado grado de cultura de los asesores de muchas empresas comerciales a nivel mundial está aprovechando el servicio Online para lograr vender electrónicamente, cerrar transacciones etc., sin recurrir al contacto físico entre ambas partes.

Es así que en “1999 este tipo de servicio ya representaba más del 70% de los sitios web comerciales en todo el mundo, y los propietarios de esos sitios generaban más del 90% de los ingresos mundiales. En cambio, ese mismo año los ingresos del comercio electrónico en Latinoamérica y la región de Asia-Pacífico representaron apenas un poco más del 2% del total”. (LABASTIDAS, Erika “Estrategia para el Comercio Electrónico”2008)

En este marco, la revolución del Internet, ha conducido a una investigación fundamental de las estrategias de planificación comercial de las empresas en todo el mundo. Es así, que para muchas empresas, es imprescindible tener su sitio web para mostrar sus productos, ya que esta comunicación en línea se ha convertido en una necesidad comercial incluso para las pequeñas y grandes empresas en muchos países.

Actualmente el comercio electrónico ha elevado notablemente, las ventas de los almacenes y ha motivado la distribución de toda una infraestructura de envío por correo de catálogos especializados, como se los puede mencionar (Mercado Libre, Amazon, EBay, etc.) y de esta manera se está difundiendo las diferentes casas comerciales que ofertan sus productos a través de la Web, esto ha revolucionado la forma de adquirir productos en todo el mundo.

En vista del crecimiento tecnológico a escala mundial, este desarrollo del comercio ha generado su incursión en el Ecuador y que ha ido evolucionado durante las últimas épocas mediante el correo electrónico, por lo que se puede dar cuenta de que el comercio internacional está más difundido en Ecuador de lo que se supone.

Es necesario considerar, que no se cuenta con datos estadísticos del comercio electrónico en Ecuador. Lo que sí puede hacer es medir la cantidad de comunicaciones electrónicas de negocios, cuántas empresas que conoce ya tienen su sitio web, cuántas vallas, tarjetas de presentación incluyen una dirección electrónica. En otras palabras el comercio electrónico ya está entre nosotros a diario.

Hoy en día existen alianzas estratégicas entre empresas de servicios de envíos puerta a puerta de los productos adquiridos por las tarjetas de crédito, Visa en Estados Unidos desde cualquier país de la región.

Al nivel del mercado local en la ciudad de Esmeraldas no existe la cultura del comercio electrónico ya que existe la desconfianza de los usuarios por el uso de las herramientas electrónicas debido al alto porcentaje de fraudes que existen por el Internet.

Si esto sucede en el comercio nacional, es indudable que este tipo de actividades comerciales se encuentren alejadas en la actualidad a nivel del mercado local en la ciudad de Esmeraldas, por lo que hoy en día las personas tienen la opción de comprar con tarjeta de crédito; lo que le facilita hacer sus compras desde sus respectivos hogares, sitios de trabajo, locales comerciales sin necesidad de viajar para poder obtener el producto que desea a su domicilio.

2.1.1 Opiniones Generales del Tema

2.1.1.1 Sistema online como modalidad de comercialización de productos

“El sistema Online se constituye en una modalidad primordial para promover el crecimiento económico y el desarrollo social, construyendo una sociedad conectada, informada e integrada. El uso y aprovechamiento del comercio electrónico trae consigo muchas ventajas dentro de un mercado global como el actual y pueden ser:

Reducción de costos, expansión de mercado, mayor oferta de productos, mejor eficiencia de procesos, incremento de productividad, etc.” (MAQUILON, Jorge, “Importancia del Comercio Electrónico” Pag.2. 2010)

El sistema online como modalidad del comercio electrónico, actualmente presenta el crecimiento más acelerado de la economía. Es un potencial competidor, que implementa sistemas de comercialización y puede vender sus productos con un precio tan conveniente para todos los usuarios. Permite a las empresas ser más eficientes y flexibles en sus operaciones, dar mejor respuesta a las necesidades de los clientes y seleccionar los mejores proveedores sin importar su localización geográfica, y ofertar sus productos en un mercado global.

2.1.1.2 Evolución del comercio electrónico en Ecuador

“En el Ecuador se puede dar cuenta de que el comercio electrónico está más difundido de lo que pensamos, cuántas veces las personas se han comunicado por e-mail con un cliente o un proveedor o con un potencial cliente para la provisión de un bien de consumo, sea de la índole que sea, repuestos, medicinas, información técnica, vehículos, casas etc. Aparentemente no existe una estadística de comercio electrónico en Ecuador, pero sí podemos darnos cuenta que ya se está utilizando y muy progresivamente la mayoría de empresas cuenta con su sitio web, podemos citar como ejemplo venta de vehículos por internet como mercado libre, patio tuercas etc. ventas de casas departamentos en casas ecuador, inmobiliarias o mutualistas etc. Transacciones electrónicas bancarias por ejemplo a través de E-KEY” (MAQUILON, Jorge, “Importancia del Comercio Electrónico” Pag.2. 2010)

Con la evolución de la sociedad y el desarrollo de la industria, inicia una nueva era marcada fundamentalmente por la innovación en el campo de la tecnología, dando lugar a nuevas herramientas informáticas que facilitan las actividades tanto de personas como de las sociedades, están aportaron y aportan de manera positiva en materia de competitividad, siendo necesario el empleo de estas herramientas tecnológicas para promover el comercio electrónico. Con el objetivo de fortalecer estas operaciones empresariales, es necesario generar la confianza necesaria en este tipo de modalidad, con el fin de ofrecer seguridad en las transacciones económicas y comerciales.

2.1.1.3. Facilidades del sistema de ventas Online

Hoy en día es muy importante mostrar los productos que las empresas ofrecen a través del Internet, se muestra las facilidades que tienen las tiendas online y comercio electrónico, que le permitirá mantener un catálogo de productos online de una manera muy sencilla e intuitiva, y además, vender los productos a través de su web. “El sistema Online está desarrollado para que la actualización de su catálogo online sea fácil, con un diseño único, optimizada para los buscadores y además, pueda modificar cualquier sección de la tienda”. (contacto@rsi-sistemas.com.ar.2004)

Con la aparición y aplicación de las nuevas tecnologías en nuestro medio y por ende en la mayoría de todos los hogares del país, ya no es necesario visitar un almacén personalmente sino más bien vía online, y es así que al crearse este servicio en la ciudad se le ofrecerá una mayor cultura en la utilización de estas vías para observar mediante el uso del internet y llegar a la conclusión de poder obtener un determinado producto selectivo.

2.1.1.4 Disponibilidad en la Venta Online

“La venta online implica la adquisición de productos y servicios de forma inmediata y directa, las 24 hs., los 365 días. El catálogo de una tienda virtual está a disposición del público a todas las horas del día. Los clientes pueden conectarse y comprar a la hora más cómoda para ellos”. (www.ventasoft.com.ar/aplicacion-web Copyright 2006-2007)

Es importante que las empresas que ofrezcan sus productos por medio de la modalidad Online tengan disponibilidad de tiempo completo en la página web para que los usuarios puedan hacer sus compras a cualquier hora del día. Esto les beneficiaría en aumentar más sus ventas y sus ganancias, para que así la empresa mantenga su posicionamiento competitivo.

2.1.1.4.1 Menor costo y precio

“Para los compradores como para los vendedores. Tener una "sucursal" on-line provee un nuevo y moderno canal de comercialización que no conoce costos fijos de alquiler, empleados, inversión en equipos, etc. Conforme aumenta la capacidad de los proveedores para competir en el

mercado electrónico, se produce una baja en los costos y precios". (www.ventasoft.com.ar/aplicacion-web Copyright 2006-2007)

Al proveerse de este servicio a la comunidad ecuatoriana y por ende a la ciudad de Esmeraldas no será necesario trasladarse a otros lados del país o fuera del mismo, al tener un servicio de internet se es más fácil tomar decisiones de qué lugar o sitio web que ofertan estos productos para la adquisición de cualquier producto al mismo tiempo determinar precios y garantías de los mismos, y es así que tanto los proveedores como los consumidores finales estarán al alcance de la información necesario para la variedad de productos.

2.1.1.4.2 Logística

La Empresa establece soluciones a sus clientes y sus necesidades a través de una estrecha relación que se fundamenta en permitir un contacto directo entre clientes y empresa en la que le ofrecen por medio de un sistema de venta directa de productos selectivos y bajo pedidos personales, poniendo a su disposición las unidades que se solicitan en el tiempo deseado.

La logística de la empresa va a estar en función de los tiempos de entrega de estas tiendas virtuales que van a ser mis principales proveedores y cuyo tiempo de entrega del pedido hasta el lugar del destino va hacer aproximadamente 15 días, por lo tanto, nosotros entregaremos el producto en un tiempo máximo de un día, después de haber llegado el producto a nuestro local. Como política de la empresa, y como antecedentes de que a veces no llegan en los 13 días que ofrecen los couriers, nosotros entregaremos el producto como oferta máxima al cliente en 15 días.

2.1.1.4.3 Seguridad en el Comercio Electrónico

La seguridad en el comercio electrónico y específicamente en las transacciones comerciales es un aspecto de suma importancia. Para ello es necesario disponer de un servidor seguro a través del cual toda la información confidencial es encriptado y viaja de forma segura; esto brinda confianza tanto a proveedores como a compradores que hacen del comercio electrónico su forma habitual de negocios. Al igual que en el comercio tradicional existe un riesgo en el comercio electrónico, al realizar una transacción por Internet, el comprador teme por la posibilidad de que sus datos personales (nombre, dirección, número de tarjeta de crédito, etc.) sean interceptados por

alguien y suplante así su identidad; de igual forma el vendedor necesita asegurarse de que los datos enviados sean de quien dice serlos. Por tales motivos se han desarrollado sistemas de seguridad para transacciones por Internet: Encriptación, Firma Digital y Certificado de Calidad, que garantizan la confidencialidad, integridad y autenticidad respectivamente. (www.ventasoft.com.ar/aplicacion-web Copyright 2006-2007)

Es verdad que la tecnología de punta avanza a pasos agigantados también debemos tomar en cuenta que las personas encargadas de manejar o administrar estos sistemas que a la par son muy delicados, deben estar bien preparados para que un momento de contratiempos poder solventar la interrupción de la transacción del negocio pero con suma seguridad debido a que los hacker están muy atentos a las transferencias que se efectúan en la red, por todo lo mencionado se realizan todos tipos de seguridad informáticas para no caer en los mencionados desvíos de información tanto de los proveedores como consumidores.

2.1.1.5 Tienda online

Gracias a las tecnologías de desarrollo de páginas Web, ofrece la posibilidad de vender productos o servicios por internet a través de la tienda online de comercio electrónico, que permite llegar a nuevos mercados. La venta online se acelerará con la aceptación de pagos en línea por internet y con las herramientas web que permite estar más en contacto con los clientes.

Nuestra solución de tienda online le permite vender de manera más eficaz, dándole a los clientes la plena confianza de que el producto que necesita este siempre disponible y listo para hacer enviado al lugar acordado que se quedo al momento de hacer su pedido, sin ningún contratiempo.

2.1.1.5.2 Pagos en Línea

“Mediante la una integración muy sencilla en su sitio web, acepte pagos en línea de tarjetas Visa, Mastercard, American Express, Diners, realizando directamente las transacciones con los Bancos a nivel mundial y reciba el depósito de sus ventas directamente del Banco en la mañana del día siguiente de realizadas sus transacciones por internet. Este servicio es para personas o empresas. Esto permite desarrollar interfaces de pagos seguras mediante los protocolos de comunicación de cada banco y mediante las políticas de seguridad que cada institución requiere para poder

conectarse con ellos a efectos de resolver transacciones de tarjetas bancarias. Este servicio lo podemos integrar en nuestros desarrollos o en desarrollos realizados por otros proveedores no importando su infraestructura o lenguaje de sus programas web". (www.venderonline.com.mx/ Copyright 2006-2007)

La solución que brindan las instituciones financieras a sus clientes en el uso de las tarjetas de crédito permite realizar los pagos de las diferentes transacciones de compra o venta que opere por la compra de algún determinado producto, por lo cual ayuda que el internet sea una vía segura para poder realizar su compra o su venta sin ningún contratiempo. Es importante destacar que estos tipos de transacciones, deben contar con políticas claras con las que se debe llegar a tener en cuenta para realizar los pagos respectivos entre ambas partes que realicen el negocio

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 ¿Qué es el Internet?

El Internet es una red informática descentralizada, que para permitir la conexión entre computadoras opera a través de un protocolo de comunicaciones. Para referirnos a ella además se utiliza el término "web" en inglés, refiriéndose a una "tela de araña" para representar esta red de conexiones. En palabras sencillas, la Internet es un conjunto de computadoras conectadas entre si, compartiendo una determinada cantidad de contenidos; por este motivo es que no se puede responder a la pregunta de donde está la Internet físicamente - está en todas las partes donde exista un ordenador con conectividad a esta red. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet> 16 Agosto 201)

2.2.2 ¿Qué es SkyBox?

SkyBOX es un proveedor líder de soluciones de comercio electrónico internacional, para facilitar las compras en línea de consumidores en comercios de los Estados Unidos. Con SkyBOX, los tarjetahabientes de Visa de cualquier país de América Latina y el Caribe podrán hacer sus compras en línea en los Estados Unidos. Al contar con este servicio, las compras llegarán a un buzón en los Estados Unidos desde el cual se enviará al domicilio del cliente en su país de origen.

Ahorro en los costos de envío

Los consumidores obtendrán su dirección física en Estados Unidos y costearán el envío de sus paquetes hasta su país con un precio aproximadamente de 20% menor que el de otras compañías de envíos internacionales.

Conveniencia

Las tarjetas de créditos pueden hacer compras en diferentes comercios de Estados Unidos y consolidar sus envíos en una sola transacción utilizando sus tarjetas Visa Débito, Crédito y Prepago. SkyBOX además se hace cargo de los trámites de aduana y ayuda al cliente comprador durante todo el proceso.

Seguridad

Visa ofrece a sus tarjetas de crédito máxima seguridad contando con la tecnología necesaria para proteger sus transacciones en línea. Al mismo tiempo, SkyBOX proporciona a los consumidores el acceso para hacer seguimiento de su envío por medio de su sistema de rastreo.

Facilidad

Además de la conveniencia y seguridad que Visa ofrece al hacer pagos en línea, los consumidores pueden calcular sus costos de envío anticipadamente utilizando la calculadora electrónica de SkyBOX en el momento de hacer sus compras. Los clientes podrán ver detallados los costos de envío, impuestos y aduana.

2.2.3. ¿Qué es DinersBox?

Dinersbox te permite hacer compras por internet en Estados Unidos. Comprar en USA nunca había sido tan fácil. Compra en USA vía Internet y recibe tus compras en tu casa. DinersBox te permite comprar en USA en las mejores tiendas. DinersBox te entrega una casilla gratis en Miami, que es una dirección personal en Miami donde puedes centralizar todas tus compras en USA. DinersBox te envía tus compras en USA a Ecuador y paga los impuestos de internación por

ti. Ve en el video con un ejemplo concreto de compra en Amazon.com (<http://www.dinersbox.com.ec/diners/tarifas.asp>)

2.2.4 Correos del Ecuador

Correos del Ecuador CDE-E.P., es una empresa pública confiable, productiva, competitiva y ética que ofrece a sus clientes, una amplia gama de servicios postales de calidad a nivel local, nacional e internacional.

Debido a que el correo es un servicio básico universal e indispensable para la ciudadanía, la empresa estatal tiene como su objetivo el ofrecer un servicio cada vez más seguro, eficiente, rápido y de excelente calidad.

Correos del Ecuador CDE-E.P., es miembro de la Unión Postal Universal, UPU, y de la Unión Postal de las Américas, España y Portugal, UPAEP, organismos intergubernamentales que regulan la actividad postal mundial

2.2.5 Certificados de Autenticidad

Como se ha visto la integridad de los datos y la autenticidad de quien envía los mensajes es garantizada por la firma electrónica, sin embargo existe la posibilidad de suplantar la identidad del emisor, alterando intencionalmente su clave pública. Para evitarlo, las claves públicas deben ser intercambiadas mediante canales seguros, a través de los certificados de autenticidad, emitidos por las Autoridades Certificadoras.

Protocolo SET

Secure Electronic Transactions es un conjunto de especificaciones desarrolladas por VISA y MasterCard, con el apoyo y asistencia de Microsoft, Netscape, SAIC, Terisa y Verisign, que da paso a una forma segura de realizar transacciones electrónicas, en las que están involucrados: usuario final, comerciante, entidades financieras, administradoras de tarjetas y propietarios de marcas de tarjetas.

SET constituye la respuesta a los muchos requerimientos de una estrategia de implantación del comercio electrónico en Internet, que satisface las necesidades de consumidores, comerciantes, instituciones financieras y administradoras de medios de pago.

Procesos de SET

- ✓ Proporcionar la autenticación necesaria.
- ✓ Garantizar la confidencialidad de la información sensible.
- ✓ Preservar la integridad de la información.
- ✓ Definir los algoritmos criptográficos y protocolos necesarios para los servicios anteriores.

2.2.6 ¿Qué es el Edi?

EDI, Intercambio Electrónico de Datos, es un conjunto de procedimientos y normas que permiten la comercialización, control y registro de las actividades (transacciones) electrónicas. Es el intercambio electrónico de datos y documentos de computador a computador, en un formato estándar universalmente aceptado, que se realiza entre una empresa y sus Asociados Comerciales. Para quien haya implementado el comercio electrónico en su empresa, el EDI, es un componente vital y estratégico para el intercambio seguro y a tiempo de la información de negocios. (LABASTIDAS, Erika "Estrategia para el Comercio Electrónico"2008)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos.

3.1.1 Método Deductivo

Se aplicará el método Deductivo por cuanto se parte de datos generales, que a través de un proceso se podrán verificar y comprobar su aplicación, en este caso se analizará la comercialización de productos de consumo en la ciudad de Esmeraldas.

3.1.2 Método Inductivo

Este método se aplicará por que partiendo de la observación permitirá tomar referencias de la comercialización Online, se podrá hacer un análisis particular hasta llegar a la generalización de lo que queremos investigar.

3.1.3 Método Analítico

En base a este método se obtendrá una clarificación de los datos recopilados en el mercado, como precios, producto, competencia, posible aceptación, percepción de calidad, ubicación, lo cual permitirá que a través de un análisis se determinara orientar a los inversionistas mediante un informe claro y preciso que disipe las dudas que tengan sobre el mismo.

3.3 Técnicas Estudio

3.3.1 Técnica Descriptiva

La investigación descriptiva servirá para hacer un análisis y estudio de las características de compra de los consumidores, para saber qué factores influye en su decisión de compras, estos factores están determinados por algunas variables macro económicas de los agentes que desearían comprara bajo la comercialización Online, estas variables pueden considerarse como el precio, calidad, preferencias, marcas, diseños, entre otras.

3.4 Forma de Investigación

3.4.1 Aplicada

La investigación aplicada permitirá que los artículos que se comercialicen en el mercado sean de acuerdo a sus gustos y preferencias de los posibles consumidores, esta información se la obtendrá mediante la aplicación de encuestas con un cuestionario debidamente estructurado, y que estas tengan la aceptación y acogida por sus precios y productos para que sean accesibles para los posibles consumidores de la ciudad de Esmeraldas

3.5 Tipos de Investigación

3.5.1 Investigación de Campo

La investigación de campo nos permite recoger información de los gustos de los clientes en relación a la calidad de los productos, precios y facilidad de poder obtenerlo sin ningún contratiempo al momento de llegar la mercadería, la empresa establecerá un sistema de pago como política interna a crédito a corto plazo y de contado el 5% de descuento, en lo referente en la entrega de la mercadería la empresa lo hará de manera personalizada y a domicilio.

3.6 Fuentes

3.6.1 Fuentes primarias

Consiste en la aplicación de una encuesta para la recolección de datos, la misma que fue diseñada para obtener el porcentaje de usuarios de comercio electrónico en relación a la población total de habitantes de la Ciudad de Esmeraldas.

3.6.2 Fuentes secundarias

Para el desarrollo de la investigación se revisaran los textos especializados, libros, folletos e Internet acerca de las posibilidades que pueden obtener los clientes sobre los artículos que van a salir al mercado, para ello se realizaran fichas, cuadros y tablas.

3.7 Análisis de Datos

3.7.1 Universo

Para determinar con mayor eficiencia la investigación es necesario establecer el universo el cual será objeto de referencia para el estudio propuesto; es así que la población existente de la Ciudad de Esmeraldas es de 188,694 habitantes. INEC: estadística aproximada de la población de ciudad de esmeraldas de censo poblacional y vivienda de de 28 de noviembre 2010

3.7.2 Muestra

Para determinar la estructura de investigación, es necesario considerar la población que será objeto del estudio y que podrá ser parte de la demanda de los productos bajo la modalidad de ventas Online, para ello se utilizará la muestra con fin de determinar la población la cual será motivo de estudio de las respetiva encuestas.

Para la estructura de la información esta estará determinada a la comercialización a empresas como: la Corte Superior de Justicia, Cnt, CNEL, Autoridad Portuaria, Universidad PUCESE, Universidad Técnica “Luís Vargas Torres”, instituciones medicas de nivel medio así como empresas privadas existen en la ciudad, además de ello se comercializaran apersonas naturales que habitan en la ciudad de Esmeraldas.

MUESTRA.-

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1) e^2 + z^2 p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

p = probabilidad de ocurrencia → 0.5

q = probabilidad de no ocurrencia → 0.5

N = Tamaño de la población → 125034

Z = nivel de confiabilidad → 1.9 .8

e = error de muestreo → 0.05

FÓRMULA APLICADA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS.

$$n = \frac{(1.98)^2 (0.5) (0.5) 125034}{(125034 - 1) (0.05) + (1.98)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 391$$

TABLA N° 1

TAMAÑO MUESTRAL DE LA INVESTIGACIÓN

SECTOR INVESTIGADO	Número de encuestas a realizar	TAMAÑO MUESTRAL
EMPRESAS PRIVADAS	98	25%
EMPRESAS PUBLICAS	137	35%
POBLACIÓN	156	40%
TOTAL	391	100%

Elaboración: La Autora

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO

4.1.1.- Efectos de las restricciones con tratados internacionales.

Las regulaciones que establecen los diferentes países importadores de diferentes productos, artículos o accesorios dependen de los diferentes tratados que estos tengan en materia de aranceles y protección de los mercados, es así que se pueden citar algunas restricciones que establece el gobierno para diferentes productos que ingresan al país: Alimentos: necesitan Permiso de Salud del país de destino

Fármacos, medicamentos y químicos: necesitan Receta Médica Colonias, perfumes y algunos cosméticos: tienen el cargo adicional por productos peligrosos de \$196.00.

Todo tipo de Líquidos: tienen el cargo adicional por productos peligrosos de \$196.00

Maquinaria y partes que contienen líquidos: tienen el cargo adicional por productos peligrosos de \$196.00

Para el caso de productos, artículos o accesorios tecnológicos no existe una restricción debido a que son considerados necesarios para desarrollar la ciencia y tecnología, solamente se establecen valores por concepto de carga, peso y volumen, debido a que este tipo de importaciones no afectan a la industria nacional.

Para el caso de la importación de calzado sea este formal, informal o deportivo, si existen restricciones, por lo que su arancel es 7% del volumen, este tipo de restricciones es debido a que se trata de proteger la industria nacional y evadir impuestos al país.

4.2.- Función de la Demanda

4.2.1.- Naturaleza de la Demanda del Proyecto.

Para la creación de la empresa importadora de productos selectivos mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, es necesario determinar la demanda que tendrán los productos en la acogida de los consumidores de la ciudad.

En esta razón se realizó las respectivas encuestas a los ciudadanos de Esmeraldas sobre:

1.- ¿Usted ha comprado algún producto a través del Internet?

TABLA N° 2

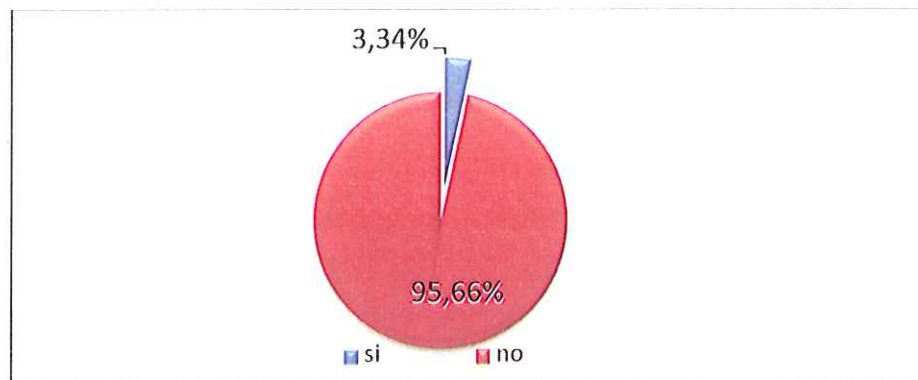
COMPRAS POR INTERNET

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	4.34%
NO	374	95.66%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 1
COMPRAS POR INTERNET



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

A pesar de que el uso del internet se ha vinculado de manera directa en las familias de la ciudad de Esmeraldas para las diferentes actividades, es importante manifestar que según la encuesta aplicada el 4.34% manifiesta que SI han comprado productos por el internet, el 95.66% de los encuestados NO han comprados por internet, por la desconfianza que existe por parte de los clientes al momento utilizar este tipo de mecanismo de compra.

En cuanto a las personas que han comprado productos mediante la modalidad ON LINE, se les preguntó.

3.- ¿Estuvo satisfecho con el producto que usted compró a través de la página Web?

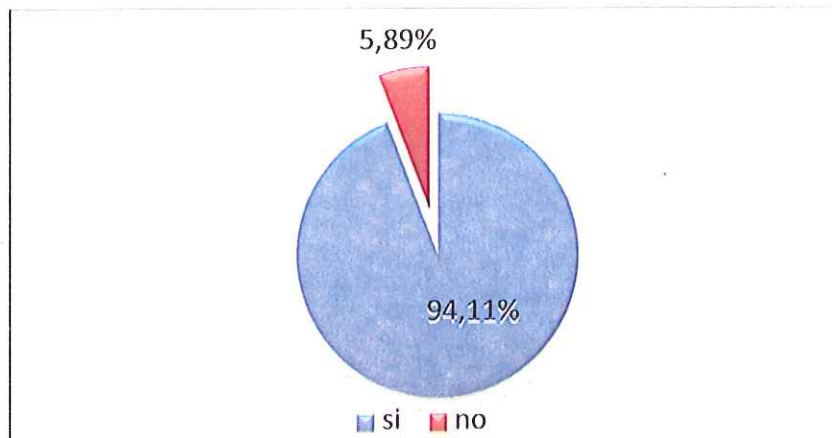
TABLA N° 3
SATISFACCIÓN EN LA COMPRA DEL PRODUCTO MEDIANTE LA PÁG, WEB

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	16	94.11%
NO	1	5.89%
Total	17	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 2

SATISFACCIÓN EN LA COMPRA DEL PRODUCTO MEDIANTE LA PÁG, WEB



Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

Es importante precisar que a la pregunta planteada, el universo de estudio se establece sobre la base de 17 personas encuestadas, las cuales respondieron que SI a la primera pregunta, por lo que el 94.11% manifestaron que el producto que han comprado a través de la página Web se encuentran satisfechos por la seriedad de la empresa, por los precios, por la calidad del producto, garantía, el 5.89% manifestó que NO se encuentran satisfechos.

En cuanto a la demanda que los ciudadanos de Esmeraldas adquirirían productos que la empresa importe de Estados Unidos y los comercializase mediante la modalidad ON LINE en la ciudad de Esmeraldas, se consulto lo siguiente:

6.- ¿Marque con una X los productos que usted quisiera que se compren en EE.UU.?

TABLA N° 4

PRODUCTOS QUE QUISIERA COMPRAR EN ESTADOS UNIDOS

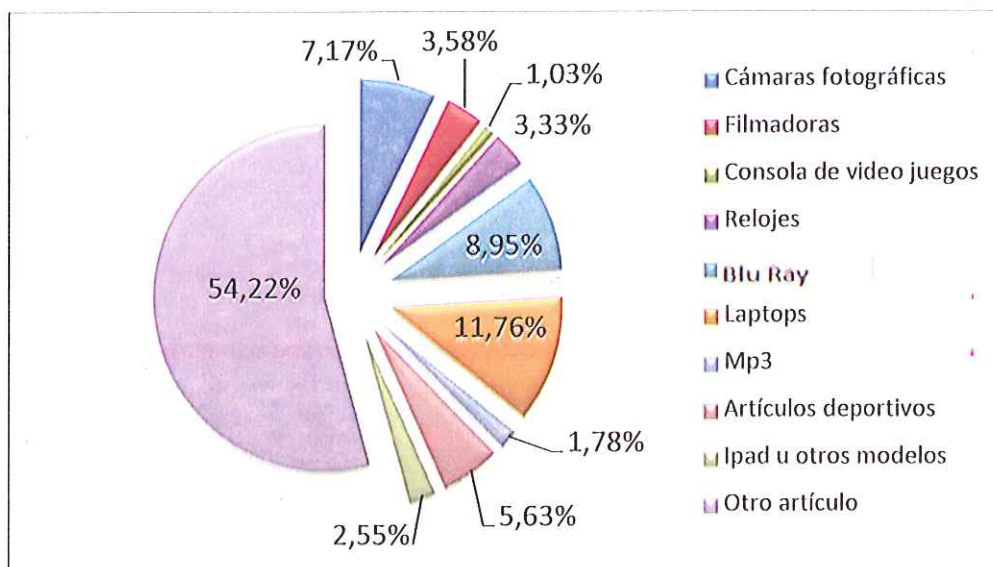
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cámaras fotográficas	28	7,17%
Filmadoras	14	3,58%
Consola de video juegos	4	1,03%
Relojes	13	3,33%
Blu Ray	35	8,95%
Laptops	46	11,76%
Mp3	7	1,78%
Artículos deportivos	22	5,63%
Ipad u otros modelos	10	2,55%
Otro artículo	212	54,22%
TOTAL	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 3

PRODUCTOS QUE QUISIERA COMPRAR EN ESTADOS UNIDOS



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

A la pregunta planteada se pudo conocer que el 54.22% manifestó comprar ropa de hombre, ropa de mujer y perfumes lo que corresponde a otros artículos, el 11.76% laptops, el 8.95% celulares, el 7.17% cámaras fotográficas, 5.63% artículos deportivos, el 3.58% filmadoras, el 3.33% relojes, 2.55% Ipad u otros modelos, el 1.78% Mp3, el 1.03% consolas de video,

Mediante la demanda de productos selectivos que la empresa comercialice mediante la modalidad ON LINE, se estableció la encuesta respectiva sobre:

8.-¿ Qué medio de pago le parece más conveniente para cancelar sus pedidos?

TABLA N° 5

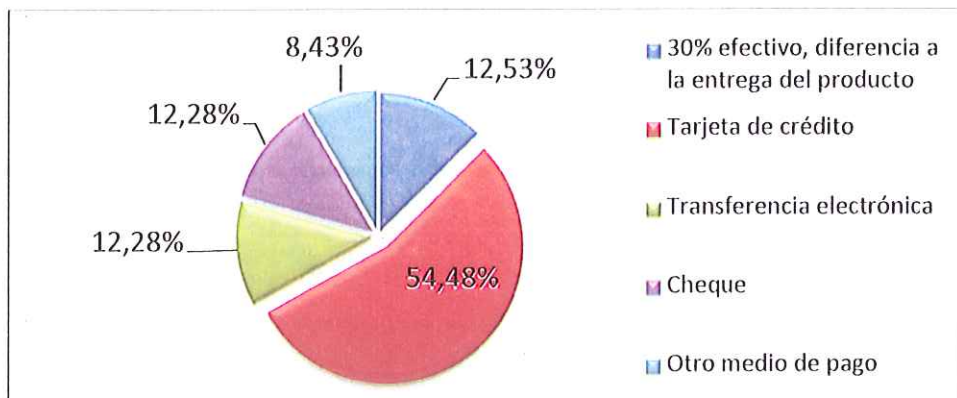
MEDIO DE PAGO PARA CANCELAR PEDIDOS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30% efectivo, diferencia a la entrega del producto	49	12.53%
Tarjeta de crédito	213	54.48%
Transferencia electrónica	48	12.28%
Cheque	48	12.28%
Otro medio de pago	33	8.43%
TOTAL	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
 Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 4

MEDIO DE PAGO PARA CANCELAR PEDIDOS



Fuente: Resultado de la encuesta
 Elaboración: La Autora

Una vez consultada la forma de pago por la compra de algún producto en la empresa, el 54.48% respondió mediante tarjeta de crédito, el 12.53% mediante 30% efectivo y la diferencia a la entrega del producto, el 12.28% mediante transferencia electrónica, el 12.28% mediante cheques y el 8.43% mediante otro medio de pago.

Ante la demanda de los clientes sobre los productos que la empresa comercializa en la ciudad de Esmeraldas, se consultó lo siguiente:

9.- ¿Le gustaría a usted que el producto que usted pidiera se lo llevaran a su domicilio, lugar de trabajo o donde usted más lo convenga?

TABLA N° 6

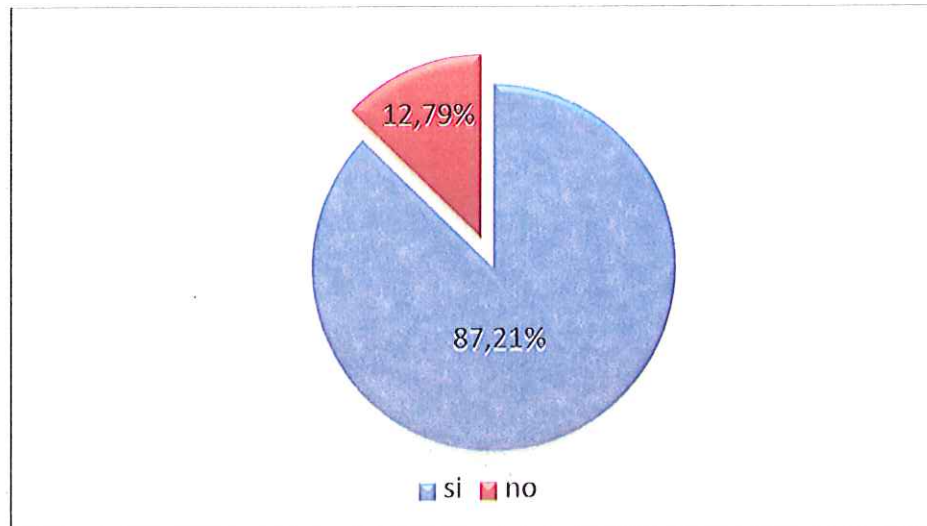
DONDE LE GUSTARIA QUE LLEGUE SU PRODUCTO

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	341	87.21%
NO	50	12.79%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 5

DONDE LE GUSTARIA QUE LLEGUE SU PRODUCTO



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

Una de las facilidades que otorgan las empresas comercializadoras de productos selectivos, es que se encargan de enviar las mercaderías a los domicilios, lugares de trabajo o donde el cliente lo solicite, a la pregunta planteada el 87,21% respondió que SI le gustaría que cualquier producto se lo enviaran a su destino, debido a que representa menores gastos, seguridad y confianza el 12.79 manifestó que NO,

4.2.2.- Estructuras preferenciales y gustos de la Demanda

Los consumidores evalúan permanentemente la calidad de los productos o servicios que adquieren para su consumo, lo que hace que su satisfacción o insatisfacción determine a la empresa emprender en nuevos métodos para incursionar o posesionarse en el mercado para lograr una mayor aceptación de los clientes.

Es así que de la encuesta aplicada se pueden determinar las siguientes razones expuestas.

7.- ¿Le gustaría a usted que exista en la ciudad de Esmeraldas una empresa que le ofrezca los mismos productos que usted desea y que solo se puede obtener en EE.UU?

TABLA N° 7

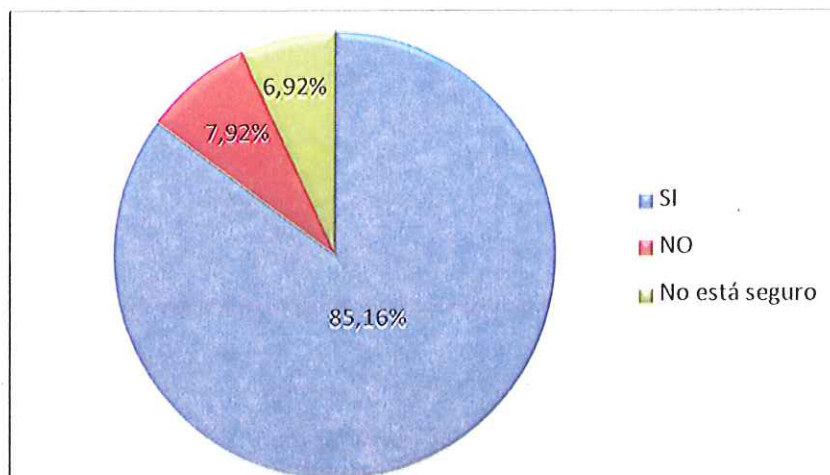
LE GUSTARIA QUE EXISTA EN ESMERALDAS UNA EMPRESA QUE LE OFRESCA PRODUCTOS DE EE.UU.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	333	85.16%
NO	31	7.92%
No está seguro	27	6.92%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 6

LE GUSTARIA QUE EXISTA EN ESMERALDAS UNA EMPRESA QUE LE OFRESCA PRODUCTOS DE EE.UU.



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

A la pregunta planteada, el 85.16% manifestó que SI desearía que exista en la ciudad de Esmeraldas una empresa que comercialice los mismos productos que se venden en los Estados Unidos, el 7.92% respondió que NO, y el 6.92% respondió no estar seguro, por lo que determina que los encuestados desean que exista este tipo de empresas en la ciudad.

En esta misma razón, se aplicó la encuesta a los ciudadanos sobre:

4.- ¿Ha sentido usted la necesidad de comprar algún producto que se comercialice en los EEUU y que no sea fácil de conseguir en el Ecuador?

TABLA N° 8

HA SENTIDO LA NECESIDAD DE COMPRAR PRODUCTOS EN EE.UU

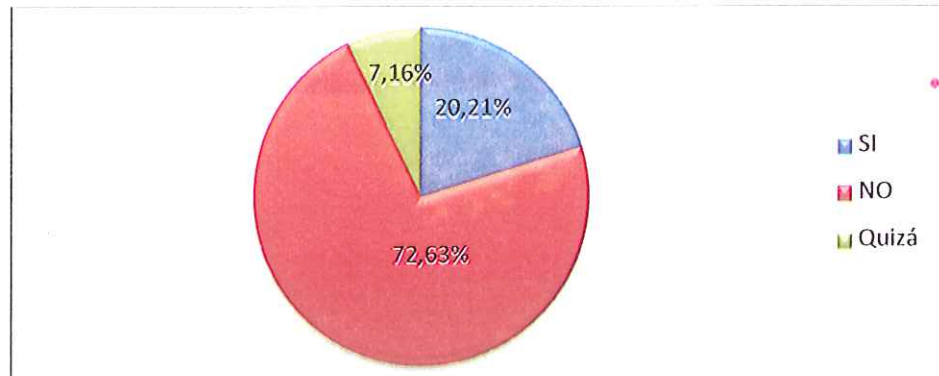
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	20.21%
NO	284	72.63%
Quizá	28	7.16
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 7

HA SENTIDO LA NECESIDAD DE COMPRAR PRODUCTOS EN EE.UU



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

Es importante precisar que a la pregunta planteada, el 20.21% manifestó que SI ha sentido la necesidad de comprar algún producto en los Estados Unidos, el 72.64% respondió que No, y el 7.16% manifestó que quizá compraría.

Ante la necesidad de que se vendan productos de Estados Unidos en el país, se consultó la siguiente pregunta:

5.- ¿Considera usted que ciertos productos que se venden en el país son más baratos en los Estados Unidos?

TABLA N° 9

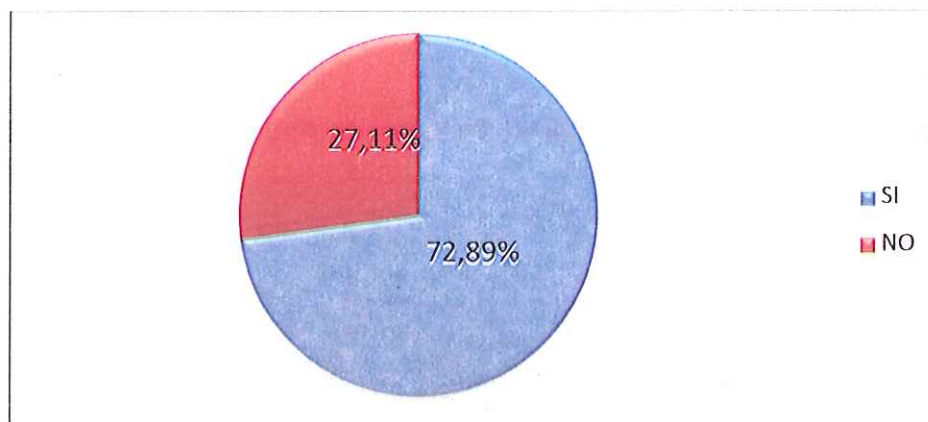
LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN PAÍS SON MÁS BARATOS QUE EE.UU.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	285	72.89%
NO	106	27.11%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 8

LOS PRODUCTOS QUE SE VENDEN EN PAÍS SON MÁS BARATOS QUE EE.UU.



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

A la pregunta planteada, el 72.89% de los encuestados manifestaron que SI consideran algunos productos más baratos que en los Estados Unidos, el 27.11% respondió que NO.

4.2.3.- Nivel de ingresos de la Demanda

Mediante información proporcionada por el INEC a junio del año 2010, el nivel de ingresos se registra tal como se lo demuestra en la siguiente tabla:

TABLA N° 10

NIVEL DE INGRESOS DE LA POBLACIÓN

INGRESOS	Urbana			
	Máximo	Mínimo	Media	Mediana
Ingreso Total	6350,00	10,00	349,18	240,00

Fuente: INEC
Elaboración: La Autora

En esta razón, es necesario establecer que el nivel de ingresos que perciben las personas les permite obtener algún producto, artículo y accesorios. Para determinar la pirámide de los ingresos es importante establecer en el siguiente gráfico en donde se expresa los ingresos promedios de las familias en la ciudad de Esmeraldas.

TABLA N° 11

INGRESOS PROMEDIOS DE LA POBLACIÓN DE ESMERALDAS

Nivel de ingresos	\$ Desde	\$ Hasta
	1	100
	101	200
INGRESO BÁSICO \$ 264	201	300
	301	500
	501	700
	701	1000
	1001	1800

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

¿En la actualidad usted se encuentra trabajando?

TABLA N° 12

SITUACIÓN LABORAL DE LA POBLACIÓN DE ESMERALDAS

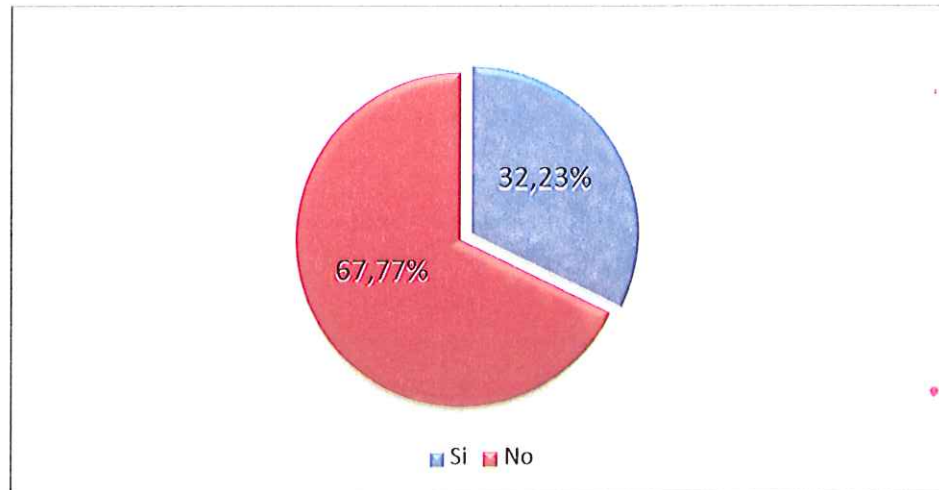
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	126	32.23%
NO	265	67.77%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 9

SITUACIÓN LABORAL DE LA POBLACIÓN DE ESMERALDAS



Fuente: Resultado de la encuesta

Elaboración: La Autora

De las personas encuestadas se pudo determinar que el 32.23% se encuentra trabajando sea en actividades del sector público o del sector privado, información esta que va relacionada de manera directa con la capacidad de compra de los productos de consumo selectivo que la empresa venderá mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, el 67.77% se encuentran desocupados y que dependen de los ingresos de los padres, sin embargo esto no significa que no adquieran productos de la empresa.

De igual manera, es necesario determinar cómo importante el nivel de gastos que tienen las personas encuestadas para la compra de productos selectivos que se comercializan en la empresa mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas.

TABLA N° 13

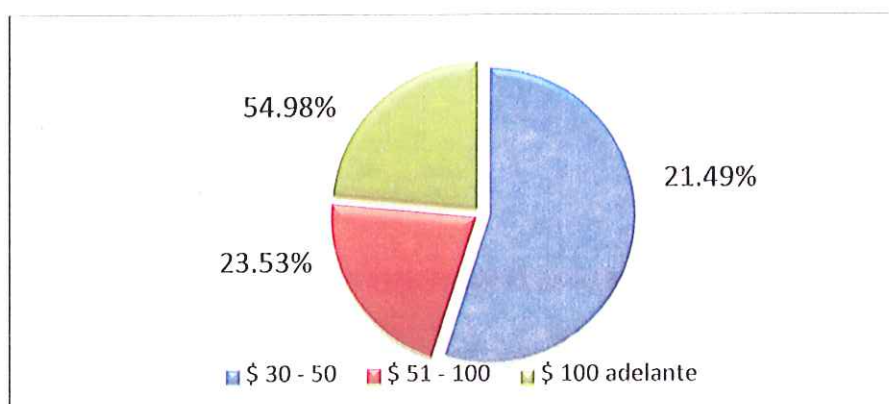
NIVEL DE GASTOS DE LA POBLACIÓN

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 30 – 50	215	54.98%
\$ 51 – 100	84	21.49%
\$ 100 adelante	92	23.53%
Total	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10

NIVEL DE GASTOS DE LA POBLACIÓN



Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

A la pregunta planteada, el poder adquisitivo que tienen las personas encuestadas, está relacionada con el nivel de gastos que están dispuestas a pagar por la compra de productos selectivos, es necesario explicar que por el nivel de ingresos que tiene las personas encuestadas existe un 54.98% los cuales gastan en comprar productos selectivos o de tecnología.

Para satisfacer las necesidades de los consumidores, la empresa de productos selectivos mediante la modalidad ONLINE, debe ofrecer algunas alternativas acorde a la realidad de las personas encuestadas y a la realidad económica que tienen las personas de la ciudad de Esmeraldas, sin perder la confianza, garantía e imagen de la empresa importadora de productos selectivos.

4.2.4.- Precios de los artículos relacionados

En la ciudad de Esmeraldas no existe una empresa dedicada a ofrecer productos selectivos mediante la modalidad ONLINE, y que pueda ofrecer productos directamente importados de los Estados Unidos, y que a la vez se pueda adquirir una gama de artículos, accesorios, ropa para damas, caballeros y perfumes.

A continuación se presenta en la tabla los diferentes precios que se venden en diferentes casas comerciales de la ciudad de Esmeraldas y que comercializan productos selectivos, como son artículos y accesorios.

TABLA N° 14

COMPARACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN DIFERENTES CASAS COMERCIALES

EMPRESA	PRODUCTOS	PRECIO	BUYWINS PRECIO
ORBE HOGAR	Computadoras	720	550
LA GANGA	Filmadoras	450	350
CLARO	Blu Ray	360	220
COMPULIBROS	Laptops	480	230
MULTIPLAZA MARATHON	Art. Deportivos	120	80

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

- * Equipos completos (computadoras, filmadoras, laptops)
- ** Artículos (impresoras, parlantes, Mp3, artículos deportivos, ropa, perfumes, zapatos, celulares,)
- *** Complementarios para el cliente (Consola video juegos, Ipad, otros artículos)

4.2.5.- Demanda del producto

Demanda Elástica.- Los productos que se ofrecerán en la empresa que comercializará productos selectivos mediante la modalidad ONLINE, tiene una demanda elástica, al ser este tipo de productos de calidad e importados se considera un bien de lujo y los cuales tiene productos sustitutos a menor precio.

La cantidad de la demanda, responderá de manera sensible al cambio de los precios, en la medida que este tipo de productos o accesorios suben su valor de manera significativa, se experimentará una disminución en la demanda, debido a que los consumidores decidirán optar por disminuir sus compras u optar por sustituir por artículos de menor precio.

4.2.6.- Condiciones del mercado para su comercialización

Por las condiciones existentes del mercado en la ciudad de Esmeraldas, se puede determinar que no existen empresas dedicadas a la importación y comercialización de productos importados desde los Estados Unidos y comercializados mediante la modalidad ONLINE, sin embargo tampoco existen restricciones para su comercialización, por lo cual se puede considerar como una condición de competencia perfecta.

4.2.7.- Durabilidad del producto

La creación de la empresa de productos selectivos importados desde los Estados Unidos y comercializados mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, es una proyecto innovador debido a que en la ciudad no existe este tipo de empresas, se convierte en un proyecto

alternativo para los habitantes de la ciudad de Esmeraldas, se puede manifestar que existe locales comerciales que ofertan productos similares pero que no lo hacen mediante la modalidad ONLINE.

La creación de la empresa prevé una durabilidad de 15 años en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, debido a que sus productos son importados directamente desde los Estados Unidos, representando un menor, precio, calidad del producto, garantía, condiciones factibles de pago y por la entrega del producto a domicilio.

Es importante establecer que los productos y artículos que comercializará la empresa "BUYWINS" tendrán una durabilidad promedio de 3 años contra defectos de fabricación, con una garantía de un año.

4.2.8.- Condiciones de consumo del producto

La tendencia de la demanda de los productos selectivos que comercializa la empresa mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, tiene la tendencia a la demanda de productos complementarios debido a que no se encuentra en el mercado local negocios de las mismas características que la empresa citada en el mencionado estudio. En la ciudad de Esmeralda si bien es cierto existen negocios que comercializan productos selectivos, estos no tienen la procedencia de ser importados directamente o comercializados mediante la modalidad ONLINE, por lo que su calidad del producto, garantía, seguridad, forma de pago, se ven reflejados en la desconfianza del consumidor.

4.3 Oferta Del Producto

4.3.1.- Requerimientos tecnológicos para la comercialización.

El proceso de globalización y mundialización ha determinado el uso de la tecnología y productos selectivos a escala interesante para el uso de determinados medios o fines, es decir se puede usar

la tecnología de punta para actividades académicas, laborales, profesionales, de hogar, estudiantiles, entre otras.

En este marco, la importación de productos selectivos importados desde los Estados Unidos y comercializados mediante el sistema ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, se ofertan los productos mediante el internet, suministrando todas las características de los mismos y brindando las facilidades para que los compradores adquieran sus productos desde cualquier parte del mundo en un tiempo real, esta alternativa de negocios debe ser aprovechada por la empresa que comercializará sus productos mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas.

4.3.2.- Bienes sustitutos.

La empresa comercializadora de productos selectivos importados desde los Estados Unidos, ofrece una gama de productos, accesorios y servicios a los clientes de la ciudad de Esmeraldas, los cuales están determinados por su excelente calidad, bajo precio, garantía, durabilidad, etc., además es necesario establecer que la empresa puede también ofrecer productos de otros países, como son Brasil, Japón, China los cuales pueden ser más bajos en su precio pero que estos no pueden tener la misma calidad y garantía del producto.

Los consumidores también acostumbran a comprar artículos y accesorios en otros locales comerciales de la ciudad de Esmeraldas, por la necesidad o urgencia, por el precio, o por el tiempo, es necesario considerar que al comprar productos sustitutos se pone en riesgo la calidad del producto, pueden productos piratas o de mala fabricación.

4.4 Estudio de Mercado

4.4.1.- Mercado proveedor

Para la comercialización de los productos selectivos que ofertará la empresa mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, su proveedor será desde los Estados Unidos y de diferentes casas comerciales.

TABLA N° 15

MERCADOS PROVEEDORES DE PRODUCTOS SELECTIVOS

PROVEEDOR	MARCAS	% Compra en la tienda	CALIFIC
INTERNACIONAL			
CACHE	Cámaras fotográficas	7%	A
HOT TOPIC	Filmadoras	5%	A
THE LIMITED	Consola de video juegos	9%	A
ZARA	Relojes	6%	B
BUE FLY	Blu Ray	12%	B
SONY	Laptops	18%	A
GAP	Mp3	5%	A
CHAMPS SPORTS	Artículos deportivos	10%	A
PAC SUN	Ipad u otros modelos	8%	A
	Otros artículos		
DIESEL	Ropa de hombre	7%	B
DIESEL	Ropa de mujer	8%	A
ARMANI	Perfumes	5%	A

Elaboración: La Autora

La calificación se la realizó mediante la dependencia que se tiene del proveedor, así como la oportunidad de la recepción en la entrega del producto, artículo o accesorio y del costo de la mercadería.

A (ALTA).- Se demanda mucha cantidad del producto, su oportunidad de recepción de la mercadería y sus costos son favorables para la empresa.

B (MEDIA).- Aunque se demande una cantidad de mercaderías, artículos o accesorios por parte de la empresa, su oportunidad de recepción o costo de la mercadería no son muy favorables.

C (BAJA).- No se compra en gran cantidad este tipo de productos, su oportunidad de recepción o costo de la mercadería no son muy favorables para la empresa.

4.4.1.1 Mercado proveedor nacional

Para la creación de la empresa importadora de productos selectivos en la ciudad de Esmeraldas, se requerirá de materiales, equipos y suministros de oficina, los cuales serán necesarios para consolidar el funcionamiento de la empresa “BUYWINS”.

4.4.2.- Mercado Competidor

La empresa que se pretende crear en la ciudad de Esmeraldas, está directamente vinculada hacia la importación de productos selectivos y su comercialización es mediante la modalidad ONLINE, no existe en la ciudad otra empresa que tenga las mismas características, por lo que la competencia no es directa, pero se puede pensar como competencia a las empresas que venden este tipo de productos y que se encuentran ubicadas en la ciudad de Esmeraldas.

Al analizar los negocios que venden este tipo de productos selectivos en la ciudad, se encuentra que no cuentan con todos los productos, artículos, accesorios por lo que es evidente observar que solamente cuentan con uno, dos o hasta tres productos, en otros locales, solamente se encuentra dos productos como son computadoras y televisores, por lo que se establece que cuando se quiere realizar alguna compra por parte del cliente no se tiene mucha variedad de artículos.

En esta razón de la investigación de campo realizada, se pudo observar que la competencia se la puede calificar mediante cuatro variables directamente identificadas como son:

Variedad.- Se refiere a la cantidad de opciones en cuanto a productos selectivos, teniendo en cuenta la calidad, garantía, modelos, precios, en donde se puede evaluar de forma cualitativa mediante tres alternativas (Excelente, Bueno, Malo)

Precios promedio.- Es el precio que se paga por el producto, artículo y accesorios y que este varía de un local a otro.

Marcas.- Se pudo observar que en cuanto a marcas de la mercadería estos locales solamente ofrecen productos de una sola marca, no existe una variedad para poder elegir

Ubicación.- El sector o ubicación es determinante para el éxito o fracaso de un negocio, para ello se analizó la ubicación de la competencia, en donde se analizó también su decoración, presentación y atención, este factor se lo evaluó numéricamente de acuerdo a una escala de 1 a 5, siendo 1 la peor ubicación y 5 la mejor.

4.4.3.- Análisis de la competencia

TABLA N° 16
MERCADO COMPETIDOR DE LA EMPRESA BUYWINS

LOCALES	VARIEDAD	P. PROM	MARCAS	UBICACIÓN	COMENTARIO
ORVE HOGAR	B	\$ 750	SONY - DUREX	5	Solo cuenta con productos de hogar su ubicación se encuentra bien ubicada en la ciudad
LA GANGA	B	\$780	PANASONIC	5	Cuenta con artículos para el hogar, su ubicación se encuentra estratégicamente bien ubicada
CREDI HOGAR	B	\$ 820	OLG -MABE	4	Cuenta con productos para el hogar, computadoras, artículos deportivos, su ubicación está bien ubicada
COMPULIBROS	B	\$730	STRATECH CANON	5	Comercializa productos, artículos y accesorios tecnológicos y televisores, su ubicación está bien en la ciudad.
GRAN AKI	MB	\$680	SAMSUNG	4	Cuenta con una amplia variedad de productos, artículos y accesorios para el hogar y tecnológicos, su ubicación no es la mejor
BUYWINS	MB	\$650		5	Cuenta con una variedad de productos para ofrecer a sus clientes, su ubicación es optima en el mercado

Elaboración: La Autora
Fuente: Población de Esmeraldas

4.4.3.1.- Posición de la empresa frente a la competencia

La empresa importadora ofrecerá productos, artículos y accesorios a precios mejores que la competencia existente en la ciudad de Esmeraldas, su estrategia se basa en importar productos de alta calidad en los Estados Unidos de Norteamérica, sin la utilización de intermediarios.

Es importante considerar que en la ciudad de Esmeraldas no existe empresas dedicadas a la comercialización de productos y artículos selectivos importados desde los Estados Unidos, pero a nivel nacional existen empresas que ofertan productos mediante el internet, por lo que es necesario que la empresa “BUYWINS” se posicione frente a la competencia mediante estrategias adecuadas de mercado para poder incursionar sus productos y artículos en el mercado en la ciudad de Esmeraldas.

Estas estrategias están vinculadas de forma directa en a las condiciones de pago, la empresa importadora de productos podrá cobrar mediante tarjetas de crédito, transferencias electrónicas, cheques, en efectivo, en donde su forma de pago puede ser de contado y a crédito hasta tres meses con crédito personal y con tarjetas de crédito hasta seis meses sin interés y doce meses con interés, en donde el cliente asume las comisiones e intereses de la respectiva tarjeta,

Además la empresa para incentivar la demanda de sus productos podrá ofrecer descuentos de hasta el 10% en compras mayores a 500 dólares, podrá además entregar artículos como obsequio en compras mayores a 500 dólares si el pago es de contado. Su comercialización se lo realizará mediante el uso de internet para promocionar con el fin de publicitar sus productos a escala local, provincial y nacional, debido a que forma de entrega es a domicilio y sin recargo alguno.

Un aspecto importante a considerar es que este tipo de empresa es nueva en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, la cual está dedicada a ofrecer productos, artículos y accesorios de consumo mediante la modalidad ONLINE, y que según la encuesta aplicada en la pregunta siete, los encuestados manifestaron en un 85.16% que si desearían que en la ciudad de Esmeraldas existiera una empresa que ofrezca productos importados desde los Estados Unidos.

4.4.4.- Estrategia Comercial

La satisfacción de los clientes es una de las razones por la empresa emprenderá ofertar sus productos a la comunidad de la ciudad de Esmeraldas, debido a que la tecnología es requerida para satisfacer las diferentes necesidades de los clientes, por lo que la empresa debe analizar los diferentes gustos de los consumidores y con ello desarrollar estrategias comerciales con el fin de obtener una mayor cantidad de clientes posibles.

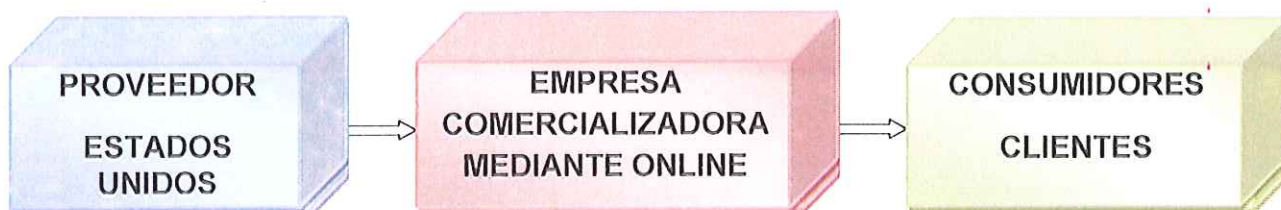
4.4.4.1.- Mercado Distribuidor.

La comercialización de los productos, artículos y accesorios se lo realizará mediante la siguiente manera (Proveedor el está en los Estados Unidos – la empresa que se encuentra situada en la ciudad de Esmeraldas – clientes que demandarán los productos) para el caso de la comercialización se establecen condiciones de contrato entre el proveedor y la empresa sobre la forma de pago, créditos, transporte, recepción de la mercadería y tiempo de entrega con el fin de mantener buenas relaciones comerciales con el proveedor, el cual puede estar legalizado para mantener el respeto, responsabilidad, cumplimiento y tiempo oportuno en la entrega de los productos a la empresa que ofrecerá sus productos a los clientes en la ciudad de Esmeraldas.

La empresa comercializadora de productos mediante la modalidad Online cuenta con un solo proveedor el cual se encuentra domiciliado en los Estados Unidos de Norteamérica.

GRÁFICO N° 11

MERCADO PROVEEDOR DE LA EMPRESA BUYWINS



Elaboración: La Autora

4.4.4.2.- Variables Externas

Las variables externas influyen de manera directa en el comportamiento de la actividad comercial, determinando las características que se quiera implementar para mejorar la capacidad de oferta de los productos, artículos y accesorios que ofrecerá la empresa mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas. Para determinar aquello es necesario establecer las siguientes variables. (Política exterior, política de empleo, política Fiscal, Política económica, Política crediticia)

Política Fiscal.- En el Ecuador toda persona que desee desarrollar actividades comerciales debe establecer una razón social, para lo cual deberá obtener el respectivo RUC y emitir sus facturas de venta, registro obligatorio para la declaración de IVA e Impuesto a la Renta, lo cual se vuelve una exigencia y obligación para todos los ciudadanos.

Política de empleo.- Una de las razones que busca el Gobierno es reducir el desempleo mediante la creación de empresas que busquen el desarrollo social, y en este sentido el Ministerio de Trabajo pone de manifiesto que toda persona que se encuentre bajo dependencia laboral debe tener un salario mínimo de 264,00 dólares, por lo que la empresa comercializadora de productos selectivos de la ciudad de Esmeraldas debe cumplir con la Ley.

Política económica.- La inflación para el año 2010 se ubicó en el 8.7%, lo que determinó que el poder adquisitivo de los consumidores pierdan su poder adquisitivo y de esta manera se vea reducido su capacidad de compra.

Política crediticia.- La política crediticia del gobierno establece la reducción de las tasas de interés para mejorar la capacidad de inversiones y crear empresas dedicadas a todo tipo de actividad sea productivas, servicios o comerciales, por lo que la tasa referencial del Banco Central se ubicó para el año 2010 en el orden del 9.65%.

En el caso de la banca financiera privada como es el caso del Banco del Pichincha de la ciudad de Esmeraldas, la tasa de interés activa está en el 16.31% y la pasiva se encuentra en el 14.00% para inversiones de empresas y servicios.

Es importante manifestar que si una de estas variables que son de carácter externo se modifica podría afectar de manera directa el funcionamiento de la empresa, lo que perjudicaría su estructura interna de generar empleo, se podría reducir las importaciones de algunos productos, artículos y accesorios selectivos, se podría incrementar los precios, o en el peor de los casos se podría cerrar la empresa.

4.4.4.3.- Análisis FODA

Para la creación de la empresa importadora de productos selectivos mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, es necesario diseñar la matriz FODA para determinar cuáles son sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Oportunidades, es importante manifestar que este estudio se lo hará en un momento determinado debido de que se trata de una empresa que se va a crear en la ciudad de Esmeraldas y determinar sus potenciales razones de su éxito.

Para la construcción de la matriz se evaluarán los factores externos e internos de la empresa, para de esta manera determinar puntualmente que estrategias utilizar y obtener mejores resultados y un mejor funcionamiento de la empresa; de esta manera se presenta a continuación una síntesis de la matriz.

FORTALEZAS.

- Innovación en concepto de ventas en la ciudad de Esmeraldas como empresa, mediante la modalidad ONLINE.
- Facilidad de realizar compras en una sola empresa.
- Los productos son importados directamente de Estados Unidos
- Productos de calidad, precios bajos, garantía.

- Entrega del producto a domicilio y sin recargo de pago.
- Excelente prestación del servicio al cliente

DEBILIDADES

- Poca experiencia en este tipo de comercio en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.
- Restricciones en las importaciones de este tipo de productos selectivos.
- Incremento en los aranceles e impuestos
- Cierta nivel de desconfianza al inicio de la compra

OPORTUNIDADES

- Llegar al mercado esmeraldeño con productos que ninguna empresa en la ciudad puede ofrecer.
- Brindar productos a los clientes (a domicilio)
- La empresa ampliará la demanda de los consumidores mediante una efectiva estrategia de ventas, a través de estrategias de mercadeo directo.
- Se eliminen las barreras arancelarias para las importaciones de este tipo de productos.

AMENAZAS

- Creación de otras empresas que comercialicen productos selectivos mediante la misma modalidad de ventas en la ciudad de Esmeraldas.
- Que el producto, artículo o accesorios tengan fallas de fábrica.
- Que no cumpla la empresa los acuerdos de compra venta con el cliente.
- Se creen nuevos aranceles que afecten, tanto el volumen de importación de productos como aumento de impuestos a ciertos artículos.

4.4.4.4.- Estrategias de ventas, promoción y publicidad

- Para una mejor promoción y publicidad la empresa importadora de productos artículos y accesorios se lo hará mediante el internet, para tener un mayor mercado de consumidores en la ciudad de Esmeraldas.
- Se generará una página web “www.buywins.com.ec” de la empresa, la cual dará a conocer la diversidad de productos que podemos poner al alcance de nuestros clientes en la ciudad de Esmeraldas. Es importante mencionar que la empresa puede extenderse a nivel nacional en cualquier momento, esto dependerá del cliente.
- Se venderá productos a menor precio en temporadas especiales, y se podrá entregar promociones en la compra de productos, artículos y accesorios de contado.
- A los clientes potenciales se les podrá hacer un descuento en la compra de contado, o en el pago con tarjeta de crédito o tarjeta electrónica.
- Se utilizarán bases de datos de clientes con sus respectivas direcciones de correo y de teléfonos para ofrecer el servicio de una manera directa.
- Se planteará un plan de visitas a empresas reconocidas de la ciudad y que cuentan con un gran número de empleados, clasificando en especial los que tienen tarjeta de crédito para poder facturar de una manera más fácil y segura para la empresa. Como herramienta de venta se entregan trípticos con información alusiva a los productos que puede poner a disposición BUYWINS.
- Incentivos del 10% de descuento a los consumidores por clientes referidos por parte de consumidores actuales de la empresa.
- La empresa aceptará todo tipo de tarjetas de crédito como: DINERSCLUB – VISA – MASTERCARD – PACIFICARD – AMERICANEXPRESS.

4.4.5.- Proyección de ventas

Al realizar el estudio para la creación de una empresa importadora de productos selectivos y ser comercializados en la ciudad de Esmeraldas mediante la modalidad ONLINE, se aplicó la encuesta respectiva sobre qué productos adquieren más los clientes, de lo cual se obtuvo los siguientes resultados.

TABLA N° 17

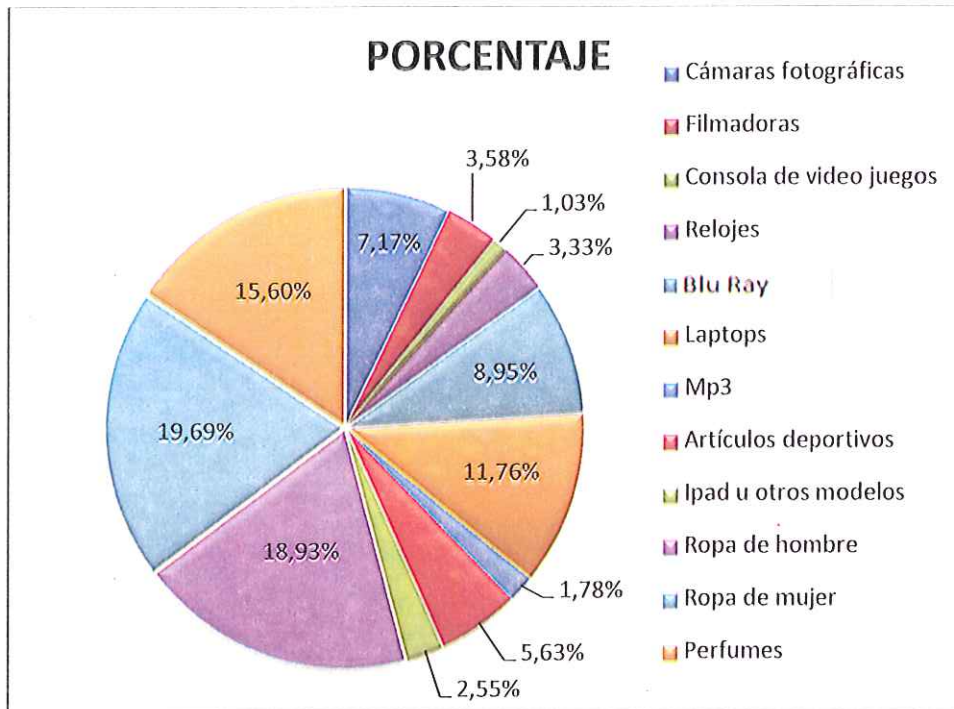
PROYECCIÓN DE VENTAS DE LA EMPRESA BUYWINS

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Laptops	46	11,76%
Blu Ray	35	8,95%
Cámara fotográficas	28	7,17%
Artículos deportivos	22	5,63%
Filmadoras	14	3,58%
Relojes	13	3,33%
Ipad	10	2,55%
Mp3	7	1,78%
Consolas de video juego	4	1,03%
Otros artículos	212	
Ropa de hombre	74	18.93%
Ropa de mujer	77	19.69%
Perfumes	61	15.60%
TOTAL	391	100%

Fuente: Resultado de la encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12

PROYECCIÓN DE LAS VENTAS DEL MERCADO BUYWINS



Fuente Resultado de la encuesta:
Elaboración: La Autora

Para proyectar las ventas a futuro en un tiempo estima de diez años y que la empresa podría alcanzar, se tomó la proyección de la demanda inicial y de la población actual existente en la ciudad de Esmeraldas, por lo que la empresa "BUYWINS" incrementará en sus diferentes productos, artículos y accesorios en un 5% anualmente, lo que significará mantenerse en el mercado y consolidarse como una empresa fuerte por sus precios y calidad de sus productos.

En la siguiente tabla se puede observar las posibles ventas para los próximos diez años, relación que se refleja de la siguiente manera.

TABLAN° 18

CALCULO DE LA PROYECCIÓN DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA

CALCULO DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS PARA LOS DIEZ AÑOS											
	1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	4 AÑOS	5 AÑOS	6 AÑOS	7 AÑOS	8 AÑOS	9 AÑOS	10 AÑOS	TOTAL
CAMARAS	5.300	5565	5843,25	6135,4125	6442,183	6764,2923	7102,5069	7457,6322	7830,5139	8222,0395	8633,141522
FILMADORAS	3.245	3407,25	3577,6125	3756,4931	3944,318	4141,5337	4348,6104	4566,0409	4794,3429	5034,0601	5285,763064
CONSOLAS	1.145	1202,25	1262,3625	1325,4806	1391,755	1461,3424	1534,4095	1611,13	1691,6865	1776,2708	1865,084348
RELOJES	1.090	1144,5	1201,725	1261,8113	1324,902	1391,1469	1460,7042	1533,7395	1610,4264	1690,9478	1775,495143
MP3	180	189	198,45	208,3725	218,7911	229,73068	241,21722	253,27808	265,94198	279,23908	293,2010328
ART DEPORT	2.258	2370,9	2489,445	2613,9173	2744,613	2881,8438	3025,936	3177,2328	3336,0944	3502,8991	3678,044067
IPAD	520	546	573,3	601,965	632,0633	663,66641	696,84973	731,69222	768,27683	806,69067	847,0252059
LAPTOPS	9825,00	10316,25	10832,06	11373,67	11942,35	12539,47	13166,44	13824,76	14516,00	15241,80	123577,79
BLU RAY	1620,00	1701	1786,05	1875,35	1969,12	2067,58	2170,95	2279,50	2393,48	2513,15	20376,19
ROPA DE H	37562,50	39440,63	41412,656	43483,29	45657,45	47940,33	50337,34	52854,21	55496,92	58271,77	472457,09
ROPA DE M	66715,00	70050,75	73553,288	77230,95	81092,50	85147,12	89404,48	93874,70	98568,44	103496,86	839134,10
PERFUMES	10790,00	11329,5	11895,975	12490,77	13115,31	13771,08	14459,63	15182,61	15941,74	16738,83	135715,46
											1.591.260,63

Elaboración: la Autora

4.5.- INGENIERIA DEL PROYECTO

4.5.1.- Características de los productos.

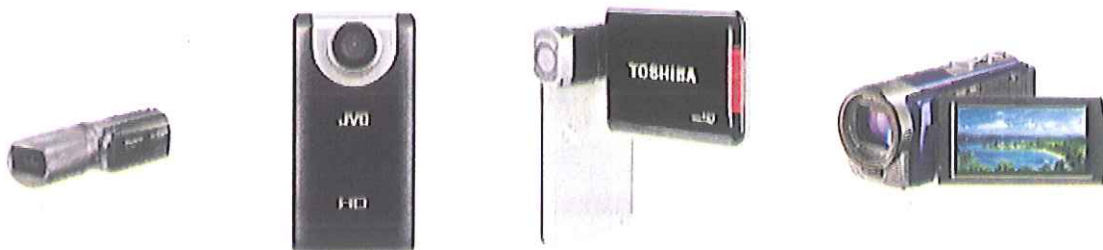
La empresa importadora pondrá al servicio de los clientes mediante el sistema de comercialización ONLINE los siguientes productos y artículos selectivos:

Cámaras fotográficas.



Se importarán cámaras de diferentes modelos como: CANNON, PANASONIC, SANMSUNG, SONY, OLG, las cuales tienen pantalla táctil, son digitales, zoom óptico de 4320, cámara de video, de 5 a 16.5 pulgadas y de 5.5 a 16.2 megapixíles.

Filmadoras



Además de importarán filmadoras PANASONIC, JVC, TOSHIBA, SONY, de diferentes modelos y tamaños, de 2.6 megapixíles en imagen y video, un zoom óptico de 21x hasta 30x, 16.GB, pantalla táctil de 3 pulgadas, compatibles, flash, resolución de 1080 hasta 1920.

Consolas de video juegos



Diferentes marcas como: IBM, DUALSHOCK Las características de las consolas de video son: Power PC 729 MHz - 88 MB RAM Memoria Flash- Bluetooth - Nunchuk, Wii Remoto, 4 GB Memoria Flash, PlayStation 3 80GB Incluye DUALSHOCK, y controlador automático.

Relojes



Ed. HARDY, CITIZEN, FOSSIL BRAVES, TECHOMARINE, son exclusivos para el mercado local, cronógrafo, resistente al agua, acero inoxidable, alarmas, calendario.

BLU RAY



Vienen en diferentes modelos y tamaños, entre sus características y marcas encontramos: Portable Blu-ray Disc Player, Blu-ray Disc smart Player, 3D Blu-ray Disc Player Sony Internet TV Blu-ray Disc Player, DVDs y CDs de música portátil de Blu-ray Disc, Sony Internet TV Blu-ray, el primer y único reproductor Blu-ray Disc a través de Google TV , Wi-Fi, Internet streaming: Netflix, YouTube y más, de aplicaciones para los teléfonos iPhone / iPad y Android, Blu-ray 3D, capacidad de reproducción, multi-sala de música con PartyStreaming, Internet en tiempo real: Netflix, YouTube, Pandora, Hulu Además, y más, frente a la ranura USB, Full HD 1080p, soporte de audio de alta definición, reducción de ruido IP para mejorar la reproducción de vídeo de Internet

Laptops



En diferentes marcas como: HP (Hewlett-Packard), TOSHIBA, SONY, de 14 hasta 16.6 pulgadas, bluetooth, Windows 7 profesional, unidad de DVD, Intel core, 40 GB disco duro, peso de 5 libras, pantalla plasma, pantalla plana, digital, 512 memoria RAM,

MP3



Se importarán MP3, con las siguientes características: Reproductor de video, formato MP3, WMA, WMT, conexión USB, batería recargable. SanDisk Sansa Reproductor MP3 Negro, sintonizador FM, 15 Horas Audio - Microsoft Reproductor MP3 Platinum, 33 Horas Audio.

Artículos deportivos



En diferentes modelos y tallas para niños, jóvenes y adultos, Nike5 lunar Gato Zapato de Futbol, Adidas Hombres Zapatos de futbol. Puma Mens V5.10 Sala Indoorfultbol.

IPOD



Las características de este tipo de artículos son: 4 16GB Bluetooth, 5MP, 16GB - MPN: 6ta Generación 8GB Plateado Reproductor 1.5" LCD, Memoria Flash, Sintonizador FM, 24 Horas Audio - Reproductor MP3 Flash Drive, 6 Horas Video, 36 Horas Audio.

Estos son algunos de los artículos que la Empresa “BUYWINS” ofrece a sus clientes y que los encontrará en la página www.skypaz.com.ec, en donde el cliente podrá tomar decisiones de acuerdo a su elección y preferencia del artículo.

4.5.2.- Proceso de comercialización.

La empresa “BUYWINS” importadora de productos de consumo selectivo bajo la modalidad ONLINE estará dedicada solamente a la comercialización de productos y no incurrirá en la producción de ninguno de ellos.

Para adquirir la mercadería en los Estados Unidos, la propietaria de “BUYWINS” debe solicitar una tarjeta de crédito internacional en cualquier banco de la ciudad, para el caso de la empresa se registrará con la tarjeta VISA INTERNACIONAL en el banco de Guayaquil, para lo cual se exige presentar algunos requisitos:

Información de tu tarjeta de crédito.

“Skybox” procederá a entregarle a “BUYWINS” la membrecía para tener un número de suite con dirección física en Miami donde desea recibir su Artículo en su dirección en Ecuador. Para ello deberá ingresar la siguiente información:

Nombre: Susana

Apellidos: Pazmiño

Dirección 1: 1900 N.W. 97 Ave.

Dirección 2: Suite # 123-4567

Ciudad: Doral

Estado: Florida

Código Postal: 33172

País: Ecuador

Teléfono: (436) 097103418

La empresa “BUYWINS” por estar asociada a “Skybox” recibirá un 5% en la compra de productos selectivos, artículos y accesorios.

“BUYWINS” procede a la realización de la compra de Artículos y accesorios en las respectivas tiendas existentes como: Buy.com, Amazon.com, Sony, Nine west, Champs Sports, Diesel, EBay, Victorias Secret, entre otras. Una vez solicitado el pedido a las tiendas de Miami, “BUYWINS” establecerá la confirmación de compra con el número de orden, de los productos adquiridos, su costo y el monto del flete a la Dirección personal “SkyBOX en Miami. “Skybox” Envía la Confirmación de compra como recibo de pago o factura al correo electrónico de la empresa “BUYWINS”.

“Skybox” se encargará de todos los trámites aduaneros y se tomará un tiempo de 15 días para hacer llegar la mercadería a la empresa “BUYWINS” en la Ciudad de Esmeraldas en Ecuador.

4.5.3.- Descripción del proceso

El proceso de comercialización que tiene la empresa “BUYWINS”, es de la siguiente manera: el cliente ingresa a la página www.buywins.com.ec, este se suscribe con todos los datos personales, accede a la tienda en donde encontrará una variedad de opciones que le permitirán seleccionar los productos y artículos, para ello la empresa tiene las siguientes opciones: tecnología, ropa, joyería, artículos deportivos, perfumería, el cliente elige la opción en el cual está interesado en buscar el producto o artículo que desee, luego procede a leer las características del mismo, modelo, color, talla, precio, una vez elegido el producto, opta por la opción de compra, si el cliente desea otro producto regresa a las tiendas y elige el nuevo producto.

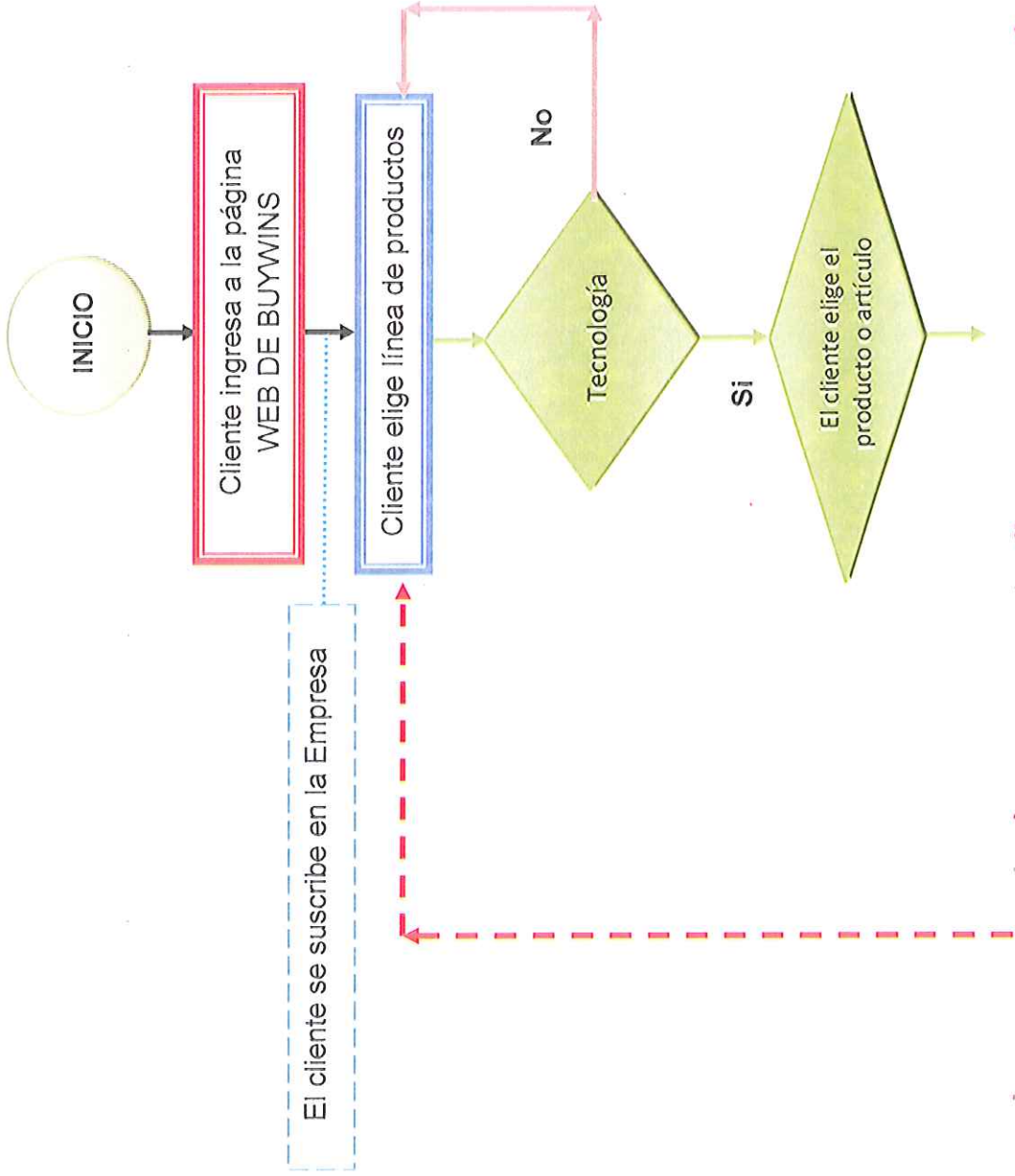
Una vez realizada la compra por el cliente, este elige la forma de pago y según las encuestas realizadas esta determinó que el 54.48% acepta cancelar mediante tarjetas de crédito, mientras que el 12.28% mediante transferencias electrónicas, y el 12.53% manifiesta mediante 30% pago al contado y el 70% a la entrega del producto, acepta la forma de pago, y este envía la información aceptando las condiciones de compra, la empresa “BUYWINS” recibe la información y procede a llamarlo para verificar los datos y confirmar la realización de la compra del producto o artículo.

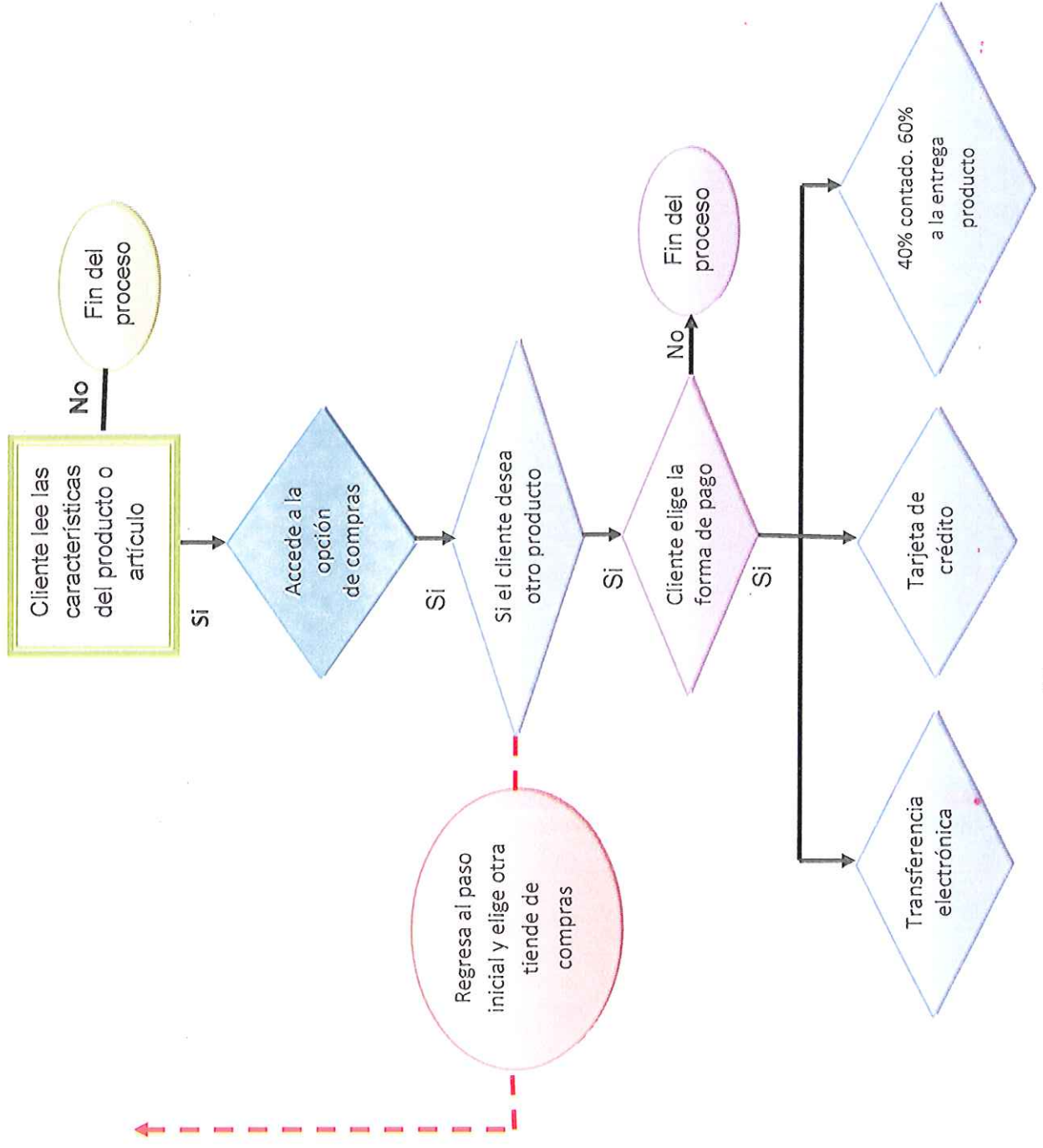
Una vez el cliente confirmado el procedimiento de compra y de pago, este solicita que su producto sea enviado a su respectivo trabajo o domicilio, y posteriormente acepta el tiempo de espera de la entrega del mismo.

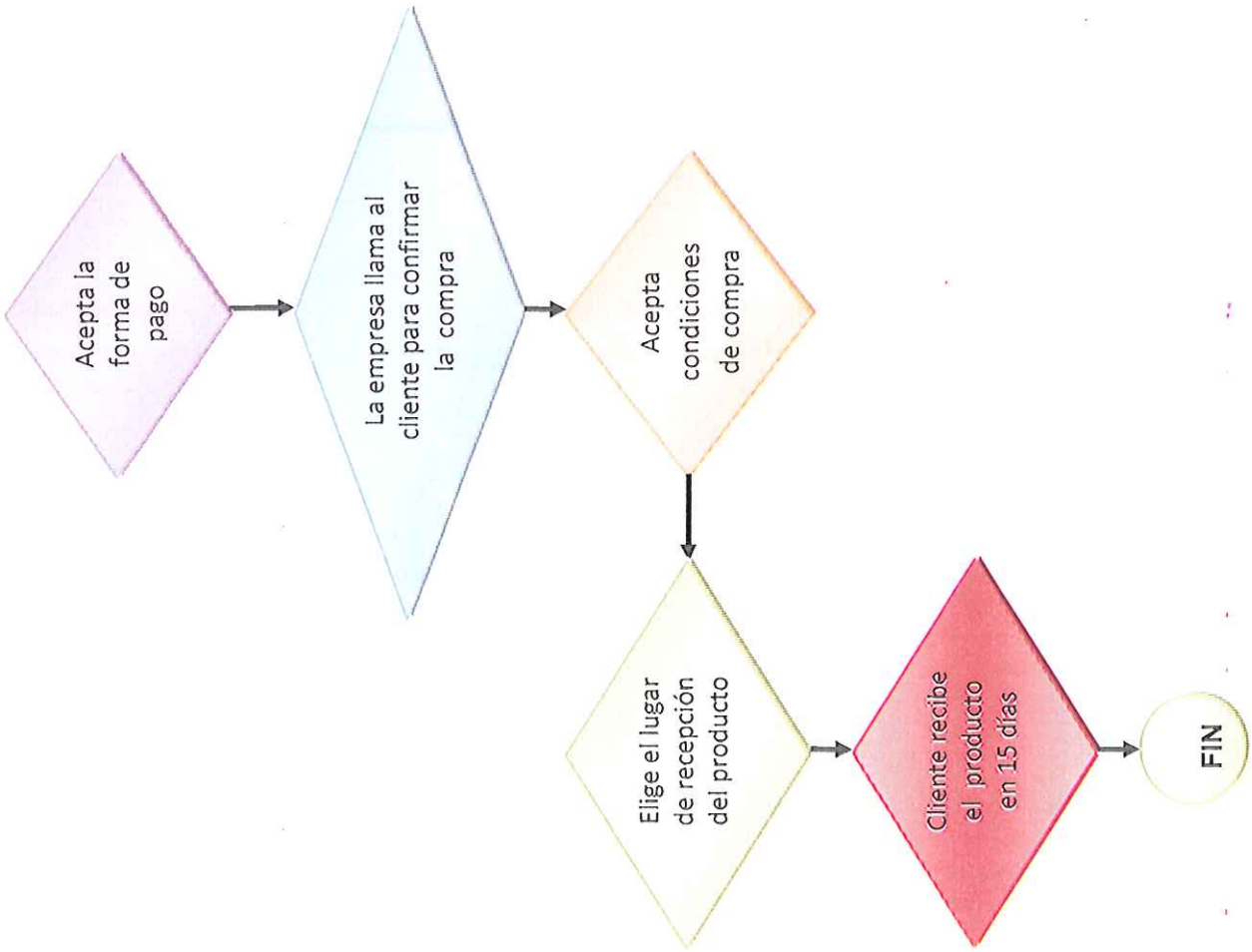
Las políticas de la empresa están dirigidas de la siguiente manera:

- Se empresa aceptará todo tipo de tarjetas de crédito
- Se receptorá pagos mediante transferencias electrónicas.
- El cliente podrá cancelar sus pagos mediante cheques.
- Si la compra la va a realizar en efectivo, el cliente puede entregar el 40% al momento del pedido y la diferencia contra entrega del producto.

4.5.4.- Flujo del proceso







4.5.5.- Sistema de comercialización

La empresa "BUYWINS" debe considerar que para la comercialización de sus productos y artículos es necesario crear y promover mediante una efectiva publicidad, la cual estará en un diario de circulación de la ciudad de Esmeraldas, y mediante hojas volantes, Facebook, Twiter y la Pagina Web de la empresa [www.buywins.com.ec.](http://www.buywins.com.ec), posteriormente la empresa procederá a la entrega del artículo 15 días luego de haber realizado la adquisición en línea.

4.5.6. Tamaño del Mercado

El mercado que la empresa pretende satisfacer la demanda con los diferentes productos, artículos y accesorios es de 125.034 habitantes urbanos, estipulados mediante la selección de la muestra.

Para el ejercicio del cálculo para el primer año se comercializará en la venta de Laptops es de 20 unidades al año, dando un promedio de 2 computadores mensuales, para celulares se comercializará 11 al año, con un promedio de 1 mensual, para ropa de hombre se venderá 588 unidades, dando como promedio 49, para ropa mujer se comercializará anualmente 1296, mensualmente un promedio de 108, en cuanto a perfumes se comercializará 197 anualmente, y mensualmente 16.

4.5.7 Disponibilidad de Capital

Para la ejecución del proyecto se contará con recurso económicos que serán financiados por el Banco de Guayaquil por un monto cuarenta mil dólares a Diez años plazo, además se contará con la participación de capital propio por un monto de cinco mil dólares

4.5.8.- Programa de Comercialización

TABLA N° 19
CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAPTOP

	LAPTOP		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	11,76%		
DINERO	11,21%		
TOTAL	0,361%		
	61.813,00	223,032192	
	8,40%	18,7347042	
	UNIDADES	19	
	N° VENTAS		
	95%	5%	
	18,05	0,95	
	18	1	
	1	2	
	18	2	=20

Elaboración: La Autora

TABLA N° 20
PRECIOS DE LA LAPTOP

PRECIO	250 - 400	55%	11	11	325	3575
PRECIO	500 - 700	35%	7	7	600	4200
PRECIO	850 - 1.200	10%	2	2	1025	2050
					ANUAL	9825
					MENSUAL	818,75

Elaboración: La Autora

TABLA N° 21
CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE BLU RAY

	BLU RAY		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	8,95%		
DINERO	8,94%		
	0,219%		
	56.525,00	123,787252	
	8,40%	10,3981292	
	UNIDADES	10	
	N° VENTAS		
	90%	10%	
	9	1	
	9	1	
	1	2	
	9	2	11

Elaboración: La Autora

TABLA N° 22
PRECIOS DE LOS BLU RAY

PRECIO	30 - 50	30%	3,3	3	40	120
PRECIO	60 - 200	50%	5,5	6	130	780
PRECIO	220 - 500	20%	2,2	2	360	720
					ANUAL	1620
					MENSUAL	135

Elaboración: La Autora

TABLA N° 23
CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DE HOMBRE

	ROPA HOMBRE		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	18,93%		
DINERO	8,38%		
	0,434%		
	56.525,00	245,420028	
	8,40%	20,6152823	
	UNIDADES	21	
	N° VENTAS		
	75%	25%	
	15,75	5,25	
	16	5	
	12	24	
	192	120	312

Elaboración: La Autora

TABLA N° 24
PRECIOS DE LA ROPA DE HOMBRE

PRECIO	40 - 60	60%	187,2	187	50	9350
PRECIO	70 - 85	30%	93,6	94	77,5	7285
PRECIO	100 - 110	10%	31,2	31	105	3255
					ANUAL	19890
					MENSUAL	1658

Elaboración: La Autora

TABLA N° 25
CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DE MUJER

	ROPA MUJER		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	19,69%		
DINERO	8,38%		
	0,452%		
	56.525,00	255,27313	
	8,40%	21,4429429	
	UNIDADES	22	
	N° VENTAS		
	65%	35%	
	14,3	7,7	
	14	8	
	24	36	
	336	288	624

Elaboración: La Autora

TABLA N° 26
PRECIOS DE LA ROPA DE MUJER

PRECIO	25 - 40	60%	374,4	374	32,5	12155
PRECIO	50 - 80	25%	156	156	65	10140
PRECIO	90 - 120	15%	93,6	94	105	9870
					ANUAL	32165
					MENSUAL	2680

Elaboración: La Autora

TABLA N° 27

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PERFUMES

	PERFUME		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	15,60%		
DINERO	11,21%		
	0,479%		
	56.525,00	270,54878	
	8,40%	22,7260975	
	UNIDADES	23	
	N° VENTAS		
	80%	20%	
	18,4	4,6	
	18	5	
	5	3	
	90	15	105

Elaboración: La Autora

TABLA N° 28

PRECIOS DE LOS PERFUMES

PRECIO	30 - 50	60%	63	63	40	2520
PRECIO	60 - 80	30%	31,5	32	70	2240
PRECIO	90 - 130	10%	10,5	11	110	1210
					ANUAL	5970
					MENSUAL	498

Elaboración: La Autora

TABLA N° 29

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS CÁMARAS

	CAMARAS		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	7,17%		
DINERO	11,21%		
	0,220%		
	61.813,00	135,981362	
	8,40%	11,4224344	
	UNIDADES	11	
	N° VENTAS		
	80%	20%	
	8,8	2,2	
	9	2	
	1	2	
	9	4	13

Elaboración: La Autora

TABLA N° 30

PRECIOS DE LAS CÁMARAS

PRECIO	200 - 350	70%	9,1	9	275	2475
PRECIO	500 - 700	20%	2,6	3	600	1800
PRECIO	850 - 1.200	10%	1,3	1	1025	1025
					ANUAL	5300
					MENSUAL	441,67

Elaboración: La Autora

TABLA N° 31

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS FILMADORAS

	FILMADORAS		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	3,58%		
DINERO	11,21%		
	0,110%		
	56.525,00	62,0874764	
	8,40%	5,21534801	
	UNIDADES	5	
	N° VENTAS		
	90%	10%	
	4,5	0,5	
	5	1	
	1	2	
	5	2	7

Elaboración: La Autora

TABLA N° 32

PRECIOS DE LAS FILMADORAS

PRECIO	220 - 400	50%	3,5	4	310	1240
PRECIO	500 - 650	30%	2,1	2	575	1150
PRECIO	760 - 950	20%	1,4	1	855	855
					ANUAL	3.245,00
					MENSUAL	270,42

Elaboración: La Autora

TABLA N° 33

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS CONSOLAS

	CONSOLAS DE VIDEO JUEGOS		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	1,03%		
DINERO	11,21%		
	0,032%		
	56.525,00	17,8631566	
	8,40%	1,50050516	
	UNIDADES	2	
	N° VENTAS		
	70%	30%	
	1,4	0,6	
	1	1	
	1	2	
	1	2	3

Elaboración: La Autora

TABLA N° 34

PRECIOS DE LAS CONSOLAS

PRECIO	250 - 380	60%	1,8	2	315	630
PRECIO	480 - 550	30%	0,9	1	515	515
PRECIO	720 - 950	10%	0,3	0	835	0
					ANUAL	1.145,00
					MENSUAL	95,42

Elaboración: La Autora

TABLA N° 35

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS RELOJES

	RELOJES		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	3,33%		
DINERO	11,21%		
	0,102%		
	56.525,00	57,7517587	
	8,40%	4,85114773	
	UNIDADES	5	
	N° VENTAS		
	65%	35%	
	3,25	1,75	
	3	2	
	2	3	
	6	6	12

Elaboración: La Autora

TABLA N° 36

PRECIOS DE LOS RELOJES

PRECIO	50 - 70	60%	7,2	7	60	420
PRECIO	90 - 110	25%	3	3	100	300
PRECIO	150- 220	15%	1,8	2	185	370
					ANUAL	1.090,00
					MENSUAL	90,83

Elaboración: La Autora

TABLA N° 37

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS MP3

	MP3		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	1,78%		
DINERO	11,21%		
	0,055%		
	56.525,00	30,8703095	
	8,40%	2,593106	
	UNIDADES	3	
	N° VENTAS		
	80%	20%	
	2,4	0,6	
	2	1	
	1	2	
	2	2	4

Elaboración: La Autora

TABLA N° 38

PRECIOS DE LOS MP3

PRECIO	35 - 45	65%	2,6	3	40	120
PRECIO	50 - 70	25%	1	1	60	60
PRECIO	80 - 90	10%	0,4	0	90	0
					ANUAL	180,00
					MENSUAL	15,00

Elaboración: La Autora

TABLA N° 39

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ARTÍCULOS DEPORTIVOS

	ARTICULOS DEPORTIVOS	U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%	
DESEO	5,63%	
DINERO	8,58%	
	0,132%	
	56.525,00	74,7327651
	8,40%	6,27755226
	UNIDADES	6
	N° VENTAS	
	90%	10%
		0,6
	5,4	1
	5	7
	5	7
	25	7
		32

Elaboración: La Autora

TABLA N° 40

PRECIOS DE LOS ARTÍCULOS DEPORTIVOS

PRECIO	40 - 60	55%	17,6	18	50	900
PRECIO	70 - 95	25%	8	8	85	680
PRECIO	105 - 120	20%	6,4	6	113	678
					ANUAL	2.258,00
					MENSUAL	188,17

Elaboración: La Autora

TABLA N° 41

CÁLCULO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS IPAD

	IPAD		U. ANUALES
NECESIDAD	27,37%		
DESEO	2,55%		
DINERO	11,21%		
	0,078%		
	56.525,00	44,2243198	
	8,40%	3,71484286	
	UNIDADES	4	
	N° VENTAS		
	85%	15%	
	3,4	0,6	
	3	1	
	2	3	
	6	3	9

Elaboración: La Autora

TABLA N° 42

PRECIOS DE LOS IPAD

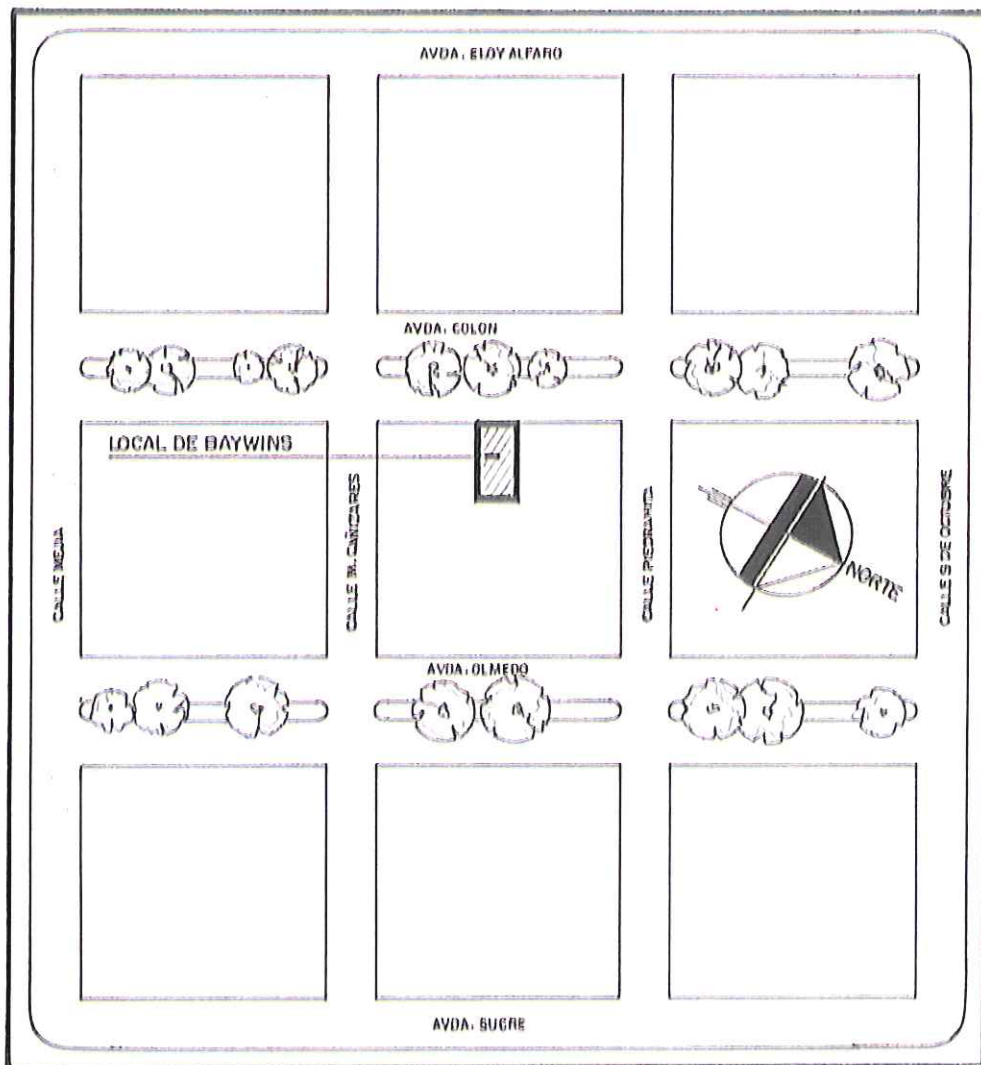
PRECIO	20 - 35	20%	1,8	2	28	56
PRECIO	40 - 52	40%	3,6	4	46	184
PRECIO	60 - 80	40%	3,6	4	70	280
					ANUAL	520,00
					MENSUAL	43,33

4.5.9.- Tamaño y localización

La empresa importadora de productos selectivos “BUYWINS” se encontrará ubicada en el centro en la siguiente calle colon entre manuela Cañizares y piedrahita, en el cantón Esmeraldas.

Es así que para la creación de la empresa de productos selectivos mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, se localizará en el sector del centro de la ciudad de Esmeraldas, desde donde se comercializará los productos y artículos a los clientes.

La calle colon entre manuela Cañizares y piedrahita cuenta con vías de acceso en óptimas condiciones, fácil acceso vehicular, cuenta con todos los servicios básicos

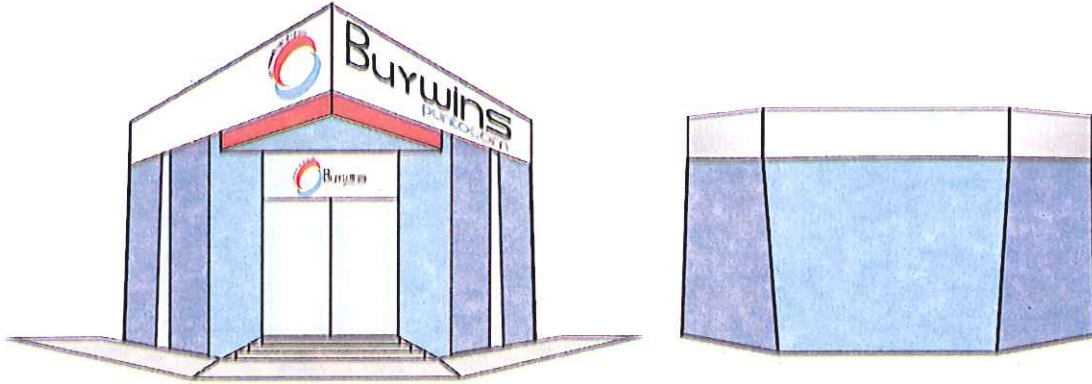


UBICACION

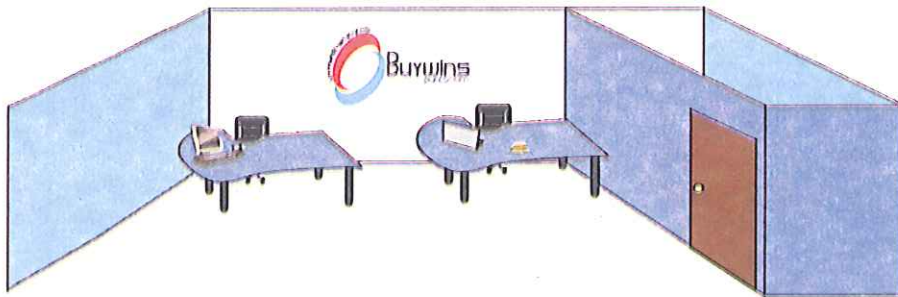
4.5.10 Distribución de la Planta

La empresa contará con un adecuado espacio físico que está distribuido de manera adecuada para la ubicación de sus respectivo mobiliario y atención al cliente, contará con un espacio de bodega, parqueadero para clientes, una sala de negocios, recepción, gerencia y sala de espera, además con contará con una baño para uso del personal.

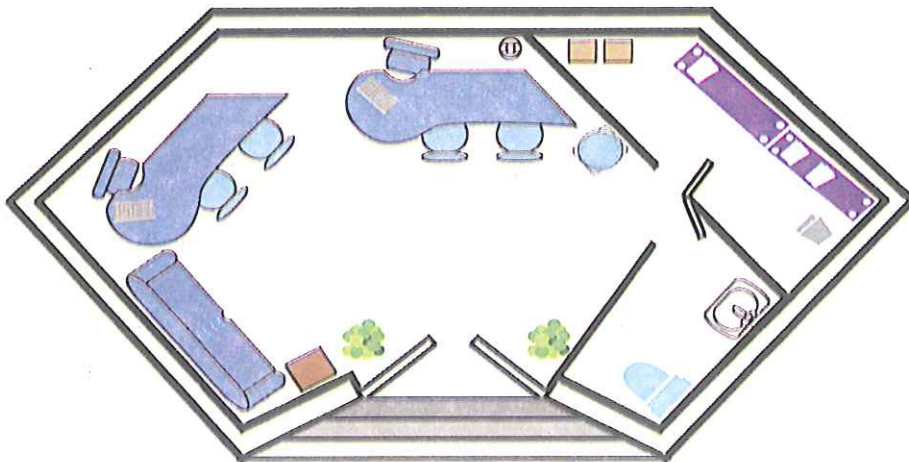
Vista frontal y posterior local BUYWINS



Vista interior local BUYWINS



Plano local BUYWINS



Elaboración: La Autora

4.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.6.1 Nombre del negocio

Buywins
Puntocom.

El nombre que se propone a la empresa importadora de productos de consumo selectivos y que se comercializará mediante la modalidad ONLINE en la ciudad de Esmeraldas, se debe a que representa COMPRAR GANAR, y que busca introducir productos de marca, calidad, novedosos, precios acéquiales, y que pretende satisfacer las exigencias de los consumidores, además porque sería una empresa nueva en la ciudad de Esmeraldas.

4.6.2 Logo



Elaboración: La Autora

4.6.3 Propuesta de ventas (Slogan)

“AHORRA CON NOSOTROS TUS DESEOS”

La propuesta que propone la empresa para la venta es “BUYWINS”, **“Productos selectivos de calidad para clientes exigentes y modernos”** se establece este lema debido a que el mundo moderno exige estar a la altura de la tecnología de punta, y es en la empresa donde los clientes encontrarán este tipo de productos, además porque el cliente encontrará en una sola empresa todo tipo de productos, artículos y accesorios y se le facilite el ahorro de tiempo y dinero, y que al mismo tiempo pueda estar a la vanguardia de las exigencias modernas.

4.6.4 Características y Tipo de Organización

Para la creación de la empresa “BUYWINS”, es necesario remitirse a la parte pertinente en cuanto a la Comisión Legislativa, utilizando La Compañía en Nombre Colectivo, para la cual existe bajo una razón social y se contrae dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La escritura de la formación de la compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordena la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez y su inscripción en Registro Mercantil.

El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá

- 1.- El nombre, nacional y domicilio de los socios que lo conforman
- 2.- La razón social, objeto y domicilio de la empresa,
- 3.- El nombre de los socios autorizados para obra, administrar y firmar por ella
- 4.- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, por la constitución de la compañía; y,

5.- El tiempo de duración de ésta.

4.6.5 Misión, Visión y Objetivos

MISIÓN

BUYWINS” es una empresa comercializadora de productos de consumo selectivo orientada a proveer soluciones innovadoras, flexibles y seguras a nuestros clientes para satisfacer las necesidades y aspiraciones al momento de realizar sus compras de productos que no encuentra en el mercado local.

VISIÓN

Ser para el año 2015 una empresa reconocida en la comercialización de productos de consumo selectivo en la ciudad de Esmeraldas y de alta eficiencia de nuestros servicios para crecer constantemente y adaptarnos a las demandas futuras de nuestros clientes.

OBJETIVOS

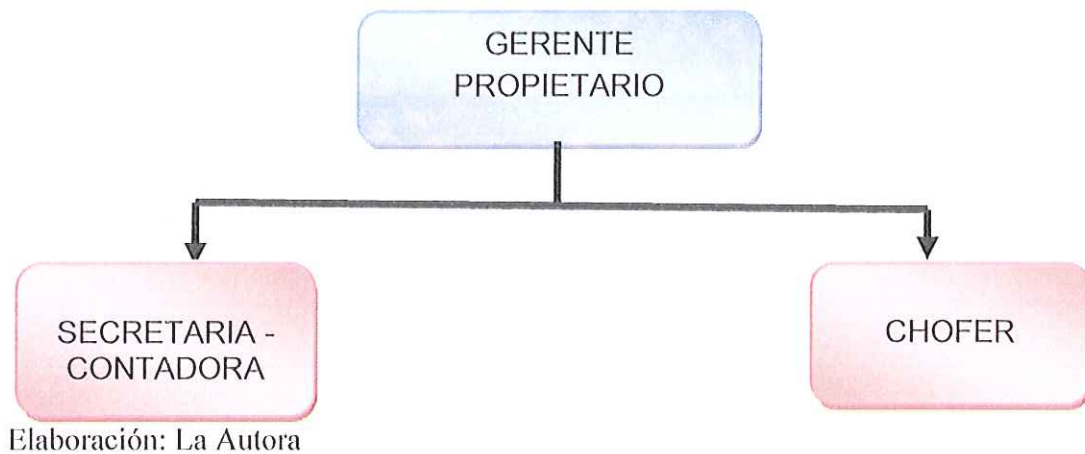
- Satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes en la compra de productos que ofrece la Empresa “BUYWINS”.
- Cumplir constantemente con la calidad y excelencia en la entrega de los productos que ofrece la empresa a nuestros clientes

4.6.6.- Requerimientos del capital humano.

La empresa contará con para el funcionamiento con cuatro personas, un Gerente propietario, una secretaria, un contador y un chofer.

4.6.7.- Organigrama estructural y funcional de la organización.

GRÁFICO N° 13



Orgánico funcional

Gerente propietario.- Se encargará de realizar todas las actividades para las importaciones de los productos selectivos desde los Estados Unidos y comercializarlos en la ciudad de Esmeraldas mediante la modalidad ONLINE, será el encargado de mantener la imagen y credibilidad de la empresa en el mercado.

Requerimientos

Académicos.- Tener estudios superiores en administración de empresas

Conocimientos.- En materia de Comercio Exterior, importaciones y exportaciones

Experiencia.- Mínimo 3 años

Secretaria - Contadora.- Se encargará de registrar la información y documentación de la empresa de manera ordenada, con el fin de presentar la documentación respectiva en forma eficiente y funcional, además será la encargada de llevar toda la contabilidad de la empresa y realizar todos los trámites contables de la empresa, para determinar de manera técnica y confiable el manejo de los recursos económicos.

Académicos.- Tener estudios superiores en Secretariado ejecutivo Contabilidad Superior

Conocimientos.- Ser bilingüe

Experiencia.- Mínimo 3 años

Chofer.- Es el encargado de trasladar los productos, artículos y accesorios a los diferentes puntos de la ciudad donde el cliente solicite al realizar la compra a la empresa mediante la modalidad ONLINE

Requerimientos

Académicos.- Tener estudios superiores

Conocimientos.- Tener licencia profesional

Experiencia.- Mínimo 5 años

4.6.8.- Trámites y permisos para el funcionamiento.

Para la constitución y creación de la empresa será necesario contar con los siguientes procedimientos legales.

- Constatar en la Cámara de Comercio de Esmeraldas que no exista un nombre o razón social igual o similar al de la empresa
- Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio de Esmeraldas, para obtener el número de comerciante
- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Afiliación a la Cámara de Comercio de Esmeraldas
- Pago de la tasa de Matrícula de Comercio
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Esmeraldas.

Inscripción en la Superintendencia de Compañías

- Documento de Certificación Municipal.
- Documento de Registro Mercantil y \$169 dólares americanos.
- Documento del SRI de la obtención del RUC.
- Documento de la Notaria y \$10 dólares americanos.
- Cuenta bancaria de integración mínimo 800 dólares americanos
- Publicación del extracto y \$ 15 dólares americanas.
- Aprobación de la Constitución.

SRI: RUC

- Formulario O1A Y RUC O1B, suscritos por el representante legal
- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal o registro mercantil.
- Original y copia a color de a cedula de identificación, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicios eléctrico, telefónico, agua potable de los 3 últimos meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia de comprobante de pago de impuestos predial, puede corresponder al del año actual o del inmediatamente anterior.
- Original y copia de escritura.

Permiso Cuerpo de Bomberos

- Copia de Ruc
- Copia del papel de votación del representante legal
- Copia de la cedula de identidad del representante legal
- Información de inspección del local realizado por un trabajador del cuerpo de bomberos.

- \$ 20,00 dólares americano este pago se hace una sola vez al año. (este pago depende de naturaleza de la empresa que va desde los 10 a 500 dólares)

Permiso de Función Municipal

- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia de Ruc.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Una especie para permiso de funcionamiento.
- Declaración de impuestos a la renta.
- \$ 41,90 dólares americanos este pago se hace una sola vez al año.

Permiso de funcionamiento intendical

- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Solicitud dirigida al intendente.
- \$ 15 dólares americanos.

Permiso del Ministerio de Salud

- Original y 3 copias de la papeleta depósito.
- 2 copias de la cedula de identidad.
- 2 copias del Ruc.
- 1 copia del certificado de salud de cada empleado.
- \$ 37,00 dólares americanos.

Contratación Laboral

Se entiende por **contrato a plazo fijo** aquel cuya duración se establece en el propio contrato. El tiempo de duración no puede ser menor a un año ni mayor a dos años. Estos contratos no pueden renovarse. Si la relación laboral persiste al término del plazo contractual, este se convierte automáticamente en contrato a plazo indefinido.

Se realizarán contratos a plazo fijo a todos los empleados de la empresa, con esto lo que pretendemos es brindar estabilidad a las personas, con la finalidad de que las mismas se comprometan en el cumplimiento de objetivos y meta la organización.

4.6.9.- Restricciones arancelarias.

Existen productos que pueden ser de ingreso prohibido al país y que será necesario contar con los respectivos permisos para su importación, tal como es el caso de alimentos los cuales necesitan un registro y permiso del Ministerio de Salud, fármacos, medicamentos y químicos, por considerar productos peligrosos y los cuales tienen una carga adicional en su precio oficial-

Además todo tipo de Líquidos: tienen el cargo adicional por productos peligrosos, maquinaria y partes que contienen líquidos, en este aspecto, la empresa "BUYUWINS" se encargará de importar productos selectivos y en los cuales no existe restricciones arancelarias.

4.6.10.- Sistema de Negociación CIF

La empresa "BUYWINS" realizará su proceso de comercialización con la empresa Skybox mediante el sistema de negociación CIF, en donde el Coste, Seguro y Flete de los Productos personales con peso menor o igual 4KG Y valor menor o igual \$USD 400. No pagan impuestos aduanales y Productos Textiles Solo se puede ingresar con un peso máximo de 19.00 kg y valor fob máximo \$1900.00; caso contrario es trasladada a carga y requiere MIC Juegos electrónicos adicional pagan el 35 % del ICE todo repuesto para auto, moto y barco deben ser nuevos las categorías que necesitan previa autorización del MINSALUD son Productos de Belleza y cosméticos, comidas, medicamentos, Perfumes y colonias, Cuidado Personal.

4.6.11.- Permisos y Proceso de Importación.

La empresa “BUYWINS” domiciliada en Ecuador en la ciudad de Esmeraldas no realizará ningún permiso y proceso de importación, debido a que la empresa Skybox con domicilio en los Estados Unidos se encargará de todo el trámite de la importación de los productos selectivos que requerirá la empresa.

La empresa “BUYWINS” con el transcurso del tiempo, ante la demanda de la exigencia de los clientes podrá Importar por si sola sus propios productos por lo cual va a necesitar los siguientes permisos y proceso de importación:

Como resultado de su importación, el Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías; adjuntando los siguientes documentos exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas (LOA):

- Factura Comercial.
- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Declaración Andina de Valor (DAV).
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá. (Verifique la partida ingresando al SICE):

- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEXI y/o del Directorio de la Aduana del Ecuador.

4.7.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para realizar el estudio económico y financiero de la empresa, esta se elaboró con un periodo de evaluación de dos años y bajo los siguientes indicadores:

PRESUPUESTO DE INVERSION

EQUIPOS INFORMÁTICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Computadoras Hewlett 500gb	782,00	1.564,00
	TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		1.564,00

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Dispensador de agua Electrolux	209,00	209,00
1	Cafetera	86,00	86,00
1	Teléfono inalámbrico	48,00	48,00
1	Aire acondicionado	509,04	509,04
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		852,04

MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Sillas presidente	257,14	257,14
1	Archivadores de 4 gavetas	192,14	192,14
2	Escritorios flex de 2 gavetas	235,00	470,00
1	Mesa de centro conciller vidrio	46,81	46,81
4	Sillas de visita 203	65,00	260,00
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		1.226,09

VEHICULOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	LUV-DMAX C/S 4X2 2.4 T/M	14.000,00	14.000,00
	TOTAL VEHICULOS		14.000,00

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Cajas de papel A4	38,00	76,00
1	Cajas de esferográfico	5,80	5,80
1	Perforadoras	4,87	4,87
2	Tableros porta papel	2,54	5,08
2	Goma	1,80	3,60
2	Grapa	1,75	3,50
4	Carpeta Archivador Ideal	3,10	12,40
2	Sobres Manilas	0,79	1,58
2	Liquid Paper	1,30	2,60
2	Caja de clip mariposa	0,36	0,72
			-
	TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		116,15

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
2	Desinfectante kalipto manzana	5,72	11,44
2	Cloro 100	3,55	7,10
2	Escoba afeltada	2,94	5,88
2	Guante master	2,35	4,70
3	Tacho vaiv	20,55	61,65
2	Trapeador	19,87	39,74
2	Paquetes de funda de basura	4,92	9,84
2	Recoger de basura	1,69	3,38
2	Jabón espuma	8,36	16,72
2	Glade aceites	8,45	16,90
	TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		177,35

TOTAL DE INVERSION		18.322,63
---------------------------	--	------------------

GASTO DE CONSTITUCION

Honorarios de Abogado	60,00
Permiso Sanitario	30,00
Permiso Cuerpo Bombero	45,00
Publicidad	32,00
Afiliación a La Cámara de comercio	100,00
Permisos municipales	70,00
Registro mercantil	50,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	387,00

RESUMEN DE INVERSION TOTAL

DESCRIPCION			TOTAL
Recursos materiales y equipos			17.935,63
Recurso Humano	3,00	936,75	2.810,25
Gastos de Constitución			387,00
Capital de Trabajo	3,00	1.776,75	5.330,25
Producto para la venta			13.249,25
TOTAL INVERSION INICIAL			39.712,38

El capital de trabajo está presupuestado para 3 meses

Se establece el valor de materia prima que se requiere para iniciar el negocio

El cual esta detallado en función de los platos que se vayan a realizar y así

Que requiere el negocio para iniciar su funcionamiento y está distribuido así:

1.- Activos Fijos	17.935,63
2.- Materia Prima	13.249,25
3.- Recursos Humanos	2.810,25
4.- Gastos de Constitución	387,00
5.- Capital de Trabajo	5.330,25
Total de Inversión \$	39.712,38

REQUERIMIENTO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Laptos	20	200,00	4.000,00
Blu Ray	11	150,00	1.650,00
Ropa hombre	312	40,00	12.480,00
Ropa mujer	624	40,00	24.960,00
Perfume	105	35,00	3.675,00
Cámaras	13	134,00	1.742,00
Relojes	12	45,00	540,00
Artículos deportivos	32	60,00	1.920,00
Mp3	4	30,00	120,00
Ipad	9	35,00	315,00
Filmadoras	7	155,00	1.085,00
Consola de videos juegos	3	170,00	510,00
		\$	52.997,00

Calculo de materia prima para un año

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		387,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		936,75
Sueldos y salarios del personal fijo	936,75	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		228,00
Energía Eléctrica	200,00	
Agua	10,00	
Telecomunicación	18,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		10,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		10,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		150,00
SUMINISTROS DE SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO		50,00
SERVICIO BANCARIO		5,00
OTROS		0,00
SUBTOTAL		1.776,75
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		1.776,75

Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para tres meses

NOMINA LABORAL													
CANTIDA	FUNCION	REMUNERACION	REMUNERACION UNIFICADA A TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	INDICACION ANOS DE SERVICIO	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION	
1	Gerente	500,00	500,00		500,00	41,67	24,00			20,83	86,50	586,50	
1	Secretaria contadora	290,00	290,00		290,00	24,17	24,00			12,08	60,25	350,25	
					0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	0,00	
					0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	0,00	
					0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	0,00	
2	TOTAL	790,00	790,00	0,00	790,00	65,83	48,00	0,00	0,00	32,92	146,75	936,75	
		MENSUAL	ANUAL										
	TOTAL IESS PATRONAL	95,99	1151,82									12392,82	

Nómina del primer año

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO	VEHICULO		
COSTO	14.000,00		
VIDA UTIL	5 AÑOS		
VALOR RESIDUAL	10% 1.400,00		
DEPRECIACION ANUAL	2.520,00		
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			14.000,00
1	2.520,00	2.520,00	11.480,00
2	2.520,00	5.040,00	8.960,00
3	2.520,00	7.560,00	6.440,00
4	2.520,00	10.080,00	3.920,00
5	2.520,00	12.600,00	1.400,00
	12.600,00		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO	EQUIPOS DE COMPUTACION		
COSTO	1.564,00		
VIDA UTIL	3 AÑOS		
VALOR RESIDUAL	10% 156,40		
DEPRECIACION ANUAL	469,20		
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			1.564,00
1	469,20	469,20	1.094,80
2	469,20	938,40	625,60
3	469,20	1.407,60	156,40
	1.407,60		

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL				
NOMBRE DEL ACTIVO	MUEBLES Y ENSERES			VALOR EL
COSTO	1.226,09			LIBROS
VIDA UTIL	10 AÑOS			
VALOR RESIDUAL	10%			122,61
DEPRECIACION ANUAL				110,35
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA		VALOR EL LIBROS
0				1.226,09
1	110,35	110,35	1.115,74	
2	110,35	220,70	1.005,39	
3	110,35	331,04	895,05	
4	110,35	441,39	784,70	
5	110,35	551,74	674,35	
6	110,35	662,09	564,00	
7	110,35	772,44	453,65	
8	110,35	882,78	343,31	
9	110,35	993,13	232,96	
10	110,35	1.103,48	122,61	
	1.103,48			

TABLA DE DEPRECIACION ANUAL				
NOMBRE DEL ACTIVO	EQUIPOS DE OFICINA			VALOR EL
COSTO	852,04			LIBROS
VIDA UTIL	10 AÑOS			
VALOR RESIDUAL	10%			85,20
DEPRECIACION ANUAL				76,68
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA		VALOR EL LIBROS
0				852,04
1	76,68	76,68	775,36	
2	76,68	153,37	698,67	
3	76,68	230,05	621,99	
4	76,68	306,73	545,31	
5	76,68	383,42	468,62	
6	76,68	460,10	391,94	
7	76,68	536,79	315,25	
8	76,68	613,47	238,57	
9	76,68	690,15	161,89	
10	76,68	766,84	85,20	
	766,84			

RESUMEN DE DEPRECIACIONES						
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE RESCATE	
MUEBLES Y ENSERES	10	1.226,09	9,20	110,35	122,61	
EDIFICIO		-	-	-	-	
VEHICULO	5	14.000,00	210,00	2.520,00	1.400,00	
EQUIPOS DE OFICINA	10	852,04	6,39	76,68	85,20	
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1.564,00	39,10	469,20	156,40	
MAQUINARIA Y EQUIPOS		-	-	-	-	
TOTAL		17.642,13	264,69	3.176,23	1.764,21	

**TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL
CRÉDITO BANCARIO**

METODO		CUOTA FIJA		
CAPITAL	24.712,38	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	10,35%	PERIODOS		60
PLAZO	5	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,86%	PAGO PERIODICO		529,33
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				24.712,38
1	529,33	213,14	316,19	24.396,19
2	529,33	210,42	318,91	24.077,28
3	529,33	207,67	321,66	23.755,62
4	529,33	204,89	324,44	23.431,18
5	529,33	202,09	327,24	23.103,94
6	529,33	199,27	330,06	22.773,88
7	529,33	196,42	332,91	22.440,97
8	529,33	193,55	335,78	22.105,20
9	529,33	190,66	338,67	21.766,52
10	529,33	187,74	341,59	21.424,93
11	529,33	184,79	344,54	21.080,39
12	529,33	181,82	347,51	20.732,87
TOTAL	6.351,97	2.372,47	3.979,51	
13	529,33	178,82	350,51	20.382,36
14	529,33	175,80	353,53	20.028,83
15	529,33	172,75	356,58	19.672,25
16	529,33	169,67	359,66	19.312,59
17				

	529,33	166,57	362,76	18.949,83
18	529,33	163,44	365,89	18.583,94
19	529,33	160,29	369,04	18.214,90
20	529,33	157,10	372,23	17.842,67
21	529,33	153,89	375,44	17.467,23
22	529,33	150,65	378,68	17.088,56
23	529,33	147,39	381,94	16.706,61
24	529,33	144,09	385,24	16.321,38
TOTAL	6.351,97	1.940,48	4.411,50	
25	529,33	140,77	388,56	15.932,82
26	529,33	137,42	391,91	15.540,91
27	529,33	134,04	395,29	15.145,62
28	529,33	130,63	398,70	14.746,92
29	529,33	127,19	402,14	14.344,78
30	529,33	123,72	405,61	13.939,17
31	529,33	120,23	409,11	13.530,07
32	529,33	116,70	412,63	13.117,43
33	529,33	113,14	416,19	12.701,24
34	529,33	109,55	419,78	12.281,46
35	529,33	105,93	423,40	11.858,05
36	529,33	102,28	427,06	11.431,00
TOTAL	6.351,97	1.461,59	4.890,38	
37	529,33	98,59	430,74	11.000,26
38	529,33	94,88	434,45	10.565,80
39	529,33	91,13	438,20	10.127,60
40	529,33	87,35	441,98	9.685,62
41				

	529,33	83,54	445,79	9.239,83
42	529,33	79,69	449,64	8.790,19
43	529,33	75,82	453,52	8.336,68
44	529,33	71,90	457,43	7.879,25
45	529,33	67,96	461,37	7.417,88
46	529,33	63,98	465,35	6.952,53
47	529,33	59,97	469,37	6.483,16
48	529,33	55,92	473,41	6.009,75
TOTAL	6.351,97	930,72	5.421,25	
49	529,33	51,83	477,50	5.532,25
50	529,33	47,72	481,62	5.050,63
51	529,33	43,56	485,77	4.564,87
52	529,33	39,37	489,96	4.074,91
53	529,33	35,15	494,18	3.580,72
54	529,33	30,88	498,45	3.082,27
55	529,33	26,58	502,75	2.579,53
56	529,33	22,25	507,08	2.072,44
57	529,33	17,87	511,46	1.560,99
58	529,33	13,46	515,87	1.045,12
59	529,33	9,01	520,32	524,80
60	529,33	4,53	524,80	0,00
TOTAL	6.351,97	342,23	6.009,75	

7.047,48 24.712,38

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
61	529,33	0,00	529,33	529,33
62	529,33	4,57	533,90	1.063,23
63	529,33	9,17	538,50	1.601,73
64	529,33	13,81	543,15	2.144,87
65	529,33	18,50	547,83	2.692,71
66	529,33	23,22	552,56	3.245,26
67	529,33	27,99	557,32	3.802,58
68	529,33	32,80	562,13	4.364,71
69	529,33	37,65	566,98	4.931,69
70	529,33	42,54	571,87	5.503,55
71	529,33	47,47	576,80	6.080,35
72	529,33	52,44	581,77	6.662,13
TOTAL	6.351,97	310,16	6.662,13	
73	529,33	57,46	586,79	7.248,92
74	529,33	62,52	591,85	7.840,77
75	529,33	67,63	596,96	8.437,73
76	529,33	72,78	602,11	9.039,84
77	529,33	77,97	607,30	9.647,14
78	529,33	83,21	612,54	10.259,67
79	529,33	88,49	617,82	10.877,49
80	529,33	93,82	623,15	11.500,64
81	529,33	99,19	628,52	12.129,17
82	529,33	104,61	633,95	12.763,11
83	529,33	110,08	639,41	13.402,52
84	529,33	115,60	644,93	14.047,45

TOTAL	6.351,97	1.033,35	7.385,33	
85	529,33	121,16	650,49	14.697,94
86	529,33	126,77	656,10	15.354,04
87	529,33	132,43	661,76	16.015,80
88	529,33	138,14	667,47	16.683,27
89	529,33	143,89	673,22	17.356,49
90	529,33	149,70	679,03	18.035,53
91	529,33	155,56	684,89	18.720,41
92	529,33	161,46	690,79	19.411,21
93	529,33	167,42	696,75	20.107,96
94	529,33	173,43	702,76	20.810,72
95	529,33	179,49	708,82	21.519,55
96	529,33	185,61	714,94	22.234,48
TOTAL	6.351,97	1.835,06	8.187,03	
97	529,33	191,77	721,10	22.955,59
98	529,33	197,99	727,32	23.682,91
99	529,33	204,27	733,60	24.416,50
100	529,33	210,59	739,92	25.156,43
101	529,33	216,97	746,31	25.902,73
102	529,33	223,41	752,74	26.655,48
103	529,33	229,90	759,23	27.414,71
104	529,33	236,45	765,78	28.180,49
105	529,33	243,06	772,39	28.952,88
106	529,33	249,72	779,05	29.731,93
107	529,33	256,44	785,77	30.517,70
108	529,33	263,22	792,55	31.310,25

TOTAL	6.351,97	2.723,79	9.075,76	
109	529,33	270,05	799,38	32.109,63
110	529,33	276,95	806,28	32.915,90
111	529,33	283,90	813,23	33.729,13
112	529,33	290,91	820,24	34.549,38
113	529,33	297,99	827,32	35.376,70
114	529,33	305,12	834,46	36.211,15
115	529,33	312,32	841,65	37.052,81
116	529,33	319,58	848,91	37.901,72
117	529,33	326,90	856,23	38.757,95
118	529,33	334,29	863,62	39.621,57
119	529,33	341,74	871,07	40.492,64
120	529,33	349,25	878,58	41.371,22
TOTAL	6.351,97	3.709,00	10.060,97	
	63.519,72	2.563,88	66.083,60	

PRONÓSTICO DE COMPRAS Y VENTAS

VENTAS MENSUALES PROMEDIO		COSTOS		UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	GASTOS OPERACIONALES	UTILIDAD NETA OPERACIONAL
AÑOS	VALOR	VALOR	VALOR			
1	102.009,00	52.997,00	49.012,00	23.255,70	25.756,30	
2	105.497,71	54.761,80	50.735,91	24.030,11	26.705,80	
3	109.105,73	56.585,37	52.520,36	24.830,31	27.690,05	
4	112.837,15	58.469,66	54.367,48	25.657,16	28.710,32	
5	116.696,18	60.416,70	56.279,48	26.511,55	29.767,93	
6	120.687,18	62.428,58	58.258,61	27.394,38	30.864,23	
7	124.814,69	64.507,45	60.307,24	28.306,62	32.000,62	
8	129.083,35	66.655,55	62.427,80	29.249,23	33.178,58	
9	133.498,00	68.875,18	64.622,82	30.223,22	34.399,60	
10	138.063,63	71.168,72	66.894,91	31.229,66	35.665,25	
					-	
					-	
TOTAL	1.192.292,61	616.866,00	575.426,61	41.439,38	304.738,67	

INCREM. COSTOS Y GASTOS 3,33%
INCREMENTO DE LAS
VENTAS 3,42%

8.500.75

102009

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. VENTA	P. TOTAL	P. COSTO
20	Laptos	400	8000	200,00
11	Blu Ray	280	3080	150,00
312	Ropa hombre	80	24960	40,00
624	Ropa mujer	86	53664	40,00
105	Perfume	85	8925	35,00
13	Cámaras	260	3380	134,00
12	Relojes	110	1320	45,00
32	Artículos deportivos	95	3040	60,00
4	Mp3	60	240	30,00
9	Ipad	80	720	35,00
7	Filmadoras	350	2450	155,00
3	Consola de videos juegos	280	840	170,00
	total		102009	

PRESUPUESTO DE GASTOS	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	790,00
Luz	200,00
Agua	10,00
Teléfono	18,00
Publicidad	150,00
Pago de intereses crédito	197,71
Útiles de Asco y Limpieza	10,00
Útiles de Oficina	10,00
Manten. De Maquinarias y equipos	30,00
Diseño y Mantenimiento Web	20,00
Depreciación de Activos Fijos	264,69
Servicios Bancarios	5,00
Décimo Tercer Sueldo	65,83
Décimo Cuarto Sueldo	48,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	32,92
Fondo de Reserva	65,83
Otros Gastos	20,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	1.937,97
TOTAL GASTOS ANUALES	23.255,70

PRESUPUESTO DE COSTOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
LAPTOS	4.000,00
BLU RAY	1.650,00
ROPA HOMBRE	12.480,00
ROPA MUJER	24.960,00
PERFUME	3.675,00
CAMARAS	1.742,00
RELOJES	540,00
ARTICULOS DEPORTIVOS	1.920,00
MP3	120,00
IPAD	315,00
FILMADORAS	1.085,00
CONSOLA DE VIDEOS JUEGOS	510,00
TOTAL COSTOS	52.997,00

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	790,00		790,00	9.480,00		9.480,00
Luz	200,00		200,00	2.400,00		2.400,00
Agua	10,00		10,00	120,00		120,00
Teléfono	18,00		18,00	216,00		216,00
Publicidad	150,00		150,00	1.800,00		1.800,00
Pago de intereses crédito	197,71		197,71	2.372,47		2.372,47
Útiles de Aseo y Limpieza	10,00		10,00	120,00		120,00
Útiles de Oficina	10,00		10,00	120,00		120,00
Manten. De Maquinarias y equipos	30,00		30,00	360,00		360,00
Diseño y Mantenimiento Web	20,00		20,00	240,00		240,00
Depreciación de Activos Fijos	264,69		264,69	3.176,23		3.176,23
Servicios Bancarios	5,00		5,00	60,00		60,00
Décimo Tercer Sueldo	65,83		65,83	790,00		790,00

Décimo Cuarto Sueldo	48,00		48,00	576,00	576,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	32,92		32,92	395,00	395,00
Fondo de Reserva	65,83		65,83	790,00	790,00
Otros Gastos	20,00		20,00	240,00	240,00
MATERIA PRIMA		4.416,42	4.416,42	52.997,00	52.997,00
TOTAL	1.937,97	4.416,42	6.354,39	23.255,70	76.252,70

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	8.500,75	99.357,72
COSTOS FIJOS TOTALES	1.937,97	23.255,70
COSTOS VARIABLES TOTALES	4.416,42	52.997,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	4.033,52	49.840,32

Significa que el valor de \$ 4.033,52 Es lo mínimo que debo vender para no perder ni ganar Mensualmente.

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

INGRESOS	AÑO 0	VIDA UTIL DEL PROYECTO										
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas	8500.75	102.009.00	105.497.71	109.105.73	112.837.15	116.696.18	120.687.18	124.814.69	129.083.35	133.498.00	138.063.63	1.192.292.61
Recursos materiales y equipos	17.935.63											
Recurso Humano	2.810.25											
Gastos de Constitución	387.00											
Capital de Trabajo	5.330.25											
Producto para la venta	13.249.25											
TOTAL INGRESOS		102.009.00	105.497.71	109.105.73	112.837.15	116.696.18	120.687.18	124.814.69	129.083.35	133.498.00	138.063.63	1.192.292.61
COSTO DE VENTA												
Costo de producción	4.416.42	52.997.00	54.761.80	56.585.37	58.469.66	60.416.70	62.428.58	64.507.45	66.655.55	68.875.18	71.168.72	616.866.00
TOTAL COSTO DE VENTA		52.997.00	54.321.93	55.679.97	57.071.97	58.498.77	59.961.24	61.460.27	62.996.78	64.571.70	66.185.99	593.745.62
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		49.012.00	50.237.30	51.493.23	52.780.56	54.100.08	55.452.58	56.838.89	58.259.87	59.716.36	61.209.27	549.100.15
GASTOS OPERACIONALES												
Gastos de Administración												
Sueldos	790.00	9.480.00	9.717.00	9.959.93	10.208.92	10.464.15	10.725.75	10.993.89	11.268.74	11.550.46	10.464.15	104.832.98
Luz	200.00	2.400.00	2.460.00	2.521.50	2.584.54	2.649.15	2.715.38	2.783.26	2.852.85	2.924.17	2.649.15	26.540.00
Agua	10.00	120.00	123.00	126.08	129.23	132.46	135.77	139.16	142.64	146.21	132.46	1.327.00
Teléfono	18.00	216.00	221.40	226.94	232.61	238.42	244.38	250.49	256.76	263.18	238.42	2.388.60

Publicidad	150.00	1.800.00	1.845.00	1.891.13	1.938.40	1.986.86	2.036.53	2.087.45	2.139.63	2.193.13	1.986.86	19.905.00
Pago de intereses crédito	197.71											-
Utiles de Aseo y Limpieza	10.00	120.00	123.00	126.08	129.23	132.46	135.77	139.16	142.64	146.21	132.46	1.327.00
Utiles de Oficina	10.00	120.00	123.00	126.08	129.23	132.46	135.77	139.16	142.64	146.21	132.46	1.327.00
Manten. De Maquinarias y equipos	30.00	360.00	369.00	378.23	387.68	397.37	407.31	417.49	427.93	438.63	397.37	3.981.00
Diseño y Mantenimiento Web	20.00	240.00	246.00	252.15	258.45	264.92	271.54	278.33	285.28	292.42	264.92	2.654.00
Depreciación de Activos Fijos	264.69	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	3.176.23	31.762.32
Servicios Bancarios	5.00	60.00	61.50	63.04	64.61	66.23	67.88	69.58	71.32	73.10	66.23	663.50
Décimo Tercer Sueldo	65.83	790.00	809.75	829.99	850.74	872.01	893.81	916.16	939.06	962.54	872.01	8.736.08
Décimo Cuarto Sueldo	48.00	576.00	590.40	605.16	620.29	635.80	651.69	667.98	684.68	701.80	635.80	6.369.60
Provisión Años de Servicio y Vacac.	32.92	395.00	404.88	415.00	425.37	436.01	446.91	458.08	469.53	481.27	436.01	4.368.04
Fondo de Reserva	65.83		790.00	809.75	829.99	850.74	872.01	893.81	916.16	939.06	850.74	7.752.28
Otros Gastos	20.00	240.00	246.00	252.15	258.45	264.92	271.54	278.33	285.28	292.42	299.73	2.688.81
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		20.093.23	21.306.16	21.759.40	22.223.98	22.700.18	23.188.28	23.688.58	24.201.39	24.727.02	22.734.99	226.623.20
Gastos Financieros												
Intereses Bancarios		2.372.47	1.940.48	1.461.59	930.72	342.23						7.047.48
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		2.372.47	1.940.48	1.461.59	930.72	342.23	-	-	-	-	-	7.047.48
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		22.465.70	23.246.63	23.221.00	23.154.71	23.042.40	23.188.28	23.688.58	24.201.39	24.727.02	22.734.99	233.670.68
UTILIDAD		26.546.30	27.209.96	27.890.21	28.587.46	29.302.15	30.034.70	30.785.57	31.555.21	32.344.09	29.302.15	293.557.82

BALANCE DE SITUACION INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
CAJA	8.140,50	PRESTAMO POR PAGAR	3.979,51
SUMINISTROS DE OFICINA	116,15	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	3.979,51
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	177,35	PASIVOS NO CORRIENTES	
INVENTARIO	13.249,25	PRESTAMO POR PAGAR L/P	20.732,87
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	21.683,25	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	20.732,87
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS	24.712,38
MUEBLES Y ENSERES	1.226,09	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA	852,04		15.000,00
EQUIPOS INFORMATICOS	1.564,00		
VEHICULO	14.000,00		
	-		
	-		
	-		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	17.642,13	TOTAL PATRIMONIO	15.000,00
OTROS ACTIVOS			
Gastos de constitución	387,00	PASIVO MAS PATRIMONIO	
TOTAL OTROS ACTIVOS	387,00		
TOTAL ACTIVO	39.712,38		39.712,38
CAPITAL DE TRABAJO	17.703,74		

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
		MESES	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
INVERSION INICIAL	39.712,38	100%				
TOTAL APORTE	15.000,00	0,37771597	Tasa Pasiva	3,85	0,0385	0,01454
CREDITO BANCARIO	24.712,38	0,62228403	TASA ACTIVA	11,15	0,1115	0,06938
		0	Tasa Activa		0	0,00000
TOTAL INVERSION	39.712,38	1,00000000	TASA DE RENTABILIDAD			0,083927
						8,39%

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL	TASA PASIVA REFERENCIAL	TASA ACTIVA REFERENCIAL	VIDA UTIL PROYECTO	39.712,38	TASA MENOR DEL PROYECTO		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
					3,85%	0,0837			
VIDA UTIL PROYECTO			10 AÑOS			0,1			
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
0	-39.712,38	-39.712,38	-39.712,38						
1	16.359,99	0,0837000	0,9227646	15.096,42	0,8448	13.821,06			
2	16.357,08	0,0837000	0,8514945	13.927,97	0,7137	11.674,08			
3	16.318,01	0,0837000	0,7857290	12.821,53	0,6029	9.838,80			
4	16.237,94	0,0837000	0,7250429	11.773,21	0,5094	8.271,12			
5	16.111,52	0,0837000	0,6690439	10.779,32	0,4303	6.933,11			
6	22.594,89	0,0837000	0,6173701	13.949,41	0,3635	8.214,11			
7	23.080,36	0,0837000	0,5696872	13.148,59	0,3071	7.088,45			
8	23.577,96	0,0837000	0,5256872	12.394,63	0,2595	6.117,49			
9	24.088,01	0,0837000	0,4850856	11.684,74	0,2192	5.279,90			
10	23.920,29	0,0837000	0,4476198	10.707,20	0,1852	4.429,45			

	158.933,69					
TOTAL FLUJO						
PRESENTE NETO			126.283,02			81.667,58
INVERSION INICIAL			39.712,38			39.712,38
VAN			86.570,64			41.955,20
PRC			2,4987			
TIR			27,77%			
R.C.B.			4,00			
RENTABILIDAD SIMPLE			40,02			

Análisis Estudio Financiero

En el siguiente proyecto se demostrara por medio de un análisis financiero si el “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa importadora de productos de consumo selectivo bajo la modalidad online en la ciudad de esmeraldas” es factible o no para su creación.

- Lo que indica la evaluación del proyecto es positiva porque el VAN MENOR dio como utilidad \$86.570,64 y el VAN MAYOR dio como utilidad en los 10 años \$41.955,20 lo que indica que el valor actual neto es de \$86.570,64 es positivo comparado con la inversión inicial que era de \$39.712,38 lo cual es muy favorable para la empresa.
- PRC del proyecto es de 2,4987 lo que quiere decir que son a 7 meses que se recupera el capital invertido.
- TIR. Es de 27.77%, comparando con la de mercado de otros proyectos que esta alrededor del 19,78%, este proyecto es más atractivo que otros en el sector. Esta tasa se determino de la siguiente manera:
 - Tasa de mercado de otros proyectos: Riesgo País+ inflación+ rendimiento de bonos del tesoro de EEUU+ tasa activa del sistema financiero.
 - Tasa de mercado de otros proyectos: $3.6\%+3\%+1.05\%+12.13\%= 19.78\%$
- R.C.B dio como ganancia \$4.00 es decir por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene una ganancia de \$3.00 dólares lo que es rentable para la empresa.

Con los siguientes indicadores se puede demostrar que la creación de la empresa importadora de productos de consumo bajo la modalidad Online en la ciudad de Esmeraldas es factible para la creación del proyecto dando un total del flujo neto \$158.933,69 lo cual es rentable para el proyecto.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Se pudo precisar que en la ciudad de Esmeraldas no existe una empresa que comercialice productos de consumo selectivo mediante la modalidad ONLINE importados directamente desde los Estados Unidos; solo existen personas independientes que traen productos de esa manera pero no comercializan como una empresa legalmente constituida, sino solo informal.
2. A pesar de que el uso de la tecnología se ha globalizado en todas las esferas tanto académicas, laborales, productivas y empresariales, se pudo constatar que el **95.66%** de los ciudadanos de Esmeraldas no han realizado compras de productos selectivos mediante la modalidad del Internet.
3. Se establece que por el nivel de ingresos que tienen las familias de la ciudad de Esmeraldas, existe un **54.98%** de los encuestados que estarían dispuestos a pagar por la compra de productos, artículos o accesorios importados directamente desde los Estados Unidos y que se comercialice mediante la modalidad ONLINE
4. Se pudo constatar que de la investigación realizada que las personas que habitan en la ciudad de Esmeraldas están interesados en comprar productos, artículos y accesorios que comercializa la empresa "BUYWINS".
5. Del estudio realizado se estableció que el proyecto es rentable porque su tasa interna de retorno es del **27.77%**, en comparación con las tasas de otros proyectos la cual esta de **19.18%**, lo que refleja que el proyecto realizado por la empresa "BUYWIS" es atractivo para el mercado.

5.2 RECOMENDACIONES

- 1 Para que la creación de la empresa BUYWINS de los resultados esperados, es necesario que el inversionista debe estar vinculado hacia la constante identificación de las nuevas formas de satisfacer a los clientes, comercializando productos de calidad, marca, durabilidad, modelos, diseños, precio para generar las expectativas de los clientes.
- 2 Para mejorar la comercialización de los productos selectivos que oferta la empresa, es necesario que está realice periódicamente estudios de mercado a los ciudadanos de Esmeraldas, con el fin de incrementar los volúmenes de ventas e incentivar la compra de nuevos productos.
- 3 La empresa “BUYWINS” debe tener toda variedad de formas de pago, para de esta manera poder facilitar las transacciones comerciales con sus diferentes clientes de la ciudad de Esmeraldas.
- 4 La empresa “BUYWINS” estará al tanto de las reglamentaciones legales que se establezcan en el Ecuador, y adaptará a todo cambio que se genere en el CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) con el fin de consolidar la seguridad de comercializar sus productos y verificar el incremento de los aranceles.
- 5 Para alcanzar la rentabilidad de la empresa, es necesario lograr los objetivos establecidos por el inversionista, para lo cual deberá establecer constantemente estrategias de ventas, innovaciones, promociones y reducir los gastos fijos, operativos estrictamente necesarios.

9. BIBLIOGRAFÍA

✓ Libros

- GUTIÉRREZ, Á.: *Comercio electrónico y privacidad en Internet*, Creaciones Copyright, 2003.
- MUÑOZ MACHADO, S.: *La regulación en la red. Poder y derecho en Internet*, Taurus, 2000.
- LABASTIDAS, Erika “Estrategia para el Comercio Electrónico”2008
- MAQUILON, Jorge, “Importancia del Comercio Electrónico” Pag.2. 2010

✓ Páginas Web

- www.contacto@rsi-sistemas.com.ar.2004
- www.ventasoft.com.ar/aplicacion-web Copyright 2006-2007
- www.venderonline.com.mx/ Copyright 2006-2007
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet> 16 Agosto 201
- <http://www.dinersbox.com.ec/diners/tarifas.asp>
- ([contacto@rsi-sistemas.com.ar](http://www.contacto@rsi-sistemas.com.ar).2004)
- (www.ventasoft.com.ar/aplicacion-web Copyright 2006-2007)
- (www.venderonline.com.mx/ Copyright 2006-2007)
- (<http://es.wikipedia.org/wiki/Internet> 16 Agosto 201)
- (<http://www.dinersbox.com.ec/diners/tarifas.asp>)
- (LABASTIDAS, Erika “Estrategia para el Comercio Electrónico”2008)
- INEC: estadística aproximada de la población de ciudad de esmeraldas de censo poblacional y vivienda de de 28 de noviembre 2010

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTAS

Dirigida a la población de Esmeraldas

CON EL FIN DE CONOCER Y DESARROLLAR EL PROCESO DE
COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE EL SISTEMA DE VENTA ONLINE EN LA
CIUDAD DE ESMERALDAS, LE SOLICITAMOS DE LA MANERA MÁS COMEDIDA
SE SIRVA RESPONDER LAS SIGUIENTES PREGUNTAS ESTABLECIDAS EN EL
CONSIGUIENTE CUESTIONARIO, LE SOLICITAMOS RESPONDER DE LA
MANERA MÁS SINCERA POSIBLE.

1. ¿Usted ha comprado algún producto a través del Internet?

Si (), Que Producto----- No () En que página web _____
Porqué-----

Nota: Si respondió no pase a la pregunta 4, gracias.

2. ¿Le llegó el producto en el tiempo indicado que quedó en el momento de hacer la compra de su producto?

Si () No ()

3. ¿Estuvo satisfecho con el producto que usted compró a través de la página web?

Si () No () Porqué _____

4. ¿Ha sentido usted la necesidad de comprar algún producto que se comercialice en EEUU y que no sea fácil de conseguir el Ecuador?

Si (), Que Producto?----- No () Quizás ()

5. ¿Considera usted, que ciertos producto que se venden en el país son más baratos en EE.UU.?

Si__ No__

Porqué_____

6. ¿Marque con una X los productos que usted quisiera que se compren en EE.UU.

Cámaras fotográficas, Marca _____	Laptops, Marca _____
Filmadoras, Marca _____	Mp3, marca _____
Consola de video juegos, Marca _____	Artículos deportivos, Cual? _____
Relojes, Marca _____	Ipad u otros modelos _____
Blu Ray, Marca _____	Otro artículo _____

7. ¿Le gustaría a usted que exista en la ciudad de Esmeraldas una empresa que le ofrezca los mismos productos que usted desea y que solo se pueden obtener en EE.UU.? Si__

No__ No estaría seguro__

8. ¿Qué medio de pago le parece más conveniente para cancelar sus pedidos?

30% en efectivo, la diferencia al entregar el producto__

Con tarjeta de crédito__ Cuál? _____

Transferencia electrónica _____

Con Cheque__

Otro medio de pago, ¿cuál? _____

9. ¿Le gustaría a usted que el producto que usted pidieran se lo llevaran a su lugar de domicilio, trabajo o donde usted más le convenga?

Si__ No__

10. ¿Le gustaría que la empresa realice publicidad de ciertos productos a través de su correo electrónico?

Si__ No__ A lo mejor__

11. ¿Consideraría usted aceptable el tiempo de 15 días desde que hiciera su pedido hasta que le llegue a su domicilio?

Si () No ()

Muchas gracias por su colaboración

e Industrial (sin líquidos)									
Alimentos									
Fármacos y químicos									
Perfumes									
Líquidos (liquids considered DG may also pay an additional fee \$ 186)									
Maquinaria y partes que contienen líquidos									

Elaboración: La Autora

No existen restricciones en esta categoría

Productos restringidos, requiere coordinación con Servicio al cliente

Productos Prohibidos

* Ecuador: Prohibido enviar Joyas de Oro y Plata

ANEXO 3

IMBAUTO SIEMPRE CONTIGO	OPERTA VEHÍCULOS LIVIANOS	
PÁGINA: 1 de 3		

Esmeraldas, 02 de Junio 2011

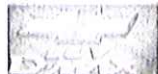
Señora
SUSANA PAZMIÑO GEVALLOS
Ciudad:-

IMBAUTO S.A., Concesionario Autorizado General Motors para el norte del Ecuador pone a su consideración nuestra oferta que ampara una camioneta Luv Dmax C/D 4x2, a DIESEL año modelo 2010, con las siguientes características técnicas:



MOTOR:

Modelo:	4 en línea
Cilindrada Total:	3.000
No. De Válvulas:	8
Pot. Máxima (ISO bruta) HP / RPM:	130 HP @ 4800 rpm
Torque Máximo (ISO bruta) NM / RPM:	280 @ 3600 rpm
Sistema de alimentación:	Diesel con bomba Bosch electrónica
Precio Contado	\$ 14.000 (CON IVA)



ANEXO 04

MOBIL CENTRO "INDUMASTER" GERENTE: Arroyo Baquerizo Martha Tomasa VENTA AL POR MAYOR DE MUJERES DE OJICHA Dirección: Calle Suroeste entre Sullón y Mella Teléfono: 2452 172 7094 704 200 Esmeraldas - Ecuador	R.U.C. 0802283598001 ALMACEN <b style="color: red; font-size: 1.2em;">0000115
--	---

Fecha:	Día	Mes	Año
	24	08	2011

Sr. (s): Susana Pazmino
 RUC: _____ Tel: _____
 Dirección: Los Surtidores Guía de Remisión: _____

Cant.	DESCRIPCION	P. Unit.	T. de Venta
2	Mezclas flex en 4' de 2 Guantes Je 150 x 150 x 60	235 -	470 -
4	Sillas Saco Lamin S/braga	78,58	314,29
1	Mesa de Reunion por 4 personas	81,22	81,22
2	Silla - Presidente 96cm	251,14	514,29
1	Mesa de Conferencia con 4 sillas	40,81	40,81
1	Sillas de 4 Guantes	172,14	172,14

Sub total \$ 1618,75
 Descuento _____
 IVA 0% \$ _____
 IVA 12% \$ 194,25
 TOTAL \$ 1813,00

Copia Emisor

Finalidad: Compra El Prestigio - telefax: 245 2725

ALMACEN ACURI E HIJOS Acari Cesar Anibal Calle de la Libertad y Suroeste Esmeraldas - Ecuador	PROFORMA <b style="font-size: 1.2em;">0004882
---	--

RUC: 4702952282001 RUC/CI: _____
 Sr. (s): _____ Fecha: 08/08/2011

Cant.	DESCRIPCION	P. Unit.	V. Venta
1	Libro		4,50
1	Libro		2,30
1	Libro		48,60

Sub total 12% \$ 58,40
 Sub total 0% \$ _____
 Descuento _____
 Sub total _____
 IVA 12% \$ 7,00
 TOTAL \$ 65,40

Finalidad: Compra

ANEXO 6



Av. Colón E4-81 y Av. 9 de Octubre - Matriz Telf. (02) 2657300

QUITO - ECUADOR

Razon Social : EPOCO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A.
 Direccion : NOROCCIDENTAL AV. COLON E4-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
 Almacén : P.O. BOX 258640
 Direccion : AV. PEDRO VICENTE BALCARRAZA CC. MULTIPLAZA 294-S
 Telefonos : 7952350 0
 00110

PROFORMA : 030-002-000001256
 RUC : 1790040275001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol. 536P del 07/06/1993
 Fecha : 8 DE JUNIO DEL 2011
 Fecha Entrega : DE RESI 011
 Cesion Sist. : 11/06/09 10140109
 No. Control : 17-PR-00001256
 Cliente : 999 SUSANA PATRINO
 Direccion : COLA JUDICIAL No:
 Telefono : 077105118 Ciudad :
 PUC/Cedula : 0803209079

Página 1 de 1

Pedido: (17-PR-000005) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: acalator Autoriza: (17-PR-000005)

SE, CODB, FABRIS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD UNID.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL ORSE.
	1. PRODUCTO: [Faded text]				
	2. PRODUCTO: [Faded text]				
	3. PRODUCTO: [Faded text]				

IMPRESION EN LAS BOLSAS DE EMERLADAS S.A. CONFORME AL SISTEMA CONTROLADO POR EL PUNTO DE VENTA

ACQUIRIENTE



Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de EPOCO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A. en el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores, se notificarán con anterioridad oficiales por efectos al costo de la mercadería, así seremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su consentimiento.

SUBTOTAL :	697,90
TARIFA 0% :	,00
TARIFA 12% :	83,75
I.V.A 12% :	83,89
T O T A L :	782,97

