

Ximena Cevallos Posso

CREACION DE UNA EMPRESA TRANSPORTADORA DE BIENES ADQUIRIDOS A TRAVES DE PLATAFORMA DE INTERNET, E-BOX.COM.EC

Trabajo de Conclusión de Curso (TCC)
presentado como requisito parcial para la
obtención del grado de Ingeniería Comercial de la
Facultad de Negocios especialización Marketing.

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Quito, Enero del 2012

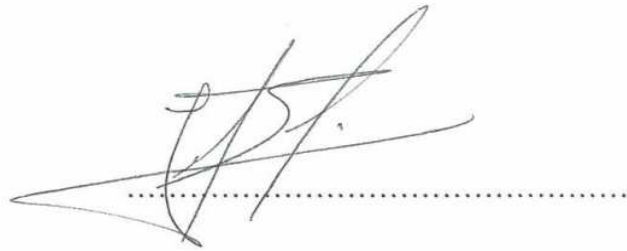
CEVALLOS, Ximena., Creación de una empresa transportadora de bienes adquiridos a través de plataforma de Internet eBox.com.ec.
Quito:UPACIFICO, 2012, 192p. Director Ing. Antonio Mendoza
(Trabajo de Conclusión de Curso-TCC presentado a La Facultad de Negocios de La Universidad Del Pacifico).

Resumen: Con la aparición de herramienta de tecnología informática, la sociedad actual ha transformado su modo tradicional de convivir con una plataforma digital de términos, palabras y procedimientos que cada vez se van haciendo más comunes. Estos cambios nace el comercio electrónico como respuesta a la necesidad de optimizar el tiempo y satisfacer a un mercado deseoso de insertarse en un mundo globalizado sin restricciones. Se ha iniciado de esta forma una economía virtual basada en la plataforma de Internet.

Palabras claves: Plataforma de Comercio Electrónico, compras por Internet, estrategia, comercial, objetivos, ventas, finanzas, planificación.

REVISION DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

DECANO: ING. MAURICIO BASABE



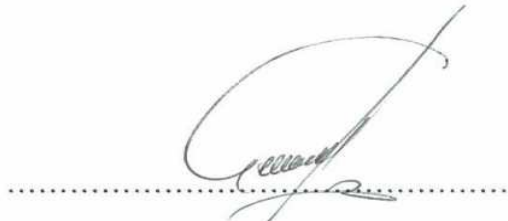
.....

DIRECTOR: ING. ANTONIO MENDOZA



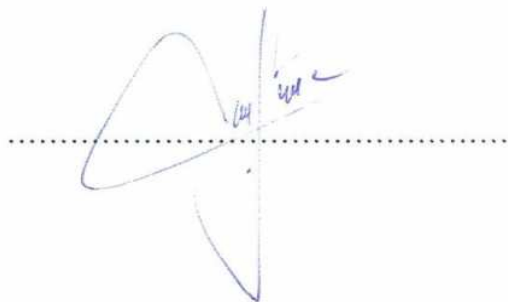
.....

LECTOR: ING. FABIÁN ABAD



.....

LECTOR: ING. CESAR STRUVE



.....

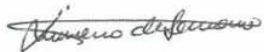
Quito, 25 de enero del 2012.

DECLARACION DE AUTORÍA

Yo, Ximena Cevallos Posso, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, calificación profesional, o proyecto público ni privado; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Quito, 23 de enero del 2012.

Atentamente,



Ximena Elizabeth Cevallos Posso

CI 1709008773

CERTIFICACIÓN

Yo, Antonio Mendoza, profesor de la Facultad de Negocios de la Universidad del Pacífico, como Director del presente Trabajo de Conclusión de Carrera, certifico que la Señora Ximena Cevallos, egresada de la Institución es autora exclusiva del presente trabajo, el mismo que es auténtico, original y fue realizado bajo mi supervisión.

Quito, 23 de enero del 2012.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Antonio Mendoza', with a large, sweeping flourish above the name.

ING. ANTONIO MENDOZA

DIRECTOR DE TESIS

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

La Universidad del Pacífico, se compromete a no difundir públicamente la información, establecida en el presente Trabajo de Conclusión de Carrera: “CREANCION DE UNA EMPRESA TRANSPORTADORA DE BIENES ADQUIRIDOS A TRAVÉS DE PLATAFORMA DE INTERNET, EBOX.COM.EC”, de autoría de Ximena Elizabeth Cevallos Posso, en razón que esta ha sido elaborada con información confidencial.

Cinco copias digitales de este Trabajo de Conclusión de Carrera quedan en custodia de la Universidad del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Quito, 25 de enero del 2012.

Para constancia suscribe:



Ing. Mauricio Basabe

DECANO

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, nuestro creador, por haberme dado la vida y estar siempre a mi lado brindándome fuerza, cuidado y protección. El Señor siempre me ha mostrado el camino y ha sido mi soporte y fortaleza.

A la Universidad del Pacífico, al Dr. Mauricio Basabe, Decano de la Facultad y a mis maestros, quienes con sus conocimientos y experiencia han contribuido a mi formación profesional.

Al Ing. Antonio Mendoza, Directo de Tesis, por haber dedicado parte de su tiempo para guiarme en la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y todos los triunfos que en mi vida he alcanzado con tanto esfuerzo a mi madre, mi ángel, quien ha sido un gran ejemplo de amor y tenacidad y gracias a su gran apoyo y esfuerzo he logrado metas importantes en mi vida. A mi esposo mi compañero y mi gran amor, quien siempre me ha apoyado, me ha impulsado y ha creído en mí, aun más que yo misma. A mis dos hijos Micaela y Daniel, que son mi razón de vivir, para quienes quiero ser mejor cada día y alcanzar todos los triunfos que me sean posibles. A mi abuelita Rosita, que siempre creyó en mí y aunque no está entre nosotros, se que desde el cielo me está bendiciendo. Y a toda mi familia mi hermana, mi tía, mis primos y sobrinos por su apoyo y ayuda.

Gracias a todos por estar a mi lado y ser parte de mi vida.

INDICE

INTRODUCCION

Resumen ejecutivo	1
---	---

CAPITULO I LINEAMIENTOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

I.A Fundamentos teóricos	3
I.A.1 Origen y desarrollo histórico del comercio electrónico	4
I.A.2 Ventajas del comercio electrónico	4
I.A.2.a Ventajas para los clientes	5
I.A.2.b Ventajas para las empresas	6
I.A.3 Inconvenientes y riesgos del comercio electrónico	8
I.A.4 Clases de comercio electrónico	8
I.A.4.a Comercio electrónico directo	8
I.A.4.b Comercio electrónico indirecto	9
I.A.4.c Comercio electrónico de empresa a empresa B2B	9
I.A.4.d Comercio electrónico de empresa a consumidor B2C ..	10
I.A.4.e Comercio electrónico de consumidor a consumidor ...	11
I.A.5 Medios de Pago	11
I.A.6 Tendencias del comercio electrónico	13
I.A.7 El perfil del comprado en Internet	19
I.A.8 Sitios web representativos que utilizan comercio electrónico	19
I.A.8.a Amazon	19
I.A.8.b EBay	27

<u>I.A.8.c Otros</u>	29
<u>I.A.9 Objetivo general</u>	32
<u>I.A.10 Objetivos específicos</u>	33
<u>I.A.10.a Corto Plazo</u>	33
<u>I.A.10.b Mediano Plazo</u>	33
<u>I.A.10.c Largo Plazo</u>	33
<u>I.A.11 Justificación del objetivo</u>	34
<u>I.A.12 Metodología utilizada</u>	34

CAPITULO II ANÁLISIS ESTRATÉGICO

<u>II. A Análisis de variables del Entorno Externo</u>	36
<u>II.A.1 Económicas</u>	36
<u>II.A.2 Sociales</u>	42
<u>II.A.3 Legales</u>	45
<u>II.A.4 Tecnológicas</u>	47
<u>II.A.5 Culturales</u>	49
<u>II.A.6 Políticas</u>	51
<u>II.A.7 Demográficas</u>	53
<u>II.A.8 Educativas</u>	54

CAPITULO III ESTUDIO DEL MERCADO

<u>III.A Definición del mercado</u>	57
<u>III.B Objetivos, metodología</u>	58
<u>III.C Análisis de la demanda</u>	59
<u>III.C.1 Necesidades de los clientes</u>	59
<u>III.C.2 Distribución geográfica del mercado de consumo</u>	60
<u>III.C.3 Comportamiento histórico de la demanda</u>	60
<u>III.C.4 Proyección de la demanda</u>	61
<u>III.C.5 Resultados del análisis del estudio de mercado</u>	62
<u>III.D Análisis de la oferta</u>	69
<u>III.D.1 Características de los principales proveedores</u>	69
<u>III.D.2 Proyección de la oferta</u>	71
<u>III.D.3 Conclusiones generales y sobre las estadísticas</u> <u>del estudio de mercado</u>	71
<u>III.E Marketing Mix</u>	72
<u>III.E.1 Definición del Producto</u>	72
<u>III.E.2 Análisis de precios</u>	85
<u>III.D.2.a Determinación del precio promedio</u>	86
<u>III.D.2.b Análisis histórico y proyección de precios</u>	86
<u>III.E.3 Plaza</u>	88

<u>III.E.4 Promoción y Publicidad</u>	89
---	----

CAPITULO IV PLAN ESTRATÉGICO

IV.A Análisis de:

<u>IV.A.1 Cinco Fuerzas de Porter</u>	96
<u>IV.A.2 FOVDA</u>	100
<u>IV.B Directrices de la Empresa</u>	102
<u>IV.B.1.a Misión, Visión y Valores Organizacionales</u>	102
<u>IV.C Selección de la Estrategia Competitiva</u>	103
<u>IV.C.1 Cadena de Valor</u>	103
<u>IV.C.2 Posicionamiento Estratégico</u>	107
<u>IV.C.3 Mantenimiento de la ventaja competitiva</u>	108
<u>IV.C.4 Programas Tácticos (Funcionales)</u>	111
<u>IV.D Control Estratégico</u>	111

CAPITULO V ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

<u>V.A Estructura de la Organización</u>	114
<u>V.A.1 Organigrama de la Empresa</u>	114
<u>V.B. Manual de Funciones</u>	115
<u>V.B.1 Formato de descripción de puestos</u>	116
<u>V.C Análisis y Valoración de puestos</u>	120
<u>V.C.1 Perfil del Puesto</u>	121
<u>V.D Sistema de Remuneraciones y compensaciones</u>	126
<u>V.E Programa de formación y desempeño</u>	128
<u>V.E.1 Plan Anual de capacitación</u>	128

<u>V.E.2 Evaluación de la capacitación</u>	129
<u>V.F Criterios de la motivación</u>	130
CAPITULO VI INGENIERÍA DEL PROYECTO	
<u>VI.A Base Legal</u>	131
<u>VI.A.1 Tipo de compañía a constituirse</u>	131
<u>VI.A.2Requerimientos de la ley de comercio electrónico</u>	134
<u>VI.A.3Requerimientos de la ley de Aduanas – Régimen</u>	
<u>Courier</u>	135
CAPITULO VII ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	
<u>VII.A. Inversiones del proyecto</u>	140
<u>VII.A.1 Determinación de la inversión inicial en</u>	
<u>activos fijos que den soporte a las ventas</u>	141
<u>VII.B Proyección de Estados Financieros</u>	
<u>VII.B.1 Proyección de ventas mensual del primer año</u>	142
<u>VII.B.2 Proyección de ventas anuales para cada uno de</u>	
<u>los cinco años</u>	142
<u>VII.B.3 Estado de Resultados proyectado a 5 años</u>	143
<u>VII.B.4 Flujo de Caja ajustado</u>	144
<u>VII.B.5 Balance General</u>	145

<u>VII.B.6 Determinación de Capital de Trabajo</u>	146
<u>VII.B.7 Análisis de sensibilidad con variaciones en las variables</u>	
<u>Críticas</u>	147
<u>VII.B.8 Análisis de escenarios</u>	148
<u>VII.C Valor de desecho en el año 5</u>	
<u>VII.C.1 Venta de activos</u>	171
<u>VII.D Evaluación del proyecto</u>	
<u>VII.D.1 Cálculo del VAN con flujos inflados</u>	172
<u>VII.D.2 Cálculo de la TIR con flujos inflados</u>	173
<u>VII.D.3 Cálculo de las razones financieras del proyecto</u>	174
<u>CAPITULO VIII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u> ...	175
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	178
ANEXOS	
1. <u>Formato del cuestionario de investigación de mercado</u>	181
2. <u>Manifiesto de carga</u>	184
3. <u>Detalle de costos</u>	185
4. <u>Cronograma de inversiones</u>	187
5. <u>Calendario para la implantación del proyecto</u>	187
6. <u>Proyección de ventas año 1 al 5</u>	188
7. <u>Remuneraciones y Comisiones empleados año 1 al 5</u>	189

8. [Presupuesto de Publicidad año 1 al 5](#).....190

INTRODUCCION

RESUMEN EJECUTIVO

Con la aparición de herramienta de tecnología informática, la sociedad actual ha transformado su modo tradicional de convivir con una plataforma digital de términos, palabras y procedimientos que cada vez se van haciendo más comunes. Entre estos cambios nace el comercio electrónico como respuesta a la necesidad de optimizar el tiempo y satisfacer a un mercado deseoso de insertarse en un mundo globalizado sin restricciones. Se ha iniciado de esta forma una economía virtual basada en la plataforma de Internet.

Las compañías en todo el mundo miran al e-commerce como una nueva alternativa para expandir sus mercados a niveles globales donde las oportunidades son mayores que los limitados espacios generados en las comunidades donde se desarrollan sus actividades. Esto se refleja en el vertiginoso crecimiento de los sitios comerciales en Internet. En el año 1994 en Seattle-USA, se abrió una de las primeras tiendas virtual, www.amazon.com, como una tienda de libros virtuales, que con el pasar del tiempo se diversificó a otros productos¹ habiendo hoy en día más de 400,000. Actualmente, las compañías y los consumidores pueden interactuar casi sin restricciones a través de varias plataformas electrónicas disponibles en Internet.

Los países de mayor desarrollo como Japón, Estados Unidos, Malasia, Singapur, y otros, han masificado el comercio electrónico. Los países en vías de desarrollo como el caso de Ecuador, han tenido un crecimiento importante. En el sector urbano por ejemplo, el uso de Internet creció de un 34%, en el 2008 a 37,7%, en el 2010. De acuerdo a una encuesta

¹http://www.cad.com.mx/historia_de_amazon_com.htm

desarrollada por el INEN, tres de cada 10 ecuatorianos que ha ingresado al Internet en el 2010, accede principalmente desde el hogar o centros de accesos público, y más de la mitad de los usuarios lo hace a diario. De los encuestados que utilizan Internet, el 35,5% lo hace desde su hogar, siendo la opción que más ha crecido.² Sin lugar a dudas, esta tendencia seguirá aumentando en los próximos años. Según las cifras de E-marketer la evolución del mercado electrónico en América Latina entre 1999 y 2003 fue del 83.46%.³

Al incrementarse el intercambio de bienes a través de medios electrónicos, se genera la necesidad de transportarlos desde su lugar de origen hasta el destino final. En este proceso existen varias actividades que deben ser ejecutadas con precisión para poder lograr un tiempo de tránsito óptimo y oportuno de las mercaderías. También es necesario desarrollar una logística que permita lograr esta actividad con éxito.

En respuesta a estas necesidades, se plantea la creación de la empresa “E-BOX” cuya misión será la de transportar los bienes adquiridos vía electrónica desde los Estados Unidos hacia el Ecuador, brindando al cliente una servicio ágil y oportuno. Su visión es la de convertirse en una compañía reconocida por el mercado como la transportadora de la mercadería comprada a través del Internet.

Se pretende demostrar la viabilidad del negocio determinando el mercado potencial y sus rendimientos financieros. Se desarrollarán estrategias para posicionar al negocio en el mercado digital del Ecuador. El fin último de este trabajo es el de implementar la compañía e insertarla en el mercado.

²Censo de población y Vivienda 2010, INEC

³ <http://entgweb.com/>

CAPITULO I

LINEAMIENTO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

I.A. Fundamentos teóricos

I.A.1 Concepto, Origen y desarrollo del Comercio Electrónico:

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés), consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones tales como el Intercambio Electrónico de Datos de facturas y órdenes de compra (EDI por sus siglas en inglés), sin embargo con el advenimiento de la Internet y la World Wide Web a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, como tarjetas de crédito.

En 1995 los países integrantes del G7/G8 crearon la iniciativa un Mercado Global para Pymes, con el propósito de acelerar el uso del comercio electrónico entre las empresas de todo el mundo.⁴

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente debido a la propagación de Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta

4

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/antecedentesdeecommerce_080314.aspx

manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea, el intercambio electrónico de datos, sistemas de administración de inventarios, y sistemas automatizados de recolección de datos.

La mayor parte del comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o servicios entre personas y empresas, sin embargo un porcentaje considerable del comercio electrónico consiste en la adquisición de artículos virtuales (software y derivados en su mayoría), tales como el acceso a contenido "Premium" de un sitio web.

I.A.2 Ventajas del comercio electrónico:

-Mejoras en la distribución: La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, como por ejemplo en la industria del software, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios.

-Comunicaciones comerciales por vía electrónica: Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza la Web para informar a los clientes sobre la compañía, aparte de sus productos o servicios, tanto mediante comunicaciones internas como con otras empresas y clientes; esto facilita las relaciones comerciales.

-Beneficios operacionales: El uso empresarial de la Web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita

la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez.

-Facilidad para fidelizar clientes: Mediante la aplicación de protocolos y estrategias de comunicación efectivas, que le permitan al usuario final del portal web de la compañía plantear inquietudes, levantar requerimientos o simplemente hacer comentarios con relación a los productos o servicios de la misma. Si estos comentarios son debidamente procesados, se puede crear un elemento importante para lograr la fidelidad de los clientes, y en consecuencia aumentar la re-compra de productos y servicios, así como también la ampliación del rango de cobertura en el mercado. También cambia la forma en que los productos, servicios, incluso la información es presentada, vendida e intercambiada.

I.A.2.a Ventajas para los clientes:

- Desaparecen los límites geográficos.
- Información inmediata sobre cualquier producto.
- Disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.
- Tener acceso a más diversidad e información.
- Mercado más competitivo y por lo tanto más barato.
- Poder obtener artículos (electrónicos, libros, etc.) con mayor facilidad y a menor costo a través de la web.
- Tiendas en línea con mejor tecnología y seguridad. Por tanto la compra suele ser más rápida.
- Las ofertas y los precios están siempre actualizados.
- Los centros de atención al cliente están integrados en la web.

- Las telecomunicaciones por banda ancha han mejorado la experiencia de compra.
- Los clientes pueden consultar un sinnúmero de tiendas web y realizar pedidos, en cualquier horario del día, los 365 días del año.
- La compra por Internet ayuda al comprador, ya que hay una mayor comodidad en la elección y comparación. Le permite pasar de un lugar a otro instantáneamente y realizar los pagos con agilidad. Por ejemplo, el hecho de no tener que esperar en la cola de un supermercado o centro comercial.
- Encontrar un producto a menor costo.
- Conseguir cualquier artículo, no importa lo que esto sea, sin perder tiempo. Simple y fácil comprando desde la casa u oficina.
- Permite el acceso a más información.

I.A.2.b Ventajas para las empresas:

- Gran reducción de costos de la puesta en marcha, en comparación con el comercio tradicional.
- Nuevas oportunidades de negocio, con la sola presencia en el mercado.
- Se puede obtener información de compras de cada individuo, y tener un perfil de consumo.
- Acceder a un mayor número de clientes potenciales.
- Facilidad de extensión del negocio y entrada en nuevos mercados.
- Mayor eficiencia en las transacciones.
- Mercado accesible a las pequeñas empresas en igualdad de condiciones.
- Creación de canales nuevos de mercadeo y ventas.
- Acceso interactivo a catálogos de productos, listas de precios y folletos publicitarios.

- Venta directa e interactiva de productos a los clientes.
- Soporte técnico ininterrumpido, permitiendo que los clientes encuentren por sí mismos, respuestas a sus problemas mediante la obtención de archivos y programas necesarios para resolverlos.
- Ahorro de tiempo al comunicar y presentar inmediatamente la información que intercambian.
- Sustitución de las operaciones manuales basadas en papel, por alternativas electrónicas.
- Replanteamiento, simplificación, uso novedoso y dinámico de los flujos de información.
- Las empresas pueden realizar intercambios de información y una estrategia de comunicación, consolidar su relación con el cliente a través del marketing relacional, acceder a nuevos mercados.
- Presentar cotizaciones en línea.
- Mejorar el servicio al cliente.
- Usar el correo electrónico como una herramienta de mercadeo.
- Realizar investigaciones de mercados extranjeros.
- Ofrecer documentación sin papeleo.
- Obtener retroalimentación de los clientes. Mediante la aplicación de protocolos y estrategias de comunicación efectivas que le permitan al usuario final del portal Web de la compañía plantear inquietudes, levantar requerimientos o simplemente hacer comentarios con relación a los productos o servicios de la misma.
- Cada empresa que utiliza las nuevas tecnologías –como Internet- se hace más competitiva, y puede ser informada de los nuevos desarrollos. En otras palabras, en

pocos años todas las actividades comerciales se realizarán vía Internet, el comercio electrónico será el nuevo gran desafío para todas las empresas que quieran ser competitivas.

1. A.3 Inconvenientes y riesgos del comercio electrónico:

- **Forma de Pago:** Aunque ha avanzado mucho el comercio electrónico, todavía no hay una transmisión de datos 100% segura. Lo que constituye un problema pues no todas las personas ingresan su tarjeta de crédito por Internet.
- **Intangibilidad:** Mirar, tocar, hurgar. Aunque esto no sea sinónimo de compra, siempre ayuda a realizar una compra por impulso.
- **El idioma:** No toda la población tiene conocimiento del idioma inglés, lo que limita el uso masivo.
- **Conocer quién vende:** Ya sea una persona o conocer de que empresa se trata. En definitiva saber quién es, como es, etc. Simplemente es una forma inconsciente de tener más confianza hacia esa empresa o persona y los productos que vende.

1. A.4 Clases de comercio electrónico

Existen dos clases de comercio electrónico: Indirecto y Directo.

1. A.4.a Directo

Es aquel mediante el cual el pedido, el pago y el envío de los bienes intangibles y/o servicios se producen en línea (programas informáticos, servicios de información). Permite transacciones electrónicas de extremo a extremo sin obstáculos a través de las fronteras geográficas, aprovechando todo el potencial de los mercados electrónicos mundiales.

1. A.4.b Indirecto

Consiste en adquirir bienes tangibles que necesitan luego ser enviados físicamente usando canales convencionales de distribución (envío postal y servicios de Courier). Esta clase de comercio depende de factores externos como por ejemplo, la eficiencia de los sistemas de transportes.

1. A.4.c Comercio electrónico de empresa a empresa B2B

El comercio electrónico B2B (Business to Business) es el negocio orientado entre las diversas empresas que operan a través de Internet.

Dentro del comercio electrónico B2B se pueden distinguir tres modalidades:

- El mercado controlado por el vendedor en busca de compradores.
- El mercado controlado por el comprador que busca proveedores.
- El mercado controlado por intermediarios que persiguen el acuerdo entre vendedores y compradores.

El comercio electrónico B2B ha supuesto un gran avance tecnológico, pero se requieren una serie de características para sacar el rendimiento óptimo:

- Experiencia en el mercado concreto.
- La oferta debe ser un valor añadido.
- Evitar fallos de producción, logística y distribución.

Las ventajas y características han convertido al comercio B2B en una opción que cada vez tiene más adeptos, debido a:

- Reducción de costes.
- Ampliación de mercado.
- Aumento de velocidad.
- Centralización de oferta y demanda.
- Información de compradores, vendedores, productos y precios en un lugar común.
- Mayor control de las compras.

1.A.4.d Comercio electrónico B2C

En el comercio electrónico B2C (Business to consumer) el negocio va dirigido de las empresas al consumidor.

Las ventajas más destacables del comercio electrónico B2C son:

- Compra más cómoda y más rápida.
- Ofertas y precios siempre actualizados.
- Centros de atención al cliente integrados en la web.

Los inconvenientes, como sucede en toda transacción, también existen. El consumidor debe prestar especial atención a la seguridad en las compras.

Existen diferentes tipos de comercio electrónico B2C:

- Intermediarios on-line: Se trata de compañías que facilitan las transacciones entre compradores y vendedores a cambio de una contraprestación económica a modo de porcentaje.
- Modelos basados en publicidad: Publicidad basada en el sistema, donde las empresas tienen sitios web de un inventario, que venden a las partes interesadas.
- Modelos basados en la comunidad: Las empresas facultan a los usuarios para interactuar, en todo el mundo, en áreas similares de interés.
- Modelos basados en tarifas: Pago basado en el sistema. En este caso la empresa cobra una tarifa de suscripción para ver su contenido.

1. A.4.e Comercio electrónico de consumidor a consumidor.

El comercio electrónico C2C (Consumer to Consumer) es el tipo de comercio que se lleva a cabo entre consumidores, bien sea mediante el intercambio de correos electrónicos o a través de tecnologías P2P (*peer to peer*).

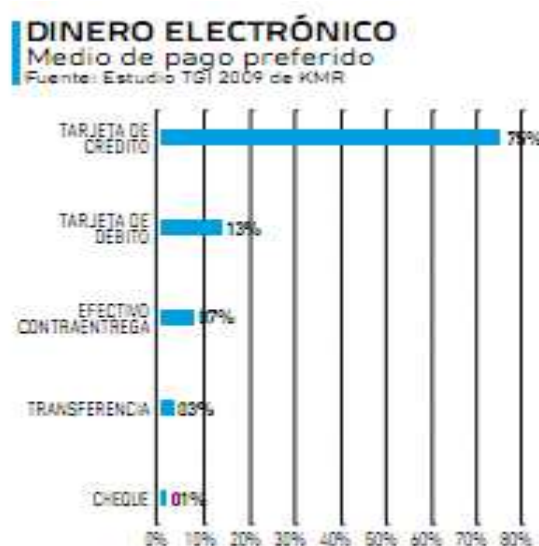
Una de las estrategias más comunes del comercio C2C para Internet viene definida por aquel tipo de negocio cuyo objetivo es facilitar la comercialización de productos y/o servicios entre particulares. Ejemplos muy conocidos son *E-bay* o *mercadolibre.com*.

1. A.5 Medios de pago.

La revolución del comercio electrónico es justamente la venta directa, es decir cuando la entrega del bien se realiza por un medio electrónico. En general cuando se efectúa este tipo de transacción, el pago se concreta por un medio electrónico de pago.

Los medios electrónicos de pago se pueden clasificar en:

- a) Basados en tarjetas.- Estos sistemas se refieren a tarjetas de crédito o de débito.
- b) Cheque Digital.- Este mecanismo aún está en desarrollo especialmente en EE.UU., donde la difusión de este instrumento es bastante extensa.
- c) Dinero Electrónico.- El dinero almacenado en una tarjeta inteligente puede tener identificación o no del usuario. En este último caso, sería dificultoso rastrear la fuente.
- d) PayPal.- es una empresa del sector del comercio electrónico, cuyo sistema permite a sus usuarios realizar pagos y transferencias a través de Internet sin compartir la información financiera con el destinatario, con el único requerimiento de que estos dispongan de correo electrónico. Es un sistema rápido y seguro para enviar y recibir dinero. El único inconveniente es que solo procesa transacciones con bancos de Estados Unidos o tarjetas de crédito internacionales.



Fuente: http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico

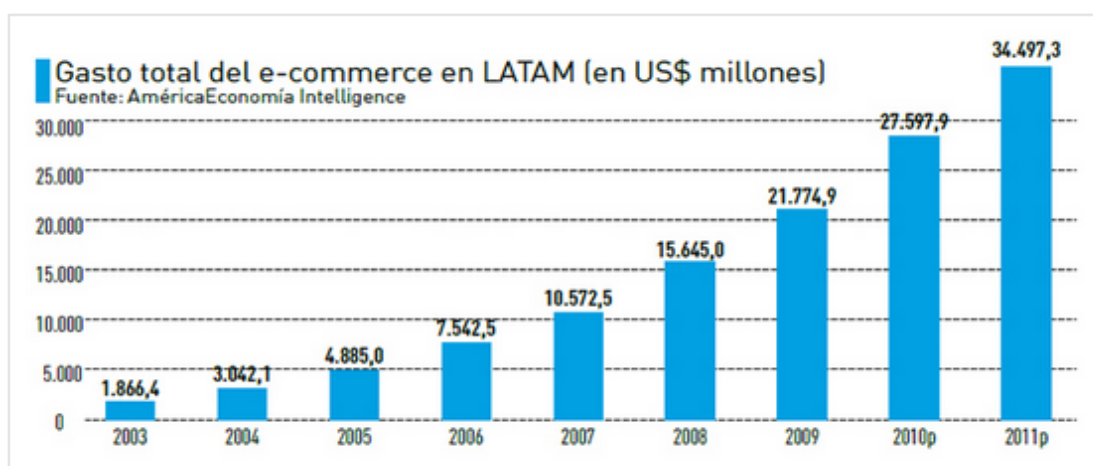
[L.A.pdf](#)

1. A.6 Tendencias del Comercio Electrónico

A pesar de la fuerte crisis financiera mundial, en donde muchos sectores decrecieron, el comercio electrónico ha tenido un crecimiento importante, Internet como canal de distribución de productos y servicios a consumidores siguió creciendo pese al colapso de las cifras económicas en todo el planeta.

Según un estudio realizado por América Economía Intelligence por encargo Visa Internacional, el comercio electrónico a consumidores (o B2C Business to commerce) creció en 39,2% durante 2009, lo que le permitió llegar a la suma de US\$ 21.775 millones en toda América Latina y El Caribe. En 2010, creció a un 27%, cerca de US\$ 28.000 millones en B2C.

El comercio electrónico responde a un cambio tan profundo en los hábitos con que las personas se relacionan con las empresas que les proveen servicios y productos, que la tendencia general apenas se vio perjudicada por el impacto de unos PIB negativos o por la desconfianza de los inversionistas internacionales.

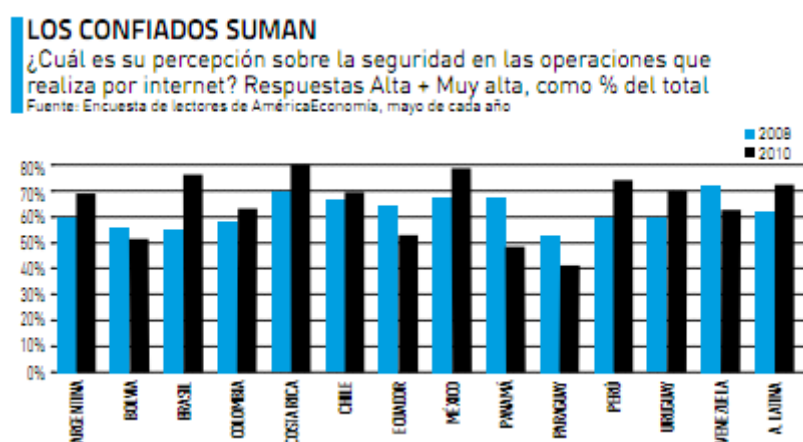


Fuente:

http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

La penetración de las computadoras personales y de banda ancha siguió subiendo a tasas del 20 y 15% anual respectivamente (en el 2009 había unos 150 millones de usuarios de computadoras personales en la región, y unos 40 millones con acceso a banda ancha, en el 2011 existen aproximadamente 216 millones de usuarios de computadoras y 53 millones con acceso a banda ancha, según las proyecciones realizadas). Lo mismo ocurrió con la disponibilidad y uso de distintos medios de pago a medida que la banca dio nuevos pasos.

Los avances también se dieron por el lado de la demanda, pues subió en número y disposición a hacer compras, a medida que las generaciones que se educaron con Internet, se suman al mundo laboral y pueden canalizar su poder de consumo electrónicamente. La percepción de seguridad además se incrementó, lo que favorece la preferencia a realizar compras en línea.

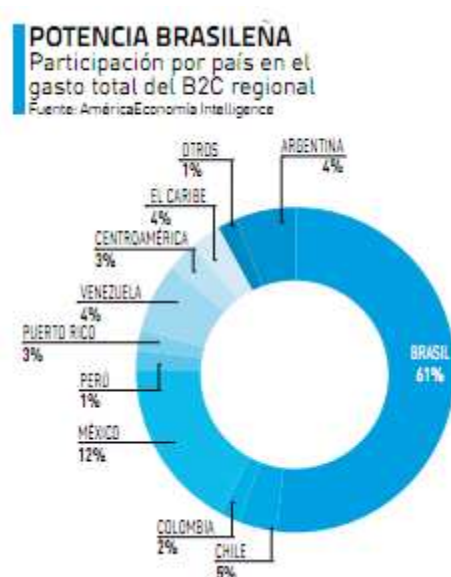


Fuente: http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

Brasil, el país más grande de América Latina, es también el que presenta los indicadores más altos en términos de uso en el comercio electrónico en la región. Una ventaja que se estiró durante 2009 con la llegada de 4,4 millones de nuevos usuarios a Internet en el país, y que

ayudaron a empujar las cifras del B2C por sobre los US\$ 13.000 millones, cerca del 61% de todo el e-commerce enfocado a consumidores en la región. “Nuestro escenario conservador de crecimiento es de un 30% anual en éste segmento hasta 2016”, dice Gerson Rolim, director ejecutivo de Câmara-e.net, la asociación que reúne a los operadores de comercio electrónico en Brasil, refiriéndose sólo a las operaciones del e-retail.

Por ejemplo, Wal-Mart, que entró en el mercado de e-commerce brasileño en octubre de 2008, anunció que pretende doblar sus ventas digitales en 2010. El foco de su estrategia se concentra en la variedad. La oferta actual es de 10.000 artículos, ordenados en 11 categorías y la empresa quiere aumentarlos a 100.000 divididos en 21 secciones hacia fin de año. Wal-Mart también tiene tiendas virtuales en otros países como Chile, representado por el nombre Líder, y en México, con Superama, aunque, ambas operan sólo en la venta de alimento.



Fuente

http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

México, por su integración logística con Estados Unidos, el país de donde se originan más compras de consumidores en comercios en ese país. Muchos mexicanos compran

directamente en Amazon y eBay sin pasar por un servicio intermedio. Líderes de la industria estiman que las compras internacionales equivalen a casi un tercio de todo el e-commerce que realiza México. De hecho la directa competencia estadounidense es uno de los factores que ha inhibido a las empresas mexicanas por incrementar sus apuestas en el B2C.

Chile, el segundo país con mayor madurez en el e-commerce de la región, muestra desarrollos importantes.

Centroamérica y Caribe también son grandes compradores de los sitios de EE.UU., por su cercanía geográfica y por la poca profundidad de sus propios mercados, por lo que están habituados a hacer compras internacionales. En los países angloparlantes de El Caribe cuentan además con la ventaja del idioma, por lo que la operación de compra resulta aún más natural.

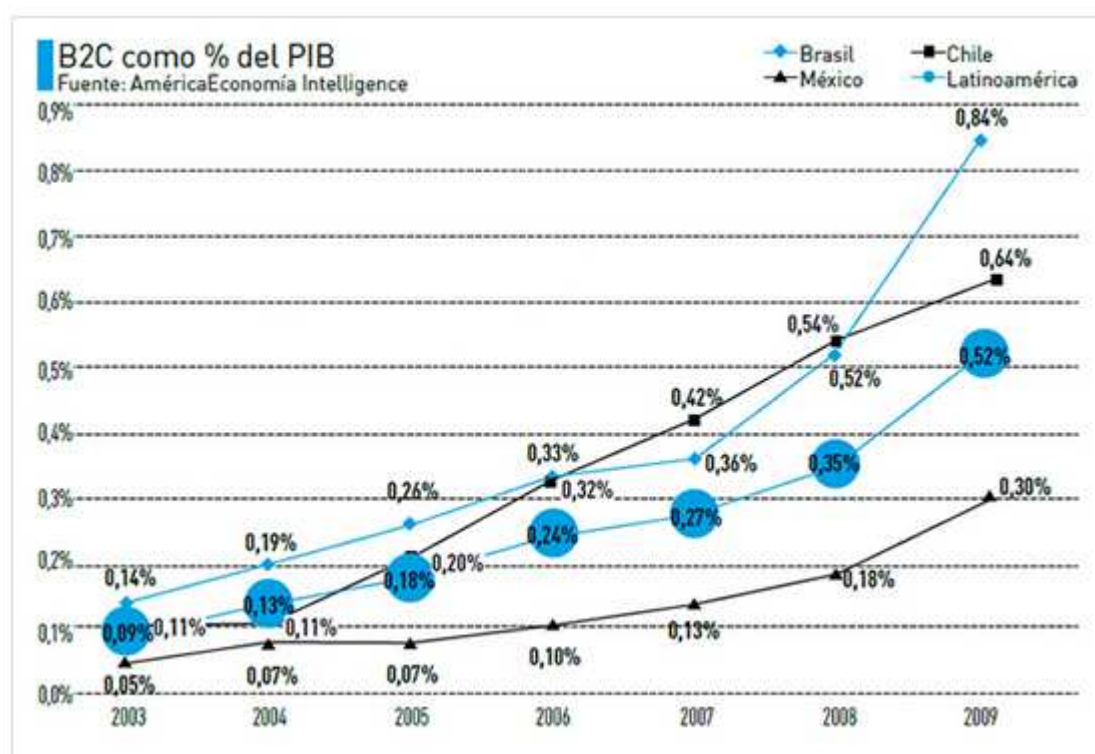
Venezuela era un país en el que sus ciudadanos se caracterizaban por hacer compras internacionales. El gobierno venezolano autorizaba hasta 2007 un cupo de US\$ 1.500 a quienes quisieran usar sus tarjetas de crédito para hacer compras por Internet. Por la realidad dual del mercado cambiario venezolano, este cupo en dólares, que permite comprarlos a la más baja tasa oficial, funcionaba como un subsidio, por lo que se usaba de manera masiva en compras online internacionales. No obstante, el gobierno bajó el cupo a US\$ 400, subió el cambio oficial, e hizo más restrictivos los requisitos para acceder a esos dólares, lo que redujo considerablemente estas operaciones.

En Ecuador el mercado de compras por Internet del año 2010 representa \$325 millones al año, que frente a la región que mueve cerca de \$28.000 millones en el 2010 corresponde al 1,07%.

Las empresas internacionales son las beneficiarias. De los USD 325 millones, el 95% se va a las empresas en el exterior, que son manejadas por las compañías de turismo, de equipos electrónicos, ropa, entre otras. Esta alta tendencia a compras en el exterior es debido a que el país todavía no cuenta con suficiente oferta local.

Según Ricardo Intriago, Gerente de Tarjetas de Pacificard, el mercado total de compras en el 2010 fue de \$325 millones de dólares y la participación de las compras por Internet fue de \$65 millones de dólares que corresponde al 20%, en un total de 615.000 transacciones.

El presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, Marcos Pueyrredón indicó que Ecuador tiene un gran potencial para aumentar las ventas electrónicamente ya que el 30% de su población está conectada en Internet.

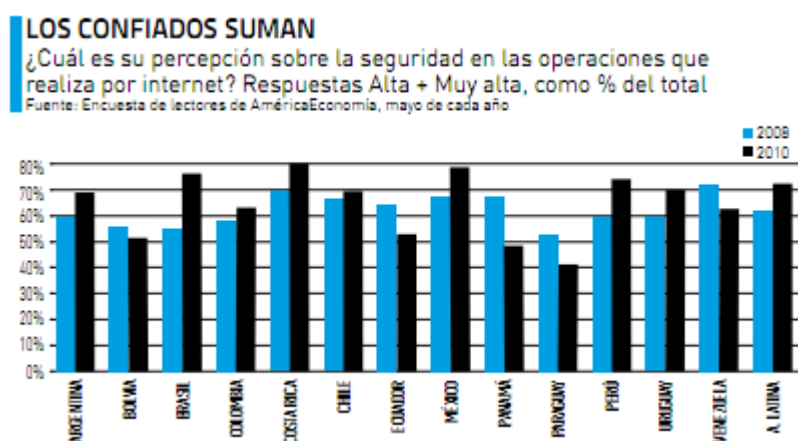


Fuente

http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

Según el cuadro anterior, podemos notar que el porcentaje del B2C sube en los principales países de la región con respecto a su PIB. Aun con estas cifras, se puede notar que en el país con más participación que es Brasil, todavía su participación es reducida por lo que existe un gran mercado cautivo por explorarse y que sigue creciendo conforme sigue aumentando el PIB del país.

Gran parte del impulso del e-commerce en la región sigue siendo protagonizado por la industria turística, principalmente las aerolíneas, aunque en su gran mayoría no tiene los problemas logísticos del comercio detallista online, pues no hay un bien físico que entregar, requiere una gran confianza del consumidor pues se trata de compras costosas. Un ticket promedio en la industria turística es de US\$ 900 para los pasajes de avión y de US\$ 400 para las reservas hoteleras, según cifras de Despegar.com, lo que requiere altas dosis de credibilidad y confianza para llevarse a cabo.



Fuente:

http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

1. A.7 Perfil del comprador por Internet

El perfil del consumidor es:

- 67% Hombres
- 43% Mujeres
- Entre 20 y 46 años
- Estrato social medio, medio alto.
- La mayoría con alto nivel de estudios superior.
- Con mayor nivel tecnológico.

Fuente:<http://celectronico6.blogspot.com/2007/01/el-perfil-del-comprador-en-internet.html>

Se aprecia una ligera tendencia creciente en el porcentaje de clientes conforme aumenta la edad, aunque esto podría estar relacionado con un aumento del poder adquisitivo al aumentar la edad.

También han comprado en mayor proporción los que tienen hijos que los que no. Seguramente también relacionado con la edad.

1. A.8 Sitios Web que utilizan comercio electrónico.



1. A.8.a Amazon.com

Fue una de las primeras tiendas en abrir sus puertas en Seattle - Estados Unidos en 1994, después de que su dueño Jeffrey Bezos renunciara a su trabajo de programador en una empresa de Wall Street. El se fijó como objetivo construir la mejor tienda online del mundo (no la primera, la mejor) con una idea obsesiva: considerando al comprador como la mejor experiencia comercial.

Amazon se inició como la primera librería virtual en Web. En la actualidad está totalmente diversificada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVD, CD de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros, etc.,. Ofrece servicios que los comercios tradicionales no pueden ofrecer: precios bajos, selecciones bien documentadas y una nutrida información sobre los productos.

En 2002 logró un beneficio de 3.900 millones de dólares, en 2003 \$5.300 millones, en 2004 \$6.900 millones, en 2005 \$8.500 millones y en 2006 \$10.700 millones. Además, la prestigiosa revista Time Magazine calificó a Bezos como la persona del año en 1999.

Actualmente Amazon cuenta con 40 categorías, muy lejos de la tienda de libros que comenzó siendo. Pero lo más importante de la evolución de Amazon es que en cada nuevo sector en el que ha entrado ha introducido novedades. Por ejemplo, Amazon ha sido una de las pocas páginas que ha puesto música gratis para descargar.

La principal revolución que ha traído Amazon ha sido el comercio electrónico y su forma de entenderlo haciendo un seguimiento constante de todo el proceso de compra. Tan pronto se realiza el pedido Amazon manda un correo con los datos, permite realizar el seguimiento de todo el envío del paquete y ha creado un proceso de pago sencillo pero seguro, que ofrece a los clientes confianza para realizar pagos por la red.

Amazon sigue los principios de la conveniencia y la tranquilidad de espíritu. Garantiza a los clientes la seguridad de sus compras. Fue el primer sitio que aceptó tarjetas de crédito por Internet (explicando con detalle su funcionamiento) y para los clientes que aún desconfían, ofrece correo electrónico o fax como método alternativo para brindar la información de su tarjeta de crédito.

Amazon tiene una serie de pasos bien definidos para la compra de productos que comienzan cuando un cliente pone un producto en su cesta de compra. Después de este paso el cliente pasa a introducir sus datos, luego el método de envío, el método de pago y finalmente se completa la transacción. En cualquiera de los pasos el cliente puede volver atrás sin perder la información que será recordada por Amazon hasta que el cliente quiera completar la transacción o hasta que la borre definitivamente.

Amazon se ha convertido en la principal empresa de comercio electrónico por méritos propios presentando en todo momento ideas novedosas y teniendo siempre en mente a sus clientes. Amazon ha sido copiada por numerosos rivales, pero ninguna ha conseguido alcanzar su nivel. Este nivel se debe a su continua inclusión de nuevas mejoras destinadas a que el usuario tenga una mejor experiencia. La empresa que nació en un garaje de Seattle se ha convertido en un gigante de la red que marca el camino del comercio del futuro.

Proceso de compra en Amazon


1.- Seleccione el artículo que desea comprar:

amazon.com Hello, Ximena C de Serrano. We have recommendations for you. (Not Ximena?) New: Kindle with Special Offers

Ximena's Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards Your Digital Items Your Account

Shop All Departments Cart Your Lists

Cell Phones & Accessories | All Electronics | Brands | Bestsellers | Phones with Service (AmazonWireless.com) | Replacement Phones | Unlocked Phones | Prepaid | Accessories | Mobile Apps | Deals



[Larger image and other views](#)



[See your own customer images](#)

BlackBerry Storm 9530 Unlocked GSM + Verizon World Phone with 3.15 Mega pixel Camera, Touchscreen (Refurbished)
by BlackBerry

★ ★ ★ ☆ ☆ (2 customer reviews) | Like (13)

List Price: ~~\$499.99~~
Price: **\$109.00**
You Save: \$390.99 (78%)

In Stock.
Ships from and sold by [The OEM Shop](#).

Only 14 left in stock--order soon.

6 new from \$109.00 | 4 used from \$87.43 | 1 refurbished from \$99.99

\$109.00 + Free Shipping

In Stock. Sold by **The OEM Shop**

Quantity:

Add to Cart

or

[Sign in](#) to turn on 1-Click ordering.

[Add to Wish List](#)

[Add to Shopping List](#)

More Buying Choices

Dealscally [Add to Cart](#)
\$109.00 + Free Shipping

The YRless Center [Add to Cart](#)
\$119.99 + \$4.99 shipping

Firemall I.L.C. [Add to Cart](#)
\$125.00 + \$4.99 shipping

11 used & new from \$87.43

2.- Revise las características del artículo que ofrece el producto como detalles técnicos y pesos para el envío.

Technical Details

- Built-in GPS - A-GPS function - BlackBerry maps - Document editor - Java -
- 3.15 MP, 2048x1536 pixels, autofocus, video, LED flash
- This Phone is Refurbished
- 2G Network GSM 850 / 900 / 1800 / 1900 3G Network HSDPA 2100 - CDMA2000 1x EV-DO
- Included in the Box is ONLY: Phone, Battery , Charger, USB cable, Manual
- Media player MP3/WMA/AAC+ - 3.5 mm audio output jack, Video player MPEG4/3gp/H.264/WMV -
- Organizer - Calculator - Voice dial - Built-in handsfree - Voice memo

> [See more technical details](#)

Product Details

Shipping Weight: 1 pounds ([View shipping rates and policies](#))

ASIN: B004QC8GNQ

Average Customer Review: ★★★★★ (2 customer reviews)

Amazon Bestsellers Rank: #173 in Cell Phones & Accessories ([See Top 100 in Cell Phones & Accessories](#))
#11 in [Cell Phones & Accessories](#) > [Unlocked Phones](#)

Discontinued by manufacturer: Yes

Would you like to [give feedback on images](#) or [tell us about a lower price?](#)

3.- Agregue el artículo a su carrito de compras que se encuentra en la parte superior derecha:

The screenshot shows the Amazon.com interface. At the top, the user is logged in as 'Ximena C de Serrano'. The search bar contains 'Cel Fones & Accessories'. The 'Add to Cart' button is circled in red, and a red arrow points to it from the text 'Carrito de Compras' on the right. The product listing for the BlackBerry Curve 8900 Javelin Unlocked Phone is visible, with a price of \$198.99. The 'Add to Cart' button is also visible in the product listing.

4.- Ingrese al portal con su email y clave, con la que debió registrarse:

amazon.com  SIGN IN SHIPPING & PAYMENT GIFT-WRAP PLACE ORDER

Sign In

Enter your e-mail address:

I am a new customer.
(You'll create a password later)

I am a returning customer,
and my password is:

[Sign in using our secure server](#)

[Forgot your password? Click here](#)

[Has your e-mail address changed since your last order?](#)

[Conditions of Use](#) [Privacy Notice](#) © 1996-2011, Amazon.com, Inc. or its affiliates

5.- Ingrese su dirección de entrega en Estados Unidos:

Or enter a new shipping address

Be sure to click "Ship to this address" when done.

Full Name:

Address Line1:
Street address, P.O. box, company name, c/o

Address Line2:
Apartment, suite, unit, building, floor, etc.

City:

State/Province/Region:

ZIP:

Country:

Phone Number:

[Ship to this address](#)

Address Accuracy

Make sure you get your stuff! If the address is not entered correctly, your package may be returned as undeliverable. You would then have to place a new order. Save time and avoid frustration by entering the address information in the appropriate boxes and double-checking for typos and other errors. Need help? Click for address tips:

- [General Address Tips](#)
- [APO/FPO Address Tips](#)

6.- Revise que esté correcta la dirección que ingreso:



Select a shipping address

Is the address you'd like to use displayed below? If so, click the corresponding "Ship to this address" button. Or you can [enter a new shipping address](#).

Address Book

Ship to this address

Cevallos Ximena EC#22

6910 NW 50TH ST

MIAMI, FL 33166-5632

United States

Phone: 305-592-1885


Edit

Delete

7.- Seleccione el canal de entrega desde la tienda hacia su Suite en Miami. Muchas tiendas ofrecen entrega sin costo o le permiten escoger el precio que desea pagar dependiendo del tiempo que tomará realizar dicha entrega:

→ C https://www.amazon.com/gp/buy/shipaddressselect/handlers/continue.html/ref=ox_shipping_address_ship_to_this_1#d=1

Esta página está en inglés ¿Quieres traducirla? Traducir No

amazon.com  [SIGN IN](#) [SHIPPING & PAYMENT](#) [GIFT-WRAP](#) [PLACE ORDER](#)

Choose your shipping options

Shipping Details: Cell Lounge Inc. ([Learn more](#))

Choose a shipping speed:

- Standard (3-5 business days)
- Two-Day Shipping (2 business days)
- Expedited (1-3 business days)
- One-Day Shipping (1 business day)

Item: Need to ([Change quantities or delete](#))?

Shipping to: Cevallos Ximena EC#30022, 6910 NW 50TH ST, MIAMI, FL, 33166-5632 United States

- **BlackBerry Curve 8900 Javelin Unlocked Phone with 3.2 MP Camera, GPS Navigation, Stereo Bluetooth, and MicroSD Slot--US Version with No Warranty (Black)**
\$198.99 - Quantity: 1 - In Stock.
 Condition: New
 Sold by: Cell Lounge Inc.

[Continue](#)

8.- Ingrese su tarjeta para realizar el pago


→ C https://www.amazon.com/gp/buy/shipaddressselect/handlers/continue.html/ref=ox_shipping_address_ship_to_this_1#d=1

sta página está en inglés ¿Quieres traducirla? Traducir No

amazon.com  [SIGN IN](#) [SHIPPING & PAYMENT](#) [GIFT-WRAP](#) [PLACE ORDER](#)

How would you like to pay?

[Sign up now](#) No Interest for 6 Months if paid in full within 6 months when you use the Amazon.com Store Card to make a purchase of \$149 or more. Interest will be charged to your account from the purchase date if the promotional balance is not paid in full within 6 months. Minimum monthly payments required. See details and restrictions.

Your credit and debit cards		Name on card	Expires on
<input checked="" type="radio"/>	 Visa ending in 0004	Ximena Cevallos	07/2015
<input type="radio"/>	 Visa ending in 9917	ximena de serrano	03/2014
<input type="radio"/>	 Diners Club ending in 1400	Ximena Cevallos	10/2013

[Continue](#)
(You can review this order before it's final.)

More payment options

  **Credit or Debit Cards**

Enter your card information:

Card number

Name on card

Expiration date

[Add your card](#)

SHOP WITH POINTS!
Remember, you can use Membership Rewards® points to pay for all or part of your purchase.

9.- Una vez realizado este proceso aparece una última pantalla para que usted revise y decida si realmente realizará la compra. Una vez que usted de clic en PLACE YOUR ORDER, la

compra quedará realizada, sin embargo si por alguna razón decide no realizarla puede suspender la misma.

The screenshot shows the Amazon.com checkout process. At the top, the Amazon logo is on the left, and navigation links for 'SIGN IN', 'SHIPPING & PAYMENT', 'GIFT-WRAP', and 'PLACE ORDER' are on the right. Below the navigation is a blue bar with the text 'Review the information below, then click "Place your order."' and a 'Place your order' button. The main content is divided into two columns: 'Shipping Details' and 'Order Summary'.

Shipping Details:

- Shipping to:** [Change](#)
- Cevallos Ximena EC#22
- 6910 NW 50TH ST
- MIAMI, FL 33166-5632
- United States
- Phone: 305-592-1885
- Shipping Method:** Standard (3-5 business days)
- Need to [Change quantities or delete?](#)
- Amazon will charge your credit or debit card for this part of your purchase when you place your order. The OEM Shop will ship your item in accordance with their estimate below.
- Estimated ship date for this item:** April 15, 2011 - April 18, 2011
- BlackBerry Storm 9530 Unlocked GSM + Verizon World Phone with 3.15 Mega pixel Camera, Touchscreen (Refurbished)**
- \$109.00 - Quantity: 1 - In Stock
- Condition: New
- Sold by: The OEM Shop

Order Summary:

Items:	\$109.00
Shipping & Handling:	\$0.00
Total Before Tax:	\$109.00
Estimated Tax To Be Collected:*	\$0.00
Order Total: \$109.00	

You got free shipping!

Do you have any gift cards or promotional claim codes? [\(Learn more\)](#)
Enter them below, one at a time:
 [Apply](#)

Payment Method:
[Change](#)
Visa : ***-9917
Exp: 03/2014

10.- Una vez realizada la compra Amazon.com enviará a su email el detalle y la factura.

1. A.8.b eBay.com



Es un sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet. Es uno de los pioneros en este tipo de transacciones, habiendo sido fundado en el año 1995. Desde 2002 eBay es propietario de **PayPal**.

EBay es una red de subastas por Internet, la mayor que existe por el momento y líder en este mercado. Cualquier persona puede registrarse en la página web de eBay y comprar o vender cualquiera de los artículos disponibles, agrupados en un sistema de categorías. En eBay se puede comercializar una amplia variedad de productos, el único requisito es ser un usuario registrado.

Las operaciones se realizan con 3 modalidades principales.

- **Subasta:** es la transacción más común en el sitio. El vendedor pone un precio de salida y una duración determinada para el anuncio y mientras dure ese período de tiempo, los compradores pujarán por ella. El pujador más alto se lleva el artículo, bajo las condiciones de entrega y devoluciones impuestas por el vendedor.
- **¡Cómpralo ya!:** el vendedor establece un precio fijo y, si el demandante está dispuesto a pagarlo, será suyo.
- **Anuncio clasificado:** venta de artículos bajo esta forma de anuncio, en el que se exponen las características del artículo en cuestión y su precio.

El vendedor puede establecer su propia política de pagos: PayPal, tarjeta de crédito, transferencia bancaria o contra reembolso en el momento de la recepción del pedido y así se hace constar en el anuncio, junto a la descripción del mismo y la foto, si procede. A cambio de publicar su anuncio, eBay cobra una comisión al oferente en caso de venta, en proporción al precio final de la venta.

A pesar de que últimamente se ha aumentado la seguridad y la protección al comprador (no hay portales 100% seguros) y adicional cualquier transacción en eBay es un trato en el que no interviene la empresa, por lo que el éxito de la compraventa depende de la buena fe de la otra parte. EBay realmente es un sistema de intermediación automático, en el que los usuarios

pueden calificar al otro usuario mediante un sistema de puntos positivos o negativos, dependiendo del éxito de la operación.

Sin embargo este sistema se ha demostrado a menudo fácilmente manipulable, por lo que en el pasado se han dado caso de estafas con vendedores asiáticos y productos de alta tecnología (televisores LCD a precios de ganga, etc.). Para evitar esto hay que fijarse en la forma de pago del producto que se compra, y si esa forma de pago dispone de la «protección al comprador» de eBay, que cubre hasta una cantidad en caso de fraude, aunque con unos gastos de 30€ por reclamación.

Historia EBay:

- EBay fue fundada en 1995 por Pierre Omidyar en San José, California; el primer artículo vendido fue un puntero láser inservible, por un precio de 14,83 dólares. Asombrado, Omidyar contactó con el ganador de la subasta con el fin de averiguar si, realmente, éste entendía lo que había comprado. La respuesta fue más asombrosa aún: «Me gusta coleccionar punteros láser inservibles».⁵

I.A.8.c Otros sitios en la Web

Existen otros sitios muy visitados y de gran demanda:

1.-Victoria Secret

VICTORIA'S SECRET

⁵ Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/EBay>

www.victoriasecret.com.- Tienda popular para venta de ropa de mujer, perfumes y accesorios.

2.-Old Navy y Gap



www.gap.com.- Tienda de ropa y calzado casual

3.-The Children Place



www.childrenplace.com .- Ropa Infantil y Calzado

4.- Wal-Mart



www.walmart.com .-Es un supermercado y tienda de departamentos de precio accesible y amplia variedad.

5.- Target



www.target.com

Es un supermercado y tienda de departamentos de precio accesible y amplia variedad.

6.-Forever 21

FOREVER21

www.forever21.com .-Tienda de ropa y accesorios de mujer.

7.-Toys R Us



www.toysrus.com.-Tienda de juguetes.

8.-eToys



www.etoys.com.-Tienda de juguetes

9.-6pm



www.6pm.com.- Tienda de ropa y calzado

10.-Cabelas



www.cabelas.com.- Tienda de artículos deportivos y de pesca.

11.-Disneystore



www.disneystore.com.-Tienda de ropa y juguetes

CONCLUSIÓN

En conclusión podemos indicar que el mercado de compras por Internet ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años, debido a la propagación de Internet en los hogares. En América Latina según estadísticas del año 2010 es Brasil el principal comprador por Internet con una participación en el mercado del 61% es decir 13.000 millones de dólares, seguido por Chile con 5% que corresponde a 1400 millones de dólares. Ecuador bordea el 1.07% con 325 millones de dólares, por tanto tenemos un mercado interesante que seguirá creciendo por las nuevas tendencias tecnológicas. Además los precios de economía de escala de Estados Unidos permiten a los ecuatorianos realizar compras de artículos en especiales y así obtener grandes ofertas que benefician su calidad de vida. La facilidad de comprar en una tienda y pasar a otra de forma inmediata, realizar las compras con un clic y recibirlas de forma fácil y segura, en la comodidad de su casa u oficina hará que cada día más y más ecuatorianos compren por Internet.

1. A.9 Objetivo general

Crear una empresa especializada en el transporte de mercaderías compradas a través del internet en los Estados Unidos para traerlas a Ecuador y entregarlas en la dirección del cliente a nivel nacional.

1. A.10 Objetivos específicos

1. A.10.a Corto plazo (dentro del 1er año de vida)

- Conseguir por lo menos 1000 clientes que transporten 14 libras cada uno al año.
- Desarrollar un proceso logístico que permita una ágil transportación. Desde Estados Unidos (Miami) a Ecuador.
- Desarrollar una plataforma de negocio electrónico confiable.
- Incorporar un sistema contable a la plataforma de negocio electrónico con lo cual se realizará una facturación rápida, un control efectivo de cuentas por cobrar y así contar con información oportuna para la toma de decisiones.

1. A.10.b Mediano Plazo (del 2do al 5to año)

- Conseguir un rendimiento neto del 25% sobre la inversión por año.
- Adquirir 1 camión de reparto.
- Integrar el reparto de la ciudad de Quito a la operación de la empresa.
- Llegar al punto de equilibrio que es 17.134 Libras (USD 102.805.70).

1. A.10.c Largo plazo (a partir del 5to año)

- Integrar a la operación de la empresa a la logística en Estados Unidos.
- Realizar alianzas estratégicas con operadores de tarjetas de crédito para conseguir que sus tarjetahabientes se registren en nuestro portal y usen el servicio.

1. A.11 Justificación del objetivo

Las compañías en todo el mundo miran al e-commerce como una nueva alternativa para expandir sus mercados a niveles globales, donde las oportunidades son mayores que los limitados espacios generados en las comunidades donde se desarrollan sus actividades. Esto se refleja en el vertiginoso crecimiento de los sitios comerciales, que a su vez beneficia a los consumidores con valores de economía de escala y se elimina los intermediarios para reducir precios de compra.

Las leyes ecuatorianas brindan estímulos para las compras de hasta 8 lbs. y USD \$400 como beneficio a los consumidores finales, lo que ha generado un importante crecimiento de las compras por internet. A pesar de las nuevas restricciones y cupos hacia celulares y televisiones, aún la compra directa para personas naturales es beneficiosa, pues el costo final es notablemente menor.

Por tanto, los compradores necesitan una transportación ágil, oportuna y confiable.

1. A.12 Metodología

Para la elaboración de la presente monografía, se empleará los siguientes métodos:

- 1. Método Histórico:** Se lo aplicará en la medida de conocer los antecedentes históricos del comercio electrónico internacional y en el Ecuador, en sentido prospectivo hasta la actualidad.

- 2. Método analítico-sintético:** Los diferentes componentes que posee el presente trabajo nos lleva necesariamente a tomar las partes del todo, para luego generalizar y sintetizar.
- 3. Método Estadístico:** Por ser un análisis de carácter internacional se tomará la información en cuanto a estadísticas de diversos países, lo que permite hacer proyecciones y cálculos del mercado potencial, así como fijar metas y objetivos cuantificables.

CAPITULO II

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

II.A Análisis de variables del Entorno Externo

II.A.1 Económicas

Distribución de la riqueza: El Ecuador es considerado aún como uno de los países de mayor pobreza y desigualdad en América Latina, con problemas graves en la actual sociedad y tendencias mundiales, como son los avances en tecnología y conocimiento; con un índice de desarrollo humano de 0,720⁶ que coloca al país en la posición 83 de un análisis comparativo de 187 países. Se puede evidenciar que el Ecuador muestra pronunciadas brechas en lo que respecta a bienestar (salud, educación e ingresos) y en las oportunidades de vida que continúan dividiendo nuestro mundo interconectado.

Actualmente El PIB del Ecuador es de 57978.00 millones de dólares⁷, manteniendo una tendencia creciente durante los últimos dos años, la variación del PIB se ha incrementado 2,64% para finales del 2010, lo cual resultaría ser alentador desde el punto de vista de crecimiento económico, no obstante, para establecer un criterio más real en cuanto al bienestar se ha pretendido establecer un comparativo con el índice de desarrollo humano tomando en cuenta que el presente plan va dirigido a ciertos estratos de la población que cumplen un perfil específico en cuanto escolaridad, ingresos y recursos.

⁶ Informe sobre desarrollo humano 2011. <http://www.hdrstats.undp.org>
⁷ Indicadores BCE. <http://www.bce.fin.ec>

Los niveles de pobreza según informes de la CEPAL aumentaron de un 39% a un 40,2% para finales del 2010⁸, sin embargo, un factor alentador es la disminución del analfabetismo el mismo que se ha mitigado gracias a las políticas de gobierno que se han implementado a lo largo de los últimos años, actualmente el promedio nacional de analfabetismo está en el 6,8% mientras que en el 2006 el promedio era de 9%, sin embargo, continua siendo un desafío para el Ecuador la erradicación de analfabetismo digital el cual está en el 29,4%, este porcentaje incluye a las personas que no tienen conocimientos básicos del manejo de tecnologías como son las computadoras e Internet.

Inflación: Los niveles de inflación suelen presionar a la baja sobre el margen de las empresas, sobre el poder adquisitivo de las personas y sobre las expectativas de las empresas en sus proyectos de inversión, las cifras publicadas en el BCE indican que para octubre del 2011 este indicador fue de 5,50%, se ha mantenido una tendencia creciente a lo largo del último año mientras que la canasta básica se ubicó en 559,41 dólares en relación al ingreso familiar actual de 492,80 dólares; cabe mencionar que la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones, transportes, prendas de vestir y calzado.

Salarios y empleo: La crisis tuvo un efecto adverso serio sobre los mercados laborales, dramáticamente la tasa mundial de desempleo aumentó de un 5,7 por ciento de la fuerza laboral en 2007 a un 6,4 por ciento en 2009.⁹ Esto representa un aumento de casi 29 millones de personas, si bien el desempleo aumentó principalmente en las economías avanzadas, el impacto de la crisis en países en vías de desarrollo, de ingresos bajos y medianos (por lo general con sistemas de protección social más frágiles) se puede ver en un deterioro de la calidad del empleo y en una transición hacia formas de empleo más vulnerables.

⁸ Estadísticas sociales. <http://www.eclac.org>

⁹ Organización Internacional del Trabajo. Informe mundial sobre salarios 2010/2011.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) hizo público en su informe trimestral a Marzo del 2010 sobre el desempleo en Ecuador, de acuerdo a las cifras, hay 418.706 ecuatorianos desempleados, lo que equivale al 9.1% de los 4.6 millones de personas que integran a la Población Económicamente Activa (PEA) en un país cuya población total es de 14 millones. Para septiembre de 2011 el país mantiene una tasa de ocupación total de 94.5% la más alta registrada desde el año 2007, mientras que la tasa de subocupación al mes de septiembre 2011 disminuyó 3.9 puntos porcentuales con respecto a septiembre de 2010, para ubicarse en 45.7%.

En el entorno actual la mayor parte de las empresas consideran tres criterios para establecer el incremento en las remuneraciones: inflación, capacidad de pago y las políticas internas de la empresa. El nivel de salarios tiene su incidencia directa en el poder adquisitivo de las personas, el salario básico establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales en Ecuador es de 292,00 dólares, éste salario comprende jornadas de 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas.

Financiamiento y tasas de interés: El acceso al crédito es un factor determinante al momento de la constitución de cualquier compañía, el acceso a fuentes de financiamiento y las tasas de interés afectan las expectativas de los empresarios. Desde septiembre 2007 hasta octubre 2008, el Gobierno Nacional implementó una política de reducción de tasas activas máximas, a partir de esta fecha las tasas se han mantenido estables a excepción de los

segmentos de consumo 16.30%; microcrédito minorista 30.50%, microcrédito de acumulación simple 27.50% y microcrédito acumulación ampliada 25.50%.¹⁰

Para los segmentos productivos las tasas de interés máximas se han fijado en este año de la siguiente manera: productivo corporativo 9.33%, productivo empresarial 10,21% y productivo PYMES 11.83%.¹¹

El sistema financiero ecuatoriano posee además de las entidades privadas sujetas al control de la Superintendencia de Bancos, otras instituciones destinadas a la colocación de créditos para la empresa y microempresa, el Banco Nacional de Fomento, la Corporación Financiera Nacional y el Banco del Estado. La tasa de interés máxima a Diciembre del 2011 para el sector corporativo es de 9.33% como lo dispuesto por el BCE, no obstante, estas instituciones actúan como Bancos de Desarrollo del sector público destinado a servir al aparato productivo de la micro, pequeña, mediana, y gran empresa y establece tasas de interés menores o preferenciales para el sector productivo.

Tributos: El presente año tuvo cambios en lo que respecta a la captación de tributos por parte del Estado, la nueva reforma tributaria incluyó la medida de que el Impuesto a la Salida de Divisas pasaría del 2% al 5%, esta afirmación provocó que varios sectores de la economía se

¹⁰ **Microcrédito minorista:** En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean inferiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito sean menores o iguales a USD 3.000.

Microcrédito minorista acumulación simple: En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean inferiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito superen los USD 3.000 hasta USD 10.000.

Microcrédito acumulación ampliada: En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean inferiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito superen los USD 10.000.

¹¹ **Productivo corporativo:** En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito superen a USD 1 millón.

Productivo empresarial: En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito sean superiores a USD 200 mil y menores a USD 1 millón.

Productivo PYMES: En este grupo constan las empresas cuyas ventas anuales sean iguales o superiores a USD 100 mil y las operaciones de crédito sean menores o iguales a USD 200 mil otorgadas a personas naturales o jurídicas que cumplan con los parámetros de definición de créditos productivos.

muestren preocupados porque se asumía que el incremento del impuesto afectaría de manera directa a la producción. La polémica se generó cuando los empresarios respaldaron su posición argumentando que el gobierno busca de esta manera solventar su gasto fiscal, el mismo que ha mostrado una tendencia expansiva a lo largo del último mandato presidencial.

El Impuesto a la salida de divisas ISD, es el impuesto que se carga sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de las instituciones que integran el sistema financiero. La tarifa del Impuesto a la Salida de Divisas es del 5% y debe ser pagado por todas las personas naturales, sucesiones indivisas, y sociedades privadas, nacionales y extranjeras. Las Instituciones Financieras (IFI'S) son los agentes de retención del impuesto cuando transfieren divisas al exterior por disposición de sus clientes. El Banco Central del Ecuador (BCE) se constituye en agente de retención del impuesto cuando se efectúa transferencias al exterior por orden y a cuenta de las IFI's. Por su lado las empresas de Courier que envíen divisas al exterior se constituyen en agentes de percepción cuando remitan dinero al exterior por orden de sus clientes.

El Impuesto a la Salida de Divisas grava el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de las instituciones del sistema Financiero; o, sobre el valor de los pagos efectuados desde cuentas del exterior por cualquier concepto. Los agentes de retención y los agentes de percepción deben receiptar de sus clientes, al momento que estos soliciten la transferencia al exterior de divisas gravadas con este impuesto, el formulario de "Declaración informativa de transacciones sujetas al Impuesto a la Salida de Divisas mediante instituciones financieras o Courier".

Vale recalcar que cuando se envíen paquetes, encomiendas o sobres cerrados por medio de Courier, empresas de mensajería expresa o correos rápidos, éstas deberán receiptar de sus

clientes una declaración en la que se indique que no se están enviando divisas al exterior, esta declaración informativa del Impuesto a la Salida de Divisas debe ser presentada de manera obligatoria cuando se envíen sobres, paquetes y/o encomiendas al exterior. La aplicación de esta medida tributaria en el Ecuador, genera en cierta medida incertidumbre para los empresarios, lo que genera un cambio en las expectativas de inversión futuras y producción, para el Estado la aplicación de esta nueva medida tendrá como resultado una captación por concepto del ISD algo más de \$384 millones para el 2011¹², mientras que para el 2010 este tributo alcanzó los \$232 millones.

Crisis internacional: Durante el período 1997-2001 el alto crecimiento e innovación en los sectores de la “nueva economía” que incluye las compañías de software, internet y las recientes empresas punto.com¹³; generó una corriente económica especulativa que desató escepticismo entre los inversionistas sobre el valor real de muchas empresas, lo que provocó el pánico ante la urgencia de comprar y vender acciones antes de que los precios se desplomen; “El cambio de las expectativas sobre la nueva economía y la baja resultante en el precio de las acciones, contribuyó al lento crecimiento en el período 2000- 2002, la inversión en equipo de procesamiento de información bajó 10%, y la inversión en computadoras bajó el doble” (Samuelson y Nordhaus, 2010:441)¹⁴.

El problema de la crisis económica mundial desatada desde el 2007 ha influenciado negativamente en casi todos los sectores de la economía mundial, para el sector de transporte

¹² Servicio de Rentas Internas. Impuesto a la salida de divisas. <http://www.sri.gov.ec>

¹³ Son compañías que se promovían a sí mismas en el negocio del Internet durante el auge del e-business (consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas). Gracias al exceso de financiamiento mediante capital de riesgo que existió en el período 1995 al 2000 muchas de estas empresas, que eran únicamente planes de negocios, vieron incrementar sus ganancias por la oferta pública de acciones en la bolsa.

¹⁴ Samuelson, Paul y Nordhaus, William (2010) Economía con aplicaciones a Latinoamérica. (19ª ed.) México: McGraw-Hill.

y paquetería no ha sido la excepción debido al descenso del consumo y la demanda estructural, es decir, existe una mayor oferta que demanda; como resultado de este entorno económico se ha desatado de la misma manera una ardua guerra de precios, muchas empresas se han visto en la obligación de abaratar tarifas sin tener una previsión de costes; por otro lado, el acceso al financiamiento se mantiene limitado y las posibilidades de financiación siguen siendo muy escasas, por lo que la situación es propicia para que sobrevivan las empresas que han logrado obtener una muy buena estructura de costes y una buena estructura financiera.

Durante la crisis mundial y enfrentándose a un servicio donde el factor determinante es la rapidez y seguridad de las entregas, las empresas de transporte han tenido que optar por mantener los niveles de calidad para no perder clientes, por tanto, el desafío para las nuevas empresas de este sector está en las oportunidades para el transporte urgente y la paquetería, como el crecimiento de las actividades emergentes, el comercio electrónico y las nuevas actividades logísticas.

II.A.2 Sociales

Estratificación socioeconómica: El 49% de la población ecuatoriana corresponde a la “clase media” según el último estudio que realizó el INEC en el Censo de Población y Vivienda año 2010, lo importante de este estudio es que el análisis de las variables se basó en parámetros como el nivel de instrucción y la posesión de objetos y servicios. Los resultados del estudio en mención arrojan los siguientes resultados:

El 13% de la población a nivel nacional se ubica en el nivel socioeconómico A, este grupo trata de personas que tienen seguro, poseen lavadora de ropa, más de dos televisores, por lo

menos un automóvil, televisión por cable y computadora, además de que sus jefes de hogar son universitarios o postgradistas. En el nivel B, una “clase media alta” se ubica en el 23% de la población; esta tiene una menor posesión de un automóvil que el estrato A, tiene computadora, seguro y una televisión a color, asalariado y con educación media y universitaria; vale recalcar que Cuenca es la ciudad con más personas ubicadas en el nivel A (62%), esto se debe al impacto de las remesas enviadas por los migrantes.

Delincuencia informática: La proliferación de los delitos informáticos ha hecho que la sociedad sea cada vez más escéptica a la utilización de tecnologías de la información, este hecho podría obstaculizar el desarrollo de nuevas formas de hacer negocios, como es el caso del comercio electrónico el cual puede verse afectado por la falta de apoyo de la sociedad en general. El estrato de la población más vulnerable ante estos nuevos mecanismos de delincuencia son aquellas personas que no poseen los conocimientos informáticos básicos, (por lo general personas de escasos recursos económicos), las mismas pueden ser engañadas si en un momento dado poseen acceso a recursos tecnológicos y no han sido asesoradas adecuadamente para la utilización de tecnologías como la Internet, correo electrónico, etc.

El panorama en Ecuador en cuanto a los delitos informáticos ha estado latente en los últimos años, casos como pornografía infantil, suplantación de identidad, clonación de tarjetas, entre otros, han sido motivo de preocupación para las autoridades, por tanto, se han ejecutado leyes que buscan contrarrestar el impacto de esta nueva modalidad de delincuencia como la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley de Comercio Electrónico, Ley de Propiedad Intelectual y Ley Especial de Telecomunicaciones. Las infracciones informáticas varían de acuerdo al nivel de gravedad y existen represiones que van desde 6 meses a 6 años para los infractores, así como multas que van desde \$500 hasta \$10.000.

Según un estudio realizado por GMS los delitos informáticos en el Ecuador se incrementaron en 360% entre 2009 y 2010¹⁵, dejando una pérdida aproximada de \$1 millón a los usuarios de la banca electrónica; mediante estos antecedentes se puede llegar a concluir la importancia de conseguir una prevención efectiva de la criminalidad informática a través de la divulgación de las posibles conductas ilícitas y las potenciales víctimas, así como también la importancia de estimular la denuncia de los delitos con el fin de fomentar y promover la confianza por parte de la población para la utilización de estas plataformas virtuales que a su vez estén garantizadas por el marco legal del Estado.

Migración: Altos niveles de migración pueden causar problemas tales como el aumento del desempleo y posibles conflictos étnicos (si las personas están llegando a un país) o una reducción en la fuerza laboral, quizás en sectores clave (si las personas dejan un país). Entre los años 1996 y 2000 la inestabilidad política y económica del país impulsaron a que décima parte de la población optara por la emigración, principalmente hacia España, Italia y Estados Unidos. La dolarización afectó directamente a la clase más desposeída de la sociedad, provocando el crecimiento de los niveles de pobreza e indigencia en el país y disminuyendo a niveles mínimos su poder adquisitivo, además se presentaron una serie de fenómenos económicos que contrajeron la economía a nivel nacional, incrementando el desempleo en el país, ocasionando que el ingreso familiar no pueda cubrir ni la canasta básica.

Vale enfatizar que en enero de 2007, el Gobierno nacional creó la Secretaria Nacional del Migrante (Senami), encargada de definir la política pública sobre movilidad humana (migración, emigración, inmigración, refugio, etc.), cuyas líneas se registraron en la Constitución de 2008. Ecuador desarrolló entonces importantes temas de movilidad humana, entre los que se incluyeron varios principios de la Declaración de Derechos Humanos que

¹⁵ El Hoy Diario de Negocios. Ed.22 de marzo del 2011.

habían estado soslayados. Asimismo, se creó la Red Social Virtual de las Personas Migrantes y está realizando la primera ley de movilidad universal.

Por otra parte, el Ecuador también recibe a miles de personas que provienen mayoritariamente de países vecinos, especialmente de Colombia, que aún enfrenta muchos problemas con la guerrilla existente en ese país; y Perú, que cuenta con una moneda propia cuyo cambio es muy inferior al de la moneda ecuatoriana. Se estima que más de medio millón de colombianos vive en el Ecuador y cerca de 200.000 son peruanos; otras migraciones notables se dieron con los chinos, cubanos, estadounidenses, entre otros desde el 2009.

La tasa de migración neta que indica la contribución de la migración a nivel total de cambios demográficos se ubica en -0.66^{16} para el 2010, por lo que hubo un cambio porcentual de -18.52 en comparación al 2009 cuyo índice era de -0.81 . Estas cifras nos indican que cierta parte de la población emigrante ha retornado al Ecuador, en gran medida por los programas adoptados por el Estado para incentivar el retorno de los emigrantes y por la crisis económica mundial que ha ocasionado desempleo generalizado por el mundo entero, lo que ha impulsado el retorno de emigrantes que se encontraban en situación de desempleo y subempleo.

II.A.3 Legales

Sistema de pagos: El Banco Central del Ecuador es la institución encargada de asegurar, garantizar y supervisar el cumplimiento de la política financiera a través del sistema de pagos, mediante el cual ejecuta la compensación y liquidación de las operaciones ordenadas por las entidades públicas e instituciones financieras, garantizando el equilibrio monetario,

¹⁶ Ecuador tasa de migración neta. <http://www.indexmundi.com>

fiscal y financiero. La normativa está diseñada para regular las operaciones y funcionamiento de los sistemas que administra directamente el BCE, esta normativa legal incluye:

- La Constitución de la República del Ecuador,
- La Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado,
- Ley para la Transformación Económica del Ecuador,
- Ley General de Instituciones del Sistema Financiero (LGISF) y sus reformas,
- Reforma a la Ley del Mercado de Valores,
- La Codificación de Regulaciones del Banco Central del Ecuador, que norma y establece las responsabilidades en el orden operativo administrativo del sistema nacional de pagos.
- Resoluciones emitidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que regulan las operaciones del sistema financiero.
- Ley de Cheques y su Reglamento (RO. 898: 26-sep-75), que regula la operación y utilización del cheque.

Autoridades de regulación, supervisión y vigilancia:

- **Banco Central del Ecuador:** El nuevo estatuto del BCE mantiene el objetivo de promover y coadyuvar a la estabilidad económica del país, dar seguimiento al programa macroeconómico, contribuir al desarrollo de la nación y ejecutar el régimen monetario de la República, lo que implica administrar el sistema de pagos, invertir la reserva de libre disponibilidad, actuar como depositario de los fondos públicos y como agente fiscal y financiero del Estado.

- **Superintendencia de Bancos y Seguros:** La Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) es un organismo técnico y autónomo que tiene a su cargo la vigilancia y el control de las instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros y de todas aquellas que especifican la Constitución y la Ley.

- **Defensoría del cliente de Servicios Financieros:** En Ecuador hay una Ley de Defensa del Consumidor que es vigilada por un organismo público denominado Defensor del Pueblo. Dicha Ley estipula que el Congreso Nacional informará con anticipación a las asociaciones de proveedores de bienes y servicios sobre los proyectos de ley que afecten al consumidor o que incidan en las relaciones entre proveedores y consumidores.

- **Superintendencia de compañías:** La Ley de Compañías establece el tipo de compañías que se pueden formar en el país, está a cargo de vigilar y controlar la organización, actividades y funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la misma.

- **Unidad de Inteligencia Financiera:** La Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) es una dependencia del Consejo Nacional Contra el Lavado de Activos y se encarga de prevenir y detectar casos potencialmente relacionados con el delito de lavado de activos. Dicho organismo contribuye en forma eficaz, técnica y oportuna a erradicar el lavado de activos, sobre la base del análisis que efectúa y de reportes que entrega al Ministerio Público.

II.A.4 Tecnológicas

Nivel de desarrollo local: Las tecnologías de la información y la comunicación se están difundiendo rápidamente, dado que estas juegan un papel de inductores o difusores de las nuevas tecnologías los datos muestran que las tecnologías celulares, el Internet y el comercio electrónico han tenido un crecimiento impresionante en los últimos años. El Ecuador ocupa el

puesto 107 del ranking mundial de desarrollo tecnológico según un estudio realizado por el Foro Económico Mundial, el mismo se realizó a 127 países durante el período 2007-2008. El análisis de este estudio se centraba en la medición del entorno de los países en sus negocios, infraestructura, políticas y regulaciones, necesarios para desarrollar y asimilar tecnologías, así como la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos con el mismo propósito.

En esta era de enorme creatividad tecnológica y científica, los criterios usados por el Foro Económico Mundial nos indican hasta qué punto el Ecuador está atascado en materia de desarrollo tecnológico; la inversión en investigación, desarrollo y software en el Ecuador representa el 4,7% del PIB¹⁷, esto nos permite afirmar que el Ecuador se encuentra ligado aún a su modelo primario-exportador, es decir, un modelo de desarrollo basado en recursos naturales, más no ha sacado provecho sobre una competitividad basada en el conocimiento y el talento humano.

Acceso a tecnologías: En la actualidad 7 de cada 10 ecuatorianos usan el internet regularmente para diversos fines: desde correos electrónicos, comercio electrónico, prácticas laborales, ocio, educación, información, entre otros. Se calcula que con la reducción y ampliación de accesibilidad que se ha dado en los últimos años, el 65% de los hogares posee internet. La fibra óptica, de mucha ayuda desde el 2010 cubre las 24 provincias del país y el auge de la conexión wi-fi mayormente por entidades públicas, junto con casi la totalidad de unidades educativas básicas y todas las universidades, forman una sociedad cada vez más ligada al ciber espacio teniendo un gran abanico de proveedores del servicio, tanto público como privado y cada vez más creciente.

Por otra parte, se determinó que en la actualidad existen más líneas de telefonía celular que habitantes en Ecuador, fenómeno que se aclara por los usuarios que optaron por tener dos

¹⁷ Banco Mundial. <http://datos.bancomundial.org>

líneas en su poder de diferentes operadoras para reducción de costos en llamadas y mensajes, por la descontrolada venta de líneas que la mayoría dejaron de ser utilizadas y no han sido retiradas en su habilitación, así como otras; en la actualidad tratan mediante políticas de estado, reestructurarlas, registrarlas por usuario, entre otras. Fuera de ello se determina que cada ecuatoriano por lo general posee celular a partir de los 14 años muy allá muchas veces de su estatus económico, tomando en cuenta ciertas excepciones y la menor presencia que obviamente se da en el sector rural frente al urbano.

II.A.5 Culturales

Nivel educativo: El gasto público en educación como porcentaje del PIB es de 2.6%, teniendo en cuenta que mayores niveles de educación reducen la posibilidad de desempleo en las personas, se puede evidenciar que la inversión que realiza el Estado en educación es relativamente baja. Por tanto, la mayor proporción de desempleados, al tomar en cuenta los niveles de instrucción, la experimentan personas que no tiene ningún tipo de instrucción educativa, es decir el 49,96%¹⁸ de personas que no poseen ningún nivel de instrucción está desempleado, la tendencia en los otros niveles tiende a reducirse conforme avanza la formación de las personas. No obstante, una tendencia diferente se presenta con la educación superior, los estudios superiores no universitarios tienen un 20.79% de personas que no se emplean, en tanto que las personas con educación superior tienen un porcentaje más alto de desocupación de 25.61%. Por su parte, las personas con estudios de postgrado tienen una proporción de desempleo de un 7.53%.

Entre las políticas de gobierno se encuentran los programas destinados a la inserción laboral de personas con capacidades especiales, para lo cual mediante una reforma al Código de

¹⁸ Estadísticas INEC. <http://www.inec.gov.ec>

Trabajo, se exigió hace cuatro años que las empresas adquirieran personal con habilidades especiales hasta el 4% de su plantilla laboral. No obstante, el hecho de que haya muchas personas con discapacidad sin bachillerato, incluso analfabetas, representa un gran obstáculo entre quienes aspiran tener un empleo.

Los datos proporcionados por la Vicepresidencia del Ecuador, muestran que La región con más personas con discapacidad con instrucción educativa básica es la Sierra que cuenta con el 31% de la población, le sigue la Amazonía y la Costa con el 29% y 28%, respectivamente, el área insular está al final con el 12%. En cuanto a bachillerato, el 25% de discapacitados ha demostrado haber terminado esta etapa en promedio a nivel nacional. En este caso la región Insular acapara el mayor porcentaje con el 40%, luego está la Amazonía con el 29%, la Sierra con 27% y la Costa con el 24%. Las personas con discapacidad con formación técnica superior, en cambio, ocupan el 10% de su población, la Sierra es la región con más personas preparadas en esta rama. Finalmente los que han logrado obtener un título de cuarto nivel ocupan el 2%.¹⁹

Cultura informática: Las Tecnologías de la Información han sido conceptualizadas como la integración de la computación, las telecomunicaciones y la técnica para el procesamiento de datos, donde sus principales componentes son: el factor humano, los contenidos de la información, el equipamiento, la infraestructura, el software y los mecanismos de intercambio de información, los elementos de política y regulaciones, además de los recursos financieros.

En el Ecuador las nuevas tecnologías han sido un nuevo factor de desigualdad social debido a que las mismas están empezando a provocar una mayor separación y distancia cultural entre aquellos sectores de la población que tienen acceso a las mismas y quiénes no. Este fenómeno

¹⁹ Programas de la Vicepresidencia de la República del Ecuador. <http://www.vicepresidencia.gob.ec>

está generando un nuevo tipo de analfabetismo que consiste en la incapacidad para el acceso a la cultura vehiculada a través de nuevas tecnologías.

Por otro lado, la falta de cultura informática ha impedido de parte de la sociedad la lucha contra los delitos informáticos, por lo que el componente educacional es un factor clave en la minimización de esta problemática.

Comercio electrónico: El interés por el comercio electrónico en el Ecuador es bastante elevado entre los estratos medios-altos de la población, las alternativas encontradas hasta ahora han permitido negociar desde el Ecuador hasta extremos insospechados años antes, aunque se observa que las personas que acuden a este tipo de servicio siempre se mantienen con una relativa inseguridad jurídica y económica, tanto por los proveedores y tiendas de Internet, como por los aspectos relacionados con la logística.

Producto de esto, se creó un marco jurídico acorde con la realidad del comercio electrónico creciente en el país, la fundación de la Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico CORPECE ha impulsado el proyecto de Ley de Comercio Electrónico, Firma electrónica y Mensaje de datos, con la finalidad de enmarcar las diversas actividades jurídico-tecnológicas en los conceptos técnicos que se exponen y de esta manera proteger tanto al empresario como al usuario de estos servicios.

II.A.6 Políticas

Modelo de gobernabilidad: El pensamiento del gobierno acerca de la propiedad sobre los medios de producción y cuáles de ellos deben ser controlados por entidades públicas o por organizaciones privadas, influye directamente en las políticas que se adoptarán con el fin de favorecer la propiedad pública o a impulsar la empresa privada. En la actualidad tanto Ecuador como América Latina atraviesa un nuevo período histórico el mismo que inició

desde que el presidente venezolano Hugo Chávez ascendió al poder, el síntoma en general en esta región está marcada por una seria crisis del modelo de gobernabilidad política y económica que deriva del Consenso de Washington impuesto en la región durante la década de 1990.

La región de América Latina, para finales del 2005, estaba conformada en su mayoría por gobernantes de la “Nueva Izquierda Latinoamericana”, este modelo constituye la oposición al neoliberalismo, a las políticas del Fondo Monetario Internacional y a la hegemonía de Estados Unidos. En el caso de Ecuador, el gobierno actual de Rafael Correa se ha visto marcado por su discurso radical anti-neoliberal el cual ha despertado recelo en los organismos multilaterales de crédito y en instancias de poder económico de EEUU, Correa ha marcado una línea de mayor intervención del Estado la misma que se ha visto reflejada en políticas radicales como el incremento de los subsidios de “inversión social” y la oposición a la firma de un tratado de libre comercio con EEUU; las políticas ligadas a este modelo de gobernabilidades han implicado también, la organización comunitaria destinada a la obtención de beneficios compartidos y sociales centrados en la inclusión de todos los grupos de la sociedad, en especial de los más vulnerables.

Nivel de confianza en el gobierno: Ecuador se ha mostrado como un país de permanentes conflictos políticos, crisis económica, divisiones sectoriales, defensa de intereses particulares, entre otros, que no han permitido que se mejoren las calidades de empleo, y se reduzcan las tasas de las mismas. El funcionamiento de las empresas, por los posibles riesgos que se correrían por efecto de cambios inesperados en el sistema de gobierno, se ve afectado en la toma de sus decisiones y en sus expectativas de inversión.

El gobierno actual de Rafael Correa ha mantenido elevados niveles de aceptación a pesar de sus 4 años de gestión, un estudio realizado por la empresa Datanálisis durante el mes de

agosto del 2011, en cuanto a la aceptación a la labor del jefe de Estado, muestra que esta llega al 74.9%²⁰ después de 4 años de poder; por su lado el Vicepresidente de la República Lenin Moreno tiene una calificación favorable a su gestión del 93.9%.

En vista de estas cifras se puede llegar a concluir que se ha terminado una época de inestabilidades y de interinatos en el mando presidencial vividos en el Ecuador desde la caída de Abdalá Bucaram en 1997, el gobierno de Correa se ha convertido en el único de las últimas décadas que durante 4 años ha mantenido una aprobación promedio anual superior al 60%; su permanencia en el gobierno ha sido resultado también de su imagen y “personalidad intensa” que independientemente de su buena o mala gestión, cambió la distribución del poder, que a lo largo de 25 años giró alrededor de partidos políticos tradicionales, los cuales han perdido fuerza.

II.A.7 Demográficas

Estructura de la población: La población de la República del Ecuador al año 2011 asciende a 14.483.500 habitantes, con la más alta densidad poblacional de América del Sur, teniendo 56.5 habitantes por km².

Hombres: 6'830.674

Mujeres: 6'879.560

Según edad: 0-14 años: 34.9% (hombres 2'430.303; mujeres 2'351.166)

15-64 años: 60.6% (hombres 4'116.289; mujeres 4'198.667)

65 años y más: 4.5% (hombres 284,082; mujeres 329,727).

Edad media: 28.4 años. Hombres: 22 años. Mujeres: 23 años.

²⁰ Política Nacional. <http://www.radio.ecuadorinmediato.com>

Índice de Crecimiento Poblacional: 1.95% (2010)

Índice de Nacimientos: 24.94 nacimientos/1,000 población.

Índice de Defunciones: 5.29 defunciones/1,000 población.

Según datos publicados por el INEC sobre el censo de población y vivienda 2010, se mostró ciertas peculiaridades de la evolución del comportamiento del país y que refleja también una mejora y tendencia de comportamiento a tener una demografía propia de un país desarrollado. Entre algunas características, el acceso a tecnologías por sus habitantes llega a un considerable porcentaje y la tendencia de tener un menor número de hijos por pareja, así como también un mayor porcentaje de adultos mayores, y una población que en la actualidad, su mayoría está en edad de trabajar.

II.A.8 Educativas

Cobertura: La diferencia en los logros educativos de una población es una de las causas estructurales de la pobreza y la desigualdad, en el caso de Ecuador la Constitución garantiza a los niños diez años de educación básica completos, sin embargo, en el entorno actual han surgido varias barreras importantes para lograr este objetivo, especialmente en el área rural del país. Allí la infraestructura escolar ha sido diseñada para atender básicamente la educación primaria; los esfuerzos realizados mediante los programas de gobierno son limitados y de baja cobertura, a demás a esto se le debe agregar los problemas estructurales en la calidad de la enseñanza.

El Ecuador posee un índice de educación de 0,686 (informe sobre indicadores internacionales del desarrollo humano 2011) tomando en cuenta los años esperados de instrucción y el promedio de instrucción, este índice nos indica una tendencia de la situación actual del

entorno educativo en el Ecuador con respecto a otros países donde el gasto público en educación expresado como porcentaje del PIB es más alto, por ejemplo, en España el gasto público en educación expresado como porcentaje del PIB es de 4,3; mientras que el de Ecuador es de 1,3. Por tanto, estos indicadores nos muestran claramente la elevada brecha que existe en la importancia que se le da a la educación como política de Estado entre los países del resto del mundo y el Ecuador.

El entorno educativo a su vez representa un alto desafío para las empresas cuyo ámbito de acción se basa en las redes tecnológicas y el Internet, tomando en cuenta que el acceso a estas plataformas no está garantizado para toda la población del Ecuador por su nivel de instrucción, en la misma medida que están otras personas del resto de países donde el acceso a Internet está incluido dentro de programas del Estado; no obstante, la realidad actual muestra cierto avance en cuanto al uso de la Internet en Ecuador, ya que las cifras muestran que el uso de estas redes crecieron 15 puntos porcentuales pasando de 6,14% en 2006 al 21,14% en 2010²¹, esto se dio en gran medida por la inversión estatal de 400 millones de dólares para la implementación de redes para Internet y todos los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información.

Calidad: En un entorno globalizado como el actual, se privilegia la creación de empresas innovadoras, rentables y competitivas, que se establezcan en la nueva industria del conocimiento con un enfoque internacional y con una visión exportadora; para lograr esto la formación profesional y el talento humano constituye un factor determinante. El entorno actual en cuanto a la calidad de educación en Ecuador presenta varios problemas del sistema: la falta de presupuesto, calidad de los docentes y los bajos sueldos de los mismos. Por su parte la educación superior ha sido intervenida mediante la aplicación de nuevas leyes y

²¹ El Telégrafo. Ed. 02 de abril del 2011.

modelos educativos que buscan la creación de profesionales críticos, innovadores, flexibles, que sepan comunicarse bien, pensar por sí mismos en términos conceptuales, abstractos y prácticos.

Según los últimos datos arrojados por el INEC se revela que el 20,9% de la PEA, entre 18 y 25 años, no tienen empleo²², lo que indica que los jóvenes no tienen la oportunidad de insertarse inmediatamente en el mercado laboral después de culminar sus estudios, por tal motivo, la calidad de la educación en el país con visión a formar profesionales competitivos, innovadores y generadores de empleo, influye en el desempeño empresarial del Ecuador, ya que lo que se debería buscar es la generación de nuevos negocios que a su vez estimulen la economía y dinamicen los mercados lo cual es beneficioso para cualquier empresa que tenga como ámbito de acción la facilitación del comercio a escala internacional, en este caso particular para las empresas de transporte y Courier.

²² Estadísticas INEC. <http://www.inec.gov.ec>

CAPITULO III

ESTUDIO DEL MERCADO

III.A. Definición del mercado

Mercado.- Es un conjunto de personas que tienen una necesidad o deseo por un producto o servicio y que tienen la capacidad económica y legal de comprarlo.²³

El mercado de compras por Internet está integrado por:

- Hombres y mujeres entre 18 y 46 años.
- Estrato social medio, medio alto y alto.
- Económicamente activos.
- Que posean tarjeta de crédito internacional para poder realizar las compras.

El mercado total de tarjetas de crédito internacional en el país es de 1'194.284.²⁴ De las cuales el 50% pertenece a un mercado activo. Actualmente el mercado de compras por Internet representa un aproximado de 347.994 libras al año.²⁵

Nuestro mercado objetivo el primer año será 14.178 libras al año, que corresponde al 3% del mercado proyectado al año 1.

²³ Dirección de Marketing y Ventas, Cultural Ediciones, Edición 2002, pag.13

²⁴ http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=34&vp_tip=2#3).

²⁵ Según investigaciones propias de datos proporcionados por cada Courier.

III.B. Objetivos y metodología

Objetivo

El objetivo de la investigación de mercado será conocer el grado de conocimiento del comercio electrónico, de las compras por Internet, la aceptación a esta nueva modalidad y la predisposición para realizar este tipo de compras.

Metodología

En la investigación de mercado realizaré reuniones de grupo bajo el Método Delphiográfico, este método es una técnica de investigación grupal, elaborada por la Sociedad Delphi Consultores Internacionales, que es más flexible y versátil que otras técnicas de grupo y que permite recoger información cualitativa²⁶.

Esta técnica consiste en formar grupos de personas con similares características, pero que no se van a conocer puesto que cada uno contestará la encuesta desde su hogar u oficina. La información que se les solicite se hará llegar por email, y periódicamente cada individuo conocerá las respuestas del resto de los miembros, conociendo así las opiniones del grupo. Todo esto será realizado por un coordinador del grupo.

Las ventajas de este método son:

- Los participantes no se sienten inhibidos ante las opiniones de los demás miembros del grupo.
- No hay líderes de grupo que puedan mediatizar las respuestas.
- Los participantes tienen más tiempo para responder a las cuestiones planteadas.

²⁶ Dirección de Marketing y Ventas, Cultural Ediciones, Edición 2002, pag.112

- Se obtienen grupos más interesantes al poder unir a personas de diferentes culturas y diferentes regiones y que no chocarán al no estar juntos en el mismo sitio físicamente.
- Esta metodología se utiliza con frecuencia para realizar estudios de mercado de productos nuevos.

III.C. Análisis de la demanda

III.C. 1 Necesidades de los clientes

En el pasado las personas que querían adquirir artículos de Estados Unidos debían usar los siguientes canales:

1. Debían solicitar a sus familiares y amigos que les trajeran cosas que ellos deseaban en el retorno de sus viajes, esto incomodaba mucho a los familiares y limitaba las compras.
2. Podían utilizar Courier exprés que encarecía mucho la operación, ya que el costo del envío de estas empresas usualmente es mayor que el artículo comprado.
3. Utilizaban el correo regular que no ofrecía garantías.

En la actualidad las personas ya no tienen que viajar al exterior para realizar sus compras, ni pedir a familiares y amigos que les traigan cosas que desean. Ahora todos los ecuatorianos que desean comprar por internet pueden hacerlo de forma rápida y sencilla, tan simple como hacer un clic en su computadora y en 2 semanas como máximo recibirán los artículos comprados de forma fácil, simple, rápida y segura.

La economía de escala en los Estados Unidos permite que los clientes compren en especiales a precios muy rebajados, lo que facilita el comercio y mejora el estilo de vida de las personas,

quienes adquiere artículos de moda, electrónicos de última tecnología a precios accesibles, artículos que muchas veces demoran en venir al país y si los hay tienen precios muy elevados que impide el acceso de toda la población a ellos.

III.C. 2 Distribución geográfica del mercado de consumo

El Ecuador tiene 14'483.499 millones de habitantes según el último censo de población y vivienda del año 2010 del INEC, dividido de la siguiente manera:

Análisis población del Ecuador

País	Ciudad	Población total
Ecuador		14.483.499,00
	Guayaquil	2.350.915,00
	Quito	1.150.380,00
	Cuenca	505.585,00
	Otras provincias	10.476.619,00
	Cumbayá	31.463,00

Fuente:

http://www.inec.gov.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=57&lang=es

Las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca serán nuestro principal mercado objetivo, debido a que son las principales ciudades que hacen compras por internet.

III.C.3 Comportamiento histórico de la demanda

El crecimiento del comercio electrónico en la región ha tenido un incremento importante a pesar de la crisis financiera internacional. Esto debido a que responde a un cambio profundo en los hábitos con que las personas se relacionan con las empresas que les proveen servicios y productos.

Los avances también se dieron por el lado de la demanda, pues subió el número y disposición a hacer compras, a medida que las generaciones que se educaron con Internet, se suman al mundo laboral y pueden canalizar su poder de consumo electrónicamente.

Gasto en América Latina en Comercio Electrónico (En millones de dólares)

Año	Gasto
2006	\$ 7.542,50
2007	\$ 10.572,50
2008	\$ 15.645,00
2009	\$ 21.774,90
2010	\$ 27.597,90
2011	\$ 34.497,30
Total	\$ 117.630,10

Fuente: <http://www.ebanking.cl/tendencias/fuerza-comercio-electronico-america-latina-003718>

III.C. 4 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se la realizó tomando en cuenta el crecimiento promedio de la región que es del 35,81%.

PROYECCION DEMANDA

Oferentes	Libras anuales 2010	Crec. mercado 2011	Crec. mercado Año 1	Crec. mercado Año 2	Crec. mercado Año 3	Crec. mercado Año 4	Crec. mercado Año 5
Club Buzzon	50.000	67.905	92.222	125.246	170.097	231.009	313.733
Ultrabox	51.236	69.584	94.502	128.342	174.302	236.719	321.489
Club Correos	70.000	95.067	129.110	175.345	238.136	323.412	439.227
Siat Group	45.000	61.115	83.000	112.722	153.087	207.908	282.360
eshoex	40.000	54.324	73.777	100.197	136.078	184.807	250.987
Total	256.236	347.994	472.611	641.853	871.700	1.183.856	1.712.211

Fuente: Autor

III.C. 5 Resultados del análisis del estudio de mercado

La investigación cuantitativa se realizó en Cumbayá que tiene una población de 31.463 habitantes,²⁷ principalmente de clase media y media alta que es nuestro mercado objetivo.

La investigación estuvo basada en la ejecución de encuestas, mediante el método Delphigráfico.

Formato de la encuesta Anexo 1

La investigación se la realizó a:

- Grupo de hombres y mujeres,
- Edad entre entre 24 a 51 años,
- Estrato social medio y medio alto.
- Económicamente activos
- Viven o trabajan en Cumbayá
- En el mes de Diciembre
- La entrevista se realizó a 38 personas

La muestra se la calculó según la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia del evento.

q= Probabilidad de no ocurrencia (1-P)

d= Error de estimación (máximo error permisible por unidad)

N= Población total.

²⁷ Censo de Población y Vivienda año 2010

n=?

Z= 95%= 1,96

P= 0,5%

q=0,5%

d=5%

N=31.463

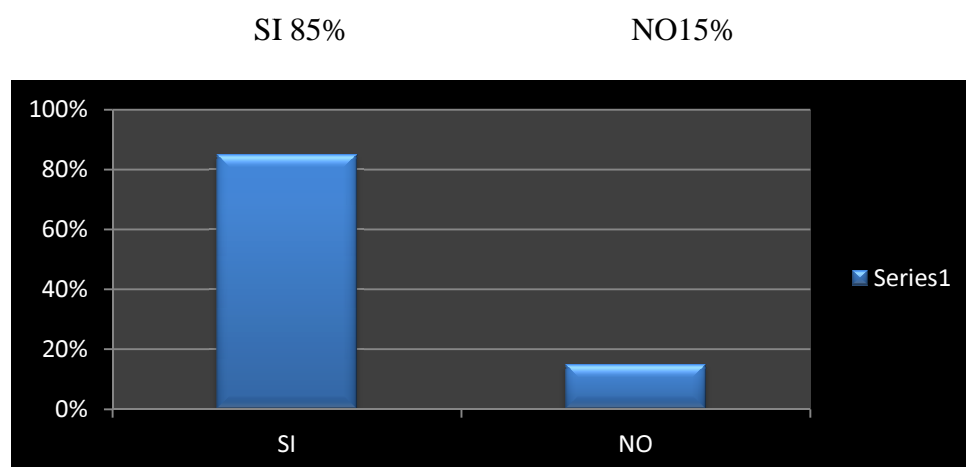
Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 31.463}{0,5(31.463-1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

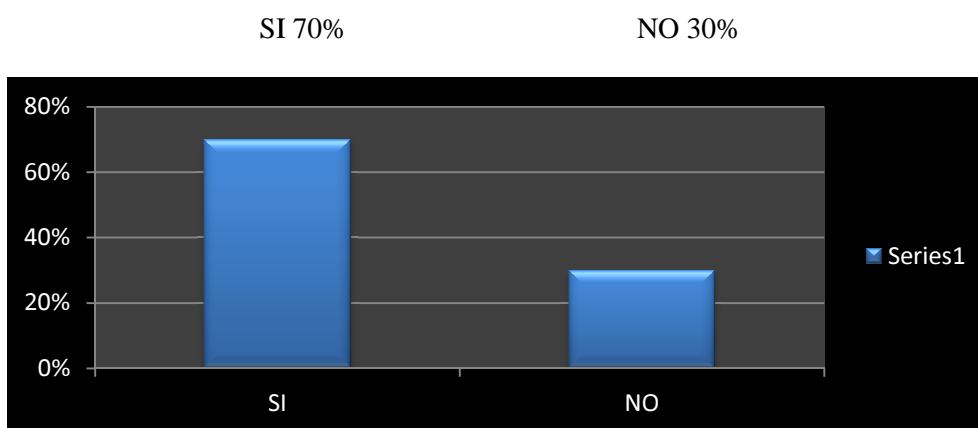
El cálculo nos da un total de 38 encuestas por realizar.

A continuación se presentan los resultados obtenidos para cada pregunta:

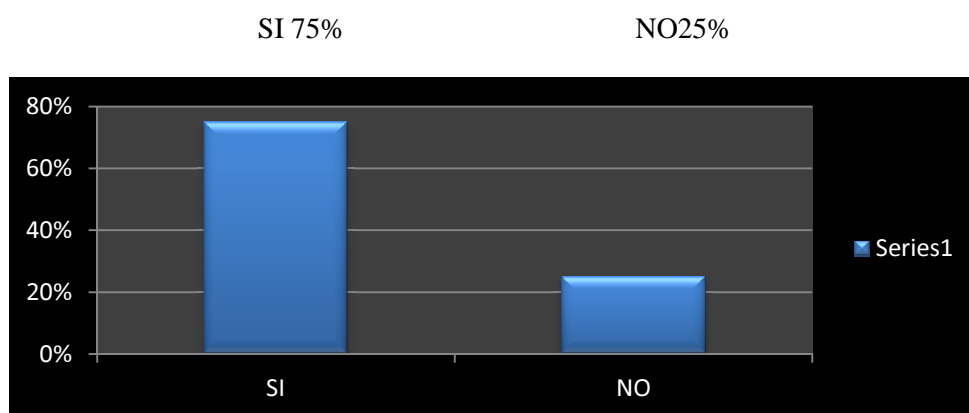
Pregunta No.1 **¿Conoce el sistema de compras por Internet?**



Pregunta No.2 **¿Posee una tarjeta de crédito internacional?**

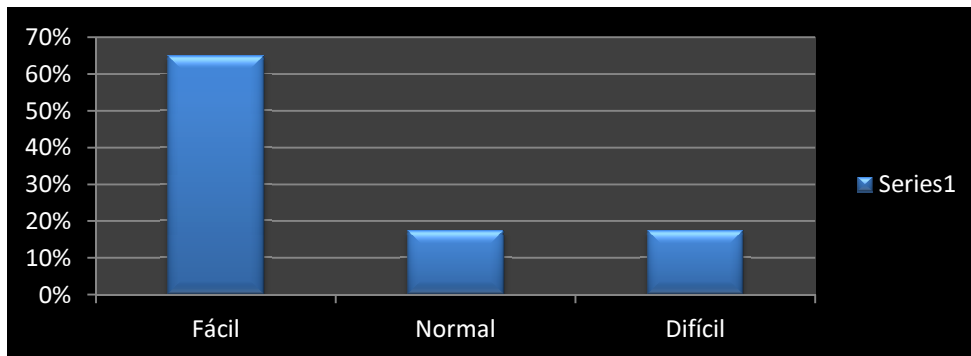


Pregunta No.3 **¿Ha realizado compras por Internet?**

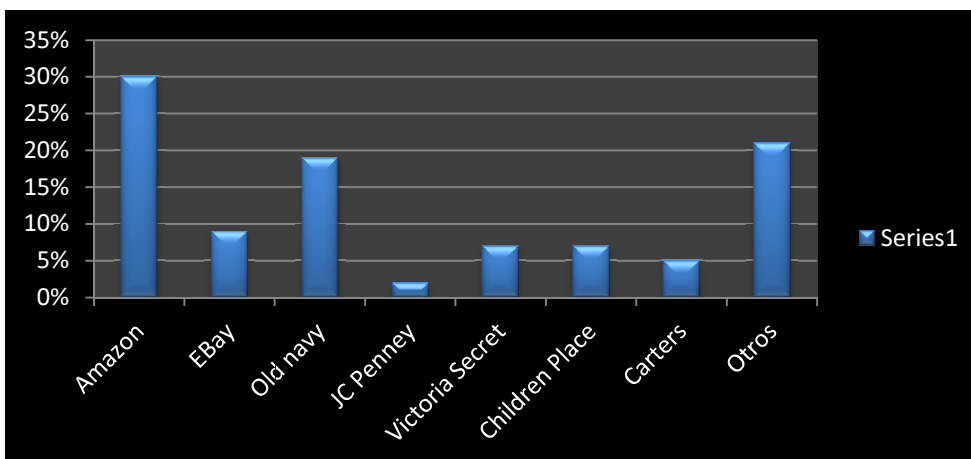


Pregunta No.4 Comprar por Internet le parece:

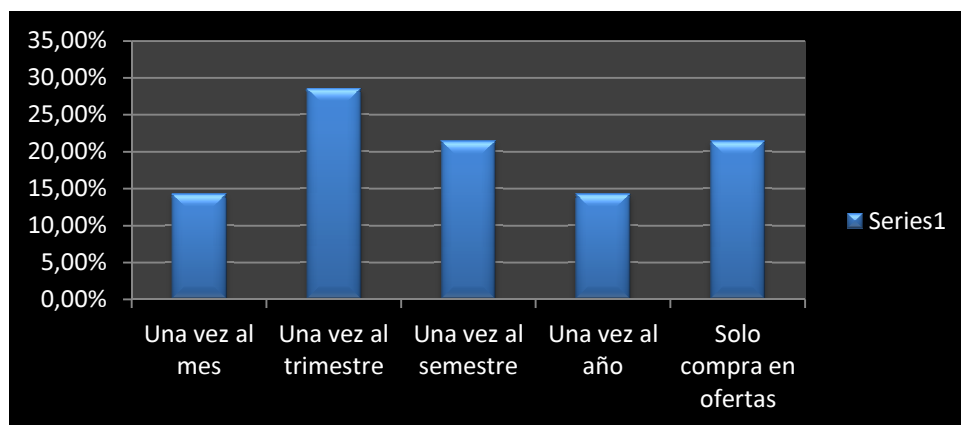
FÁCIL 65% NORMAL 17,5% DIFÍCIL 17,5%



Pregunta No.5.- ¿En qué portales ha realizado compras?



Pregunta No.6 Con qué frecuencia compra por Internet?

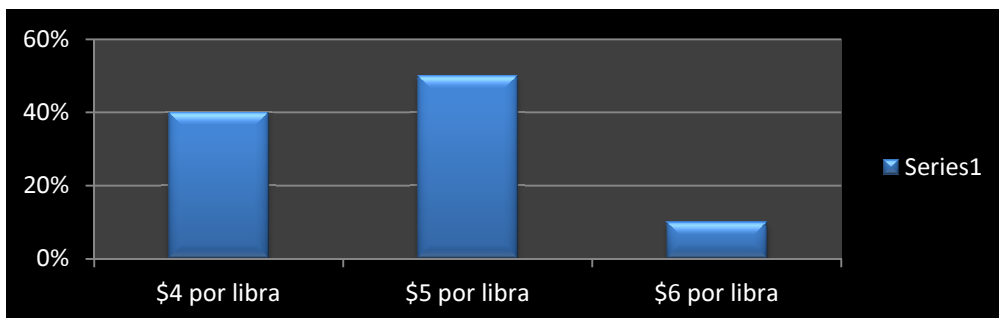


Pregunta No.7 ¿Cuánto gasta en promedio en sus compras por Internet?

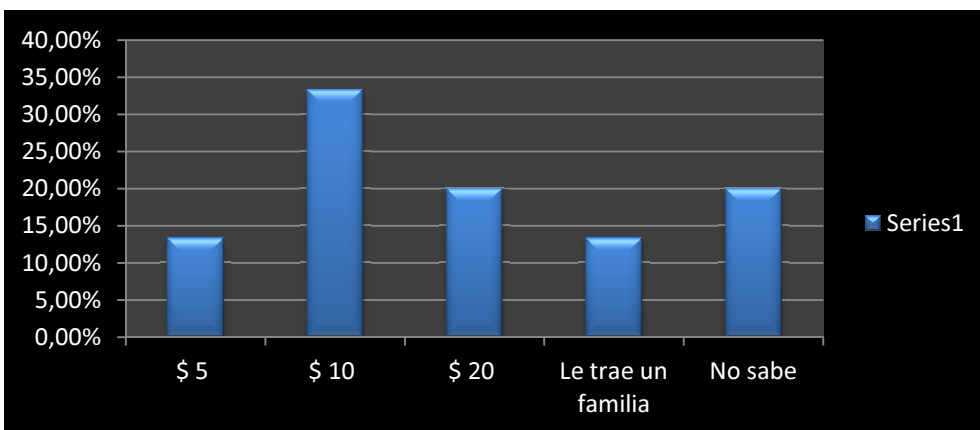


Pregunta No.8 ¿Cuánto paga por la libra de transporte y Trámite de Aduana de sus paquetes?

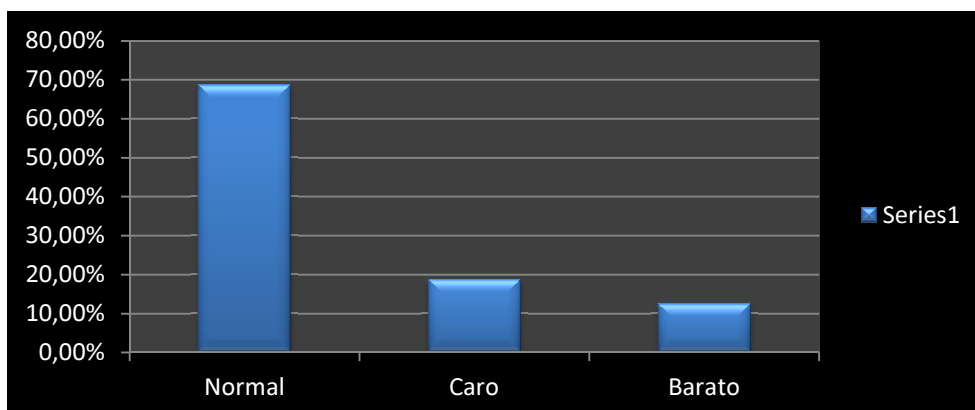
Transporte



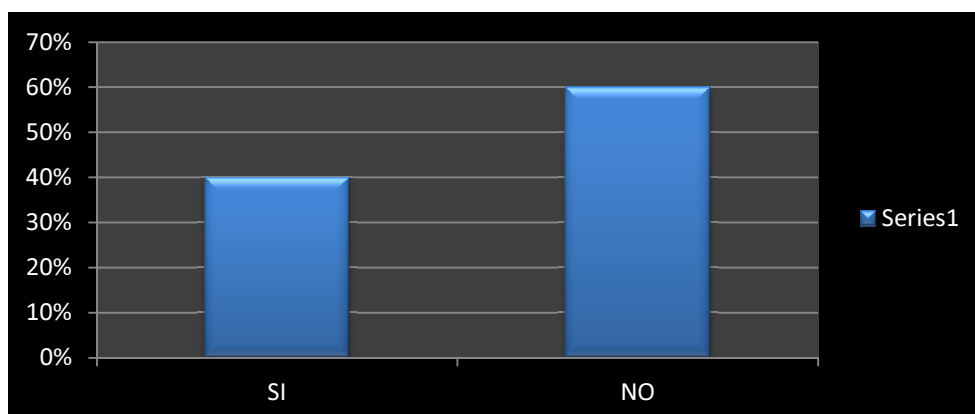
Manejo



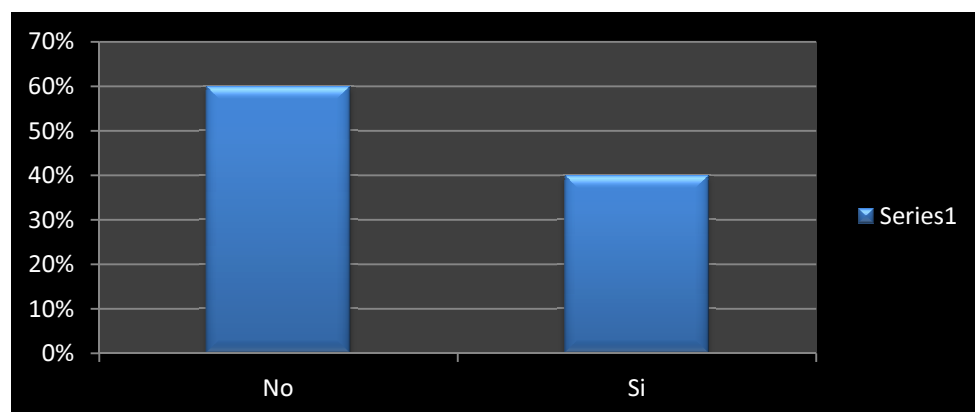
Pregunta No.9 **El costo de transporte y trámite de sus paquetes actuales le parece?**



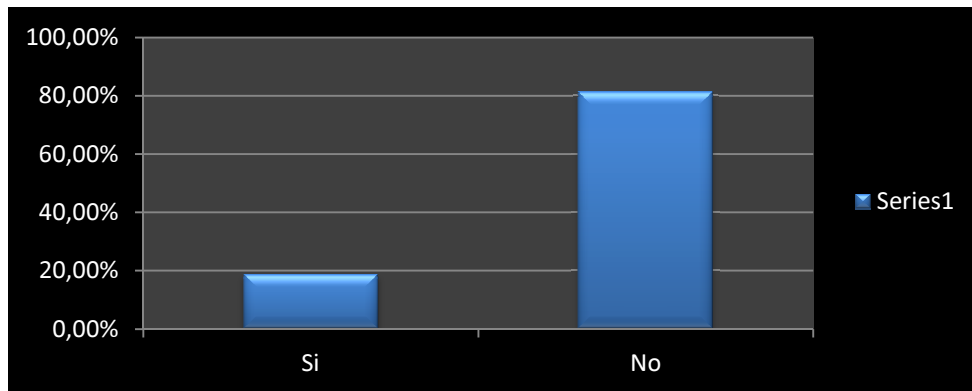
Pregunta No.10 **¿El nuevo impuesto a la Salida de Divisas ISD del 5% es un limitante para seguir realizando compras por Internet?**



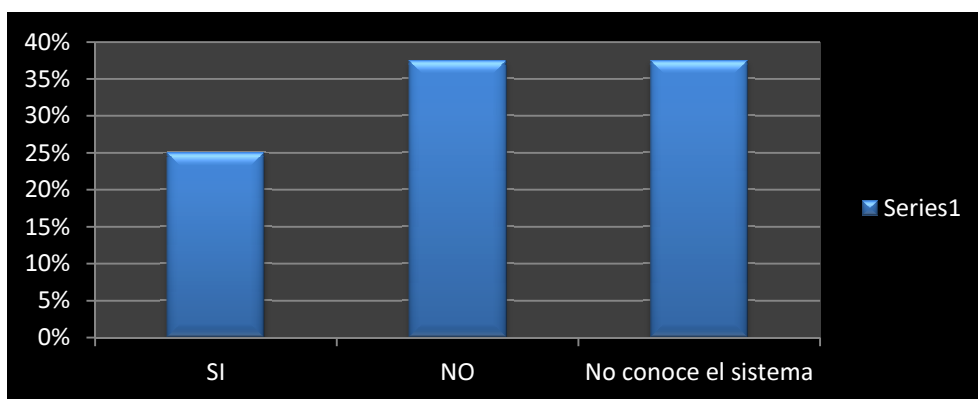
Pregunta No.11 **El idioma Inglés es un limitante para realizar sus compras?**



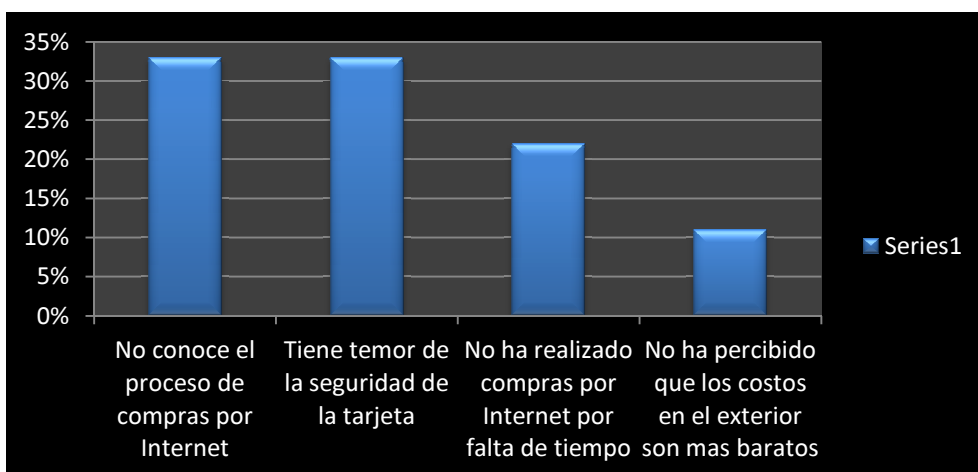
Pregunta No.12 **La seguridad de su tarjeta de crédito es un limitante para realizar compras por Internet?**



Pregunta No.13.- **¿Ha realizado pagos a través de Pay Pall?**



Pregunta No.14 **Cuál ha sido el limitante para realizar compras por Internet?**



Resultados de la encuesta

Como conclusión general podemos indicar que la mayoría de encuestados conoce ya del sistema de compras por Internet y el 75% ya ha realizado compras. Consideran que es un proceso fácil y seguro. Las tres principales tiendas donde realizan compras son Amazon, Old Navy e EBay. El promedio de compras es de 2 a 4 compras al año, con un gasto aproximado de \$100 a \$300 dólares por año.

En cuanto al costo por transporte y manejo se puede ver que el conocimiento de la tarifa no es claro, pero en su gran mayoría consideran que es un precio normal.

A pesar del incremento del Impuesto de Salida de divisas del 2% al 5% este no parece ser una amenaza a largo plazo, ya que los precios de oferta de las tiendas son bastante atractivos y aun con este incremento siguen siendo mejores que en el país.

III.D Análisis de la oferta

III.D.1 Características de los principales proveedores

La primera empresa que incursionó fue Club Buzzon, quien están en el mercado por más de 12 años ofreciendo un servicio de compras por catálogo, en diferentes tiendas de Estados Unidos como: JC Penney, Victoria Secret, etc. En los últimos 6 años pasaron de ser representantes de estas tiendas a Buzzon Internacional realizando la recepción, transporte y desaduanización de artículos comprados a través de Internet. Cuentan con 5000 clientes de los cuales 3000 son clientes frecuentes.²⁸

²⁸ <http://www.vistazo.com/ea/especiales/imprimir.php?Vistazo.com&id=3801>

La segunda empresa que ofreció los servicios de transporte de compras por Internet en el país es Ultrabox S.A, quien está establecido desde hace 6 años. Esta empresa ofrece su servicio a través de cuatro bancos en el país como son: Banco de Guayaquil, Banco Promérica, Banco del Austro y Banco Bolivariano. Ultrabox ofrece una suite Internacional, que es un espacio físico en su bodega de Miami hacia donde llegan las compras realizadas por Internet, principalmente compras realizadas por clientes de sus bancos aliados. La empresa recibe esos paquetes, los transporta, desaduaniza y los entrega a nivel nacional. Cuentan con 12000 clientes de los cuales 4000 son clientes frecuentes.

La tercera empresa en establecerse en el mercado y que se ha constituido líder del mismo es Club Correos de Correos del Ecuador, que hace 2 años ofrece el servicio de transporte de compras por Internet de forma masiva. Igualmente ofrecen una casilla en Miami donde reciben los paquete, los transportan, desaduanizan y entregan a nivel nacional. Cuentan con 14872 clientes.²⁹

La cuarta empresa en importancia en el país es Siati Express, empresa local que ofrece el servicio a los clientes de Pacificard, Banco del Pichincha y Banco Internacional. Cuentan con 9000 clientes de los cuales 6500 son clientes activos.³⁰

Eshopex ofrece su servicio a través de Diners Club, ofrece un servicio similar al resto de compañías.

Existen otras empresas más pequeñas como compañías de importaciones de consumo que también ofrecen el servicio de transporte de compras por Internet en el mercado.

²⁹ http://www.elcomercio.com/negocios/impuestos-impuestos_Ecuador-salida_divisas-impuesto_salida_divisas-impuesto_Internet-Black-Friday-EEUU-viernes_negro_0_596340432.html

³⁰ <http://www.vistazo.com/ea/especiales/imprimir.php?Vistazo.com&id=3801>

III.D.2 Proyección de la oferta

Debido a que el servicio es relativamente nuevo, hay únicamente 2 empresas con más de cinco años en el mercado. El resto de los oferentes están únicamente dos años, por tanto para nuestro estudio se tomó la tasa de crecimiento de Colombia, que tiene un comportamiento similar que Ecuador. La tasa de Colombia es del 31% anual.

CLIENTES POR OFERENTE

Oferentes	Tiempo en el mercado	Total Cliente	Libras anuales 2011	Crecimiento mercado Año 1	Crecimiento mercado Año 2	Crecimiento mercado Año 3	Crecimiento mercado Año 4	Crecimiento mercado Año 5
Club Buzzon	6 años	5.000	67.905	92.222	125.246	170.097	231.009	313.733
Ultrabox	6 años	12.693	69.584	94.502	128.342	174.302	236.719	321.489
Club Correos	2 años	14.872	95.067	129.110	175.345	238.136	323.412	439.227
Siat Group	2 años	9.000	61.115	83.000	112.722	153.087	207.908	282.360
eshoex	2 años	4.000	54.324	73.777	100.197	136.078	184.807	250.987
Total		45.565	347.994	472.611	641.853	871.700	1.183.856	1.607.795

Fuente: Autor

Tamaño del Mercado

Para nuestro estudio hemos tomado el mercado total de libras transportadas al año, que serían de 472.611 libras anuales, de las cuales aspiramos alcanzar un 3% de participación, lo que nos da un total de 14.178 libras por año.

Sin embargo existe un mercado potencial importante, ya que el total de tarjetas de crédito internacionales emitidas en el país al 2009 es de 1'129.100³¹. Los actuales oferentes cuentan con 45.565 clientes, es decir un 4,03% del mercado de tarjetas de crédito.

³¹http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=&vp_tip=5&vp_lang=1&vp_busr=tarjetas+de+credito&x=10&y=7

III.D.3 Conclusiones generales y sobre las estadísticas del estudio de mercado

En base a los resultados de la investigación de mercado, podemos observar que en la actualidad hay mayor conocimiento del proceso de compras por Internet y de las tiendas en el exterior. El mercado cautivo es importante y la tendencia de crecimiento hará que cada día más clientes compren por Internet. Por tanto este es un sector interesante ya que lejos de decrecer con la crisis mundial, crece y se desarrolla con el pasar de los años.

III.E Marketing Mix

III.E.1 Definición del Producto

eBox.com.ec será una compañía transportadora de bienes comprados a través de Internet, que ofrece una Suite Internacional en Miami, que es un espacio físico en su bodega para que los clientes hagan llegar todas las compras que realicen a través de Internet, de las tiendas en Estados Unidos y de otros sitios del Mundo.

Ebox contará con una plataforma tecnológica que permite al cliente registrarse con sus datos personales, dirección, teléfono, forma de pago, etc. Y recibe una suite virtual con una dirección física en Miami para la recepción de sus compras.

La dirección será así:

Ximena Cevallos (Nombre del cliente)
2153 NW 79 AV.
Suite 30022
Miami Florida
Zip Code 33122
Teléf. 786 466 0146

La suite internacional es la bodega o casa virtual del cliente en Miami, donde se recibirá **todas las compras realizadas a través de Internet, sin restricción de peso o volumen.**

Portal web

- El portal Web tiene un costo de \$10.000 dólares, es un paquete digital que incluye:
- Elaboración portal Web.
- Bloggin.- Sección interactiva para publicar contenidos, ofreciendo información de importancia y así llevar al cliente a la página Web para captar interés.
- Chat en línea en el portal. Que permite interactuar con los clientes en tiempo real, así se podrá asesorar sin tener que usar otro medio que el mismo Internet. De esta manera podemos ofrecer cotizaciones en línea y soporte en el proceso de compras.
- Elaboración página de Facebook corporativa.
- 1 año de Anuncios en Google adw y Facebook, en modalidad ppc (pago por clic).
- Plataforma para envío de emails masivos.

Portal Web

Página de Inicio

La página de inicio consta del menú superior de: Registro de clientes, login, preguntas frecuentes, restricciones, compras, calculadora, rastreo de paquetes, información de contacto de la empresa. Y 3 secciones de acceso rápido de registro, sitio de compras recomendadas y rastreo de paquetes.

eBox Inicio Regístrate Login Preguntas Frecuentes Restriciones Compras Calculadora Rastreo Contáctanos

**COMPRA EN USA
POR INTERNET**

**0%
ARANCEL**

HASTA
y 8 lbs
y 400 USD

Registro

eBox te proporciona una suite (dirección física) personalizada en Miami, donde puedes hacer llegar tus envíos que luego serán remitidos a tu dirección en Ecuador.

Conoce más

Compras

Navega en internet y realiza tus compras con elBox en nuestras páginas recomendadas o en el establecimiento que prefieras, y envíalas a tu suite.

Conoce más

Rastreo de Paquetes

Realiza rastreo interactivo, dando instrucciones de todas tus compras, desde el momento que llegan a tu suite en Miami, hasta la entrega en tu casa u oficina.

Conoce más

Página de Registro

En la página de registro se encontrará un formulario que debe ser llenado por el cliente, el mismo que contendrá los datos personales, dirección de entrega, forma de pago que puede ser en efectivo, cheque, transferencia, pago on line, pay pall y el contrato de servicio.



REGISTRO

✕
Información

Tipo Cliente * : Persona Natural ▼

Tipo Identificación* : Cédula de Ciudadanía ▼

Número de Identificación* :

Nombres * :

Primer Apellido * :

Segundo Apellido * :

Asesor Comercial:

Correo electrónico de contacto * :

Correo electrónico secundario :

Teléfono 1 * :

Teléfono 2 :

Fax :

Utilice el botón 'Registrar Dirección' para especificar una nueva dirección

Usar dirección de envíos para correspondencia

Dirección de envíos * :

Registrar Dirección

Dirección de correspondencia * :

Registrar Dirección

✕
Tarjeta de Crédito

Forma de Pago * : Efectivo ▼

Tipo Tarjeta	Número Tarjeta	Nombre en la Tarjeta	Tarjeta Principal

Agregar Tarjeta

VER CONTRATO DE SERVICIO

Acepto las condiciones * :

Página de Log in

En esta sección los clientes deben ingresar su email y su password, para acceder a su suite virtual, la misma que contendrá la información de sus paquetes y datos personales.



Inicio Regístrate Login Preguntas Frecuentes Restricciones Compras Calculadora Rastreo Contáctanos

Login (Correo Electrónico)

Contraseña

LOGIN Recordar mi login

[Olvidé mi password](#)

Ingrese su email y su password para acceder a su suite

Página de preguntas frecuentes

En esta sección se contestarán las preguntas que con más frecuencia realizan los clientes, de esta manera se ofrecerá información general del servicio

Página de Restricciones

En esta sección se informará de las restricciones aduaneras, a fin de que los clientes conozcan que artículos son de prohibida importación, que artículos tienen restricciones y cupos especiales.

Artículos de prohibida importación

Resolución No.182 COMEXI) Registro Oficial 228- 7 de julio de 1999.

- Dinero en efectivo o cheques.
- Ropa y calzado usado
- Llantas usadas y reencachadas
- Repuestos de vehículos usados
 - Motores de autos
 - Combustible
 - Pornografía
- Asbesto en cualquiera de sus formas
 - Desechos industriales tóxicos
 - Motos usadas
 - Cuero y piel de reptil
- Equipos que contengan CFCs que utilicen refrigerantes R-12 o R- 502
 - Artículos de Marfil y sus manufacturas
 - Mercancía peligrosa

Restricciones

- No pueden exceder el valor comercial de USD \$2.000,00 y 50 kilos de peso por envío
 - Joyas y materiales preciosos
 - Restos Humanos (Incluyen cenizas)
 - Vidrios y cerámicas
 - Material pirateado o robado
 - Pasaportes
 - Obras de arte y antigüedades
 - Animales
- Los siguientes artículos requieren autorizaciones previas de los respectivos Ministerios para su importación (Resolución No. 183 COMEXI) Registro Oficial 228- 7 de julio de 1999:

o Alimentos, bebidas, medicinas, cosméticos, perfumes para fines comerciales cuyo peso supere las 4 libras, plantas y semillas, plaguicidas narcóticos y precursores, dispositivos médicos, material radiactivo, armas de fuego, partes y municiones, plantas generadoras de energía eléctrica superior a 100 Kilovatios.

Cupos

- Cada cliente tiene un cupo de 1 televisor al año. Este artículo debe cancelar en Aduana: Arancel, IVA, Fodinfra y Salvaguarda. (Consultar sección tarifas).
- Un paquete anual de celulares, por un máximo de 5 celulares en un solo envío. Ejemplo: Si usted compra 1 celular ha utilizado su cupo anual. Ya que se restringe al envío de 1 a 5 celulares, PERO EN UN SOLO ENVÍO y 1 vez por año. Si trae hasta 5 celulares y estos pasan de las 8 libras y \$400 dólares, debe pagar Arancel, IVA y Fodinfra. Si su envío de celulares, no supera este límite, no pagará ningún impuesto en Aduana.

Productos peligrosos

No se realizará el traslado de productos peligrosos o restringidos por IATA como: explosivos, corrosivos, inflamables, aire comprimido. la no declaración de estos artículos por parte del cliente, excluye de toda responsabilidad a eBox, siendo de completa responsabilidad del cliente

Página de tiendas: Compras

eBox.com.ec contará con una página de tiendas recomendadas, para que los clientes puedan buscar los artículos de su interés. Esta lista contiene las tiendas más populares, las que reciben tarjeta emitida fuera de los Estados Unidos y las que realizan embalajes para transporte internacional. Adicionalmente los clientes pueden recibir en su Suite envíos

remitidos por familiares y amigos. La Suite en Miami es como la casa o bodega del cliente en esa ciudad.

Tiendas Recomendadas

Autos & Partes

- 4x4superstore.com
- Auto & Moto Parts
- AutoPartsGIANT.com
- Autopartswarehouse
- Boaters World
- Classic Auto Parts
- cskauto.com
- Harley Davidson
- JC Whitney.co
- Kanter
- Moto Parts
- Motorcycle Parts
- Motorcycle-Superstore.com
- Motorsport.com
- Napa Autoparts
- Westmarine.com

Electrónica & Computación

- 4allmemory.com
- Amazon
- Apple Store
- B&H Electronics
- Online
- Bose
- Buy.com
- Circuit City
- Crutchfield
- ebay
- Half.com
- HP
- J and R Electronics
- MacMall
- New Egg
- Overstock.com
- PC Connection
- RadioShack
- Shop.com
- Sony
- Target
- Toshiba
- The Sharper Image
- Voltair Systems

Casa & Jardín

- ACE Hardware
- Bed Bath and Beyond
- Gardener's Supply Co.
- Kea Works
- Linen Place
- Linens N Things
- Luggage Online
- Macy's
- Mikasa
- Montgomery Ward
- Pottery Barn
- Pottery Barn Kids
- Samsonite
- Shop.com
- Sunglass Hut
- Swiss Outpost.com
- Target
- Watchzone.com
- Williams Sonoma

Página con Calculadora

eBox.com.ec contará con una calculadora virtual, que permitirá que los clientes realicen su cotización en línea y verifiquen los valores que deberían pagar tanto en transporte, como en impuestos de Aduana. Pagarán impuestos de Aduana, las compras que superen los \$400 dólares y 8 libras.

Para usar la calculadora el cliente deberá ingresar peso y valor del artículo. Algunas tiendas como Amazon.com proporcionan esta información en la descripción del producto. Los

cálculos serán los más aproximados, dependiendo de la cercanía de los datos que el cliente ingrese.

eBox [Inicio](#) [Regístrate](#) [Login](#) [Preguntas Frecuentes](#) [Restricciones](#) [Compras](#) [Calculadora](#) [Rastreo](#) [Contáctanos](#)

CALCULADORA

Peso Aproximado en Lbs
1

Valor en US\$
10

Arancel
Paquetes Generales ▾

Calcular

SERVICIO

Transporte	6
IVA	0,72
Total Servicio	6,72

IMPUESTOS
Ninguno!

TOTAL 6,72 US\$

*Los Cálculos de este servicio de calculadora virtual, son un ejemplo, y son únicamente para que nuestros clientes puedan tener una idea del costo aproximado de sus envíos, no representan de ninguna manera factura legal o documento de pago

Página Rastreo de Paquetes

En esta sección el cliente podrá digitar el número de paquete que le fue asignado a su compra, y cuya información le llegó en el email, para conocer el status del mismo. Estos status pueden ser:

- En Miami.- Cuando el paquete arribo a su suite.

- Por salir.- Cuando el paquete tiene la documentación completa y está listo para ser entregado a la aerolínea. La documentación necesaria para que un paquete salga de Miami, es la factura, sin ella no se puede transportar los paquetes hacia Ecuador.
- En tránsito.- Cuando el paquete se encuentra siendo transportado por la aerolínea.
- En Aduana.- Cuando el paquete se encuentra en proceso de nacionalización en Aduana.
- En reparto nacional.- Cuando el paquete ya se encuentra en transporte nacional para la entrega.
- Entregado.- Cuando el paquete ya fue recibido por el cliente.



Inicio Registrarse Login Preguntas Frecuentes Restricciones Compras Calculadora Rastreo Contáctanos

RASTREO DE PAQUETES

Ingrese el número de su paquete para conocer el status del mismo.

256489

Número	Status	Fecha
301262	En su suite	1/24/12

Página de información de Tarifas:

En esta sección el cliente tendrá el detalle de las tarifas vigentes del servicio, así como la información de paquetes que pagan o no impuestos:



TARIFAS

Transporte y Trámite ante Aduana.

TRANSPORTE \$ 6 Por libra de Peso o Fracción

Impuestos de Aduana

Paquetes libres de Impuesto.- Paquetes cuyo peso sea de hasta 8 libras y \$400 dólares, sin fines comerciales y en cantidades de 3 unidades iguales máximo por cada artículo

0% Impuestos aduaneros

Ejemplo:

Un paquete que contenga 3 camisetas , 1 par de zapatos, 1 celular, etc, que no supere las 8 libras y \$400 dólares, no pagará nada de impuestos en Aduana, pagará únicamente el valor del servicio de **Ebox**.

Un paquete que contenga 6 camisetas iguales del mismo modelo y misma talla, a pesar de no pasar el peso y valor, se considerará con un paquete de uso comercial por tanto puede pagar los impuestos de Aduana.

Paquetes DAS (Declaración de Aduana Simplificada)

Paquetes DAS son aquellos que superan las 8 libras y \$400 dólares hasta 110 libras y \$2000 dólares.

Estos paquetes deben pagar tributos en Aduana como:

Arancel.- Del 5 al 20% sobre el valor CIF.

Fodinfra.- El 0,5% sobre el valor CIF. Este impuesto se destina al Instituto del Niño y la Familia.

IVA.- 12% del valor de la suma del artículo, arancel, fodinfra.

Salvaguardia.- Impuesto a las televisiones, según pulgadas:

14 a 20 pulgadas	\$39,97
21 a 32 pulgadas	\$73,11
33 a 41 pulgadas	\$140,32
+ de 42 pulgadas	\$158,14

Ropa y zapatos.- Con peso superior a 8 libras y \$400 dólares, requerirán norma INEN, antes de su arribo a Ecuador.

Artículos exentos de Arancel:

Libros y similares
Equipos de computación
Medicinas, sin fines comerciales y con prescripción médica.

Proceso de registro, paquetería y Nacionalización

Proceso de Registro

Una vez que el cliente reciba la publicidad por cualquiera de los canales, debe ingresar a www.ebox.com.ec y realizar el proceso de registro para obtener su suite.

Después del registro eBox procederá a revisar la información y a activar la suite, el sistema enviará un email automático dando la bienvenida al cliente e informándole los datos de su suite, características y beneficios del servicio.

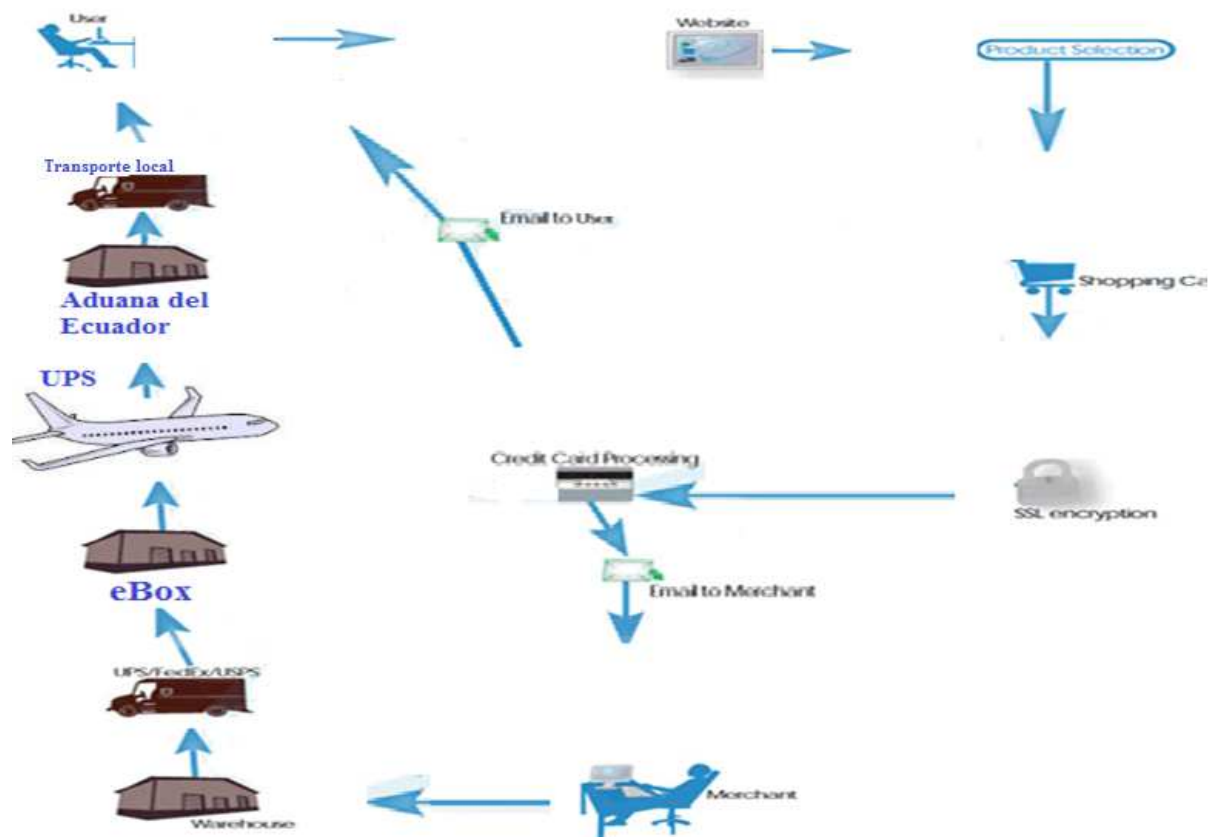
Una vez que el cliente recibe su dirección, puede realizar las compras en cualquier tienda.

Proceso de compra y despacho

eBox contratará los servicios de una bodega en la ciudad de Miami. Una vez que el cliente recibe la dirección de su suite y realiza una compra inicia el proceso:

1. Cliente realiza la compra.
2. La tienda envía el paquete a la dirección de eBox con la suite del cliente
3. El paquete es recibido en eBox Miami.
4. Diariamente la persona de paquetería en Ecuador armará los embarques con los paquetes que deben despachar desde Miami. Se embarca únicamente aquellos que contengan factura, ya que este es un requisito indispensable para ingresar al país.
5. Se envía el Manifiesto de carga a Miami, que es la lista de los paquetes con número de guía hija, nombre, dirección, cédula, tienda de la que procede el paquete, peso y valor.
6. Miami procede a despachar los paquetes, de acuerdo a la lista del manifiesto, ver anexo No.2
7. Contabilidad procede a facturar y cobrar los paquetes.

8. Una vez que los paquetes arriban a Ecuador, ingresan a Aduana.
9. Se prepara toda la información para el Aforo de la carga.
10. Finalizado el proceso de aforo se procede al pago de impuestos de los paquetes y se retira la carga para entregarla a la empresa de reparto nacional.



Servicio ofrecido por los proveedores

Bodega en Miami

Le empresa Miami Express nos ofrecerá el siguiente servicio:

- Recepción de las compras de los clientes en Miami.
- Pesaje e ingreso al sistema de Ebox.
- Transporte Internacional.

- Desaduanización.
- Seguro de pérdida de paquetes desde que arriban a su bodega en Miami hasta la entrega en oficinas de Ebox.

Miami Express nos facturará \$1,40 por libra de peso y \$1800 dólares mensuales por servicios en Miami y trámites Aduaneros.

Entrega Nacional

La compañía Tramaco Express realizará la entrega local por un costo de \$1 los primeros 2 kilos y 0.80 kilo adicional. También ofrece un seguro contra robo, por un valor del 1% del valor transportado, con un 30% de deducible del valor declarado.

Ventaja competitiva en el tiempo

- Servicio al cliente de excelencia.
- El precios más bajo del mercado, fácil de comprender y calcular.

La excelencia en el servicio, será nuestra principal ventaja competitiva, puesto que comprar por Internet sin tener un soporte local que garantice el cumplimiento de los servicios ofrecidos, genera intranquilidad en los clientes, quienes tratan de encontrar una persona real que les de soporte a sus dudas, temores y requerimientos.

El precio del servicio es la otra ventaja competitiva, puesto que ofreceremos un precio bajo y unificado, es decir no se cobrará transporte y manejo, se cobrará un solo valor por libra que incluirá todo el servicio, de esta manera los costos serán fáciles de calcular, entender y los más bajos del mercado.

III.E.2 Análisis de precios

Los precios de los oferentes son muy confusos para el cliente, se realizó un análisis de cada uno de los principales oferentes, los mismos que detallamos a continuación:

Análisis de precios de las empresas ofertantes:

Paquetes 4x4n (Paquetes hasta 4 kilos y hasta \$400 dólares)

Empresa	Tipo de paquete	Cobro Libra	Tramite Aduana	Seguro Paq	Bodegaje paquete	Entrega Nacional	Valor Suscrip	Total
Club Buzzon	NO Socios Paquetes hasta \$200	5	2		3,5		0	10,5
Club Buzzon	Socios Paquetes hasta \$200	4	2		3,5			9,5
Ultrabox	Valor del paquet de \$ 0 a \$200	4,5	10	0		0	0	14,5
Ultrabox	Valor del paquete de \$201 a \$400	4,5	15	0		0	0	19,5
Club Correos	Valor de paquetes de 1 libra	10,5						10,5
Club Correos	Valor de paquetes de 2 libras	7,49						7,49
Club Correos	Valor de paquetes de 3 libras	6,5						6,5
Club Correos	Valor de paquetes de 4 libras	5,8						5,8
Siati Express	Valor paquete de \$0 a \$400	4,9	10	5				19,9
Eshopex	Paquetes hasta 1 kilo	8,4	8,9			4,5	0	21,8
Eshopex	Paquetes de 1,5 kilo	12,96	8,9			4,5	0	26,36

Fuente: Investigación propia del autor

PAQUETES DAS (Paquetes desde 4 kilos hasta 50 kilos y desde \$401 dólares hasta \$2000 dólares)

Empresa	Tipo de paquete	Cobro Libra	Tramite Aduana	Seguro Paquet e	Bodegaje paquete	Entrega Nacional	Valor Suscrip	Total
Club Buzzon	NO Socios Paquetes de \$200 hasta	5	16		3,5			24,5
Club Buzzon	Socios Paquetes de \$200 hasta \$39	4	16		3,5			23,5
Ultrabox	Valor del paquete de \$401 a \$1000	4,5	20	0		0	0	24,5
Ultrabox	Valor del paquete de \$1001 a \$200	4,5	30	0		0	0	34,5

Fuente: Investigación propia del autor

III.D.2.a Determinación del precio promedio

Precio 1 libra

Empresa	Tipo de paquete	Cobro Libra	Tramite Aduana	Seguro Paq	Bodegaje paquete	Entrega Nacional	Valor Suscrip	Total
Club Buzzon	NO Socios Paquetes hasta \$200	5	2		3,5	4	0	14,5
Club Buzzon	Socios Paquetes hasta \$200	4	2		3,5	4		13,5
Ultrabox	Valor del paquet de \$ 0 a \$200	4,5	10	0		0	0	14,5
Club Correos	Valor de paquetes de 1 libra	10,5						10,5
Siat Express	Valor paquete de \$0 a \$400	4,9	10	5				19,9
Eshopex	Paquetes hasta 1 kilo	8,4	8,9			4,5	0	21,8
	Precio Promedio							15,78

Fuente: Investigación propia del autor

III.D.2.b Análisis histórico y proyección de precios

Por ser un servicio reciente los ofertantes son nuevos en el mercado y únicamente dos empresas han estado más de cinco años, el primero Club Buzzon no ha subido sus precios desde 2006. Ultrabox ha realizado un pequeño incremento una sola vez. En eBox no se ajustará el precio a menos que existiera un aumento importante en las tarifas aéreas, de lo contrario se preferirá incrementar el volumen de ventas y mantener fijo el precio para que exista una verdadera ventaja competitiva al comprar en el exterior. Caso contrario no habría una diferencia importante frente a una compra local.

Precios históricos

Empresa	Tipo de paquete	Cobro Libra	Tramite Aduana	Seguro Paq	Bodegaje paquete	Entrega Nacional	Valor Suscrip	Total
Club Buzzon	NO Socios Paquetes hasta \$200	5	2		3,5	4	0	14,5
Club Buzzon	Socios Paquetes hasta \$200	4	2		3,5	4		13,5
Ultrabox	Valor del paquet de \$ 0 a \$200	4,5	10	0		0	0	14,5

Fuente: Investigación propia del autor

Estrategia de precios Ebox

Nuestra estrategia de precios será la de cobrar \$6 dólares por libra, no cobraremos el trámite ante Aduana. Este es un precio intermedio, la ventaja frente a la competencia será:

- Facilidad de calcular costos, tarifas sencillas y claras.
- Agilidad en los envíos.

Este precio incluirá:

- Recepción de la carga en Miami.
- Pesaje y registro en el portal.
- Comunicación constante con el cliente.
- Envío hacia Ecuador.
- Nacionalización.
- Entrega a domicilio a nivel nacional.
- Seguro contra pérdidas de hasta 100% paquetes de hasta \$ 400 dólares.

Precio Ebox.com.ec

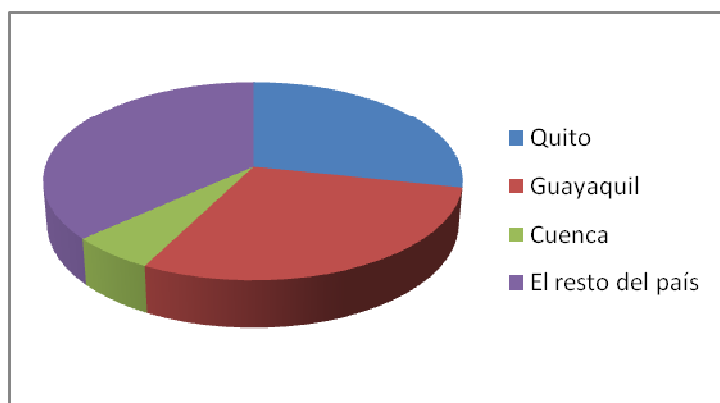
Peso paquete	Ebox	Club Correos	Ultrabox	Siat	Club Buzzon
1	6	10,29	14,5	19,9	7
2	12	14,98	19	24,8	12
3	18	19,5	23,5	29,7	17
4	24	23,2	28	34,6	22
10	60	67,97	85	109	58
Promedio	6	6,80	8,5	10,9	5,8

III.E.3 Plaza

Las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca serán nuestro principal mercado objetivo, debido a que son las principales ciudades que hacen compras por internet y tienen tarjeta internacional.

Actualmente las compras por internet tienen una participación de:

Quito	28,33%
Guayaquil	29,22%
Cuenca	5,78%
El resto del país	36,67%



Fuente: Investigación propia del autor.

III.E.4 Promoción y Publicidad

El presupuesto de publicidad para el primer año es de \$10.000 dólares, que se lo utilizará principalmente en campañas de marketing digital.

La plataforma Web consta de varias piezas adicionales, que apoyan la estrategia de marketing como:

- Portal Web
- Blogg de contenidos.
- Chat en línea.
- Página de facebook corporativa.
- E-mail marketing.
- 12 artes gráficos de emails.

Blogg.- Es una herramienta nueva y fresca. Es un espacio de contenidos, que le permite expresar la personalidad de la empresa y marca. Se puede mostrar en este espacio que es un experto en la rama y que la empresa es más que una marca corporativa, que hay personas reales, muy profesionales detrás para darle todo el soporte.

Chat en línea.- Nos permitirá mantener contacto virtual con el cliente en tiempo real y poder solventar sus dudas e inquietudes.

Página de facebook corporativa.- Los medios sociales tienen el potencial para atraer y mantener la atención de un cierto grupo demográfico. La página de facebook es el segundo portal más visitado en Ecuador, después de Google.

Beneficios de las redes sociales:

- **Accesible:** No hay necesidad de un gran presupuesto para llevar a cabo una estrategia publicitaria con Redes Sociales.
- **Naturaleza Viral:** Los usuarios pueden compartir fácilmente sus mensajes con el simple clic de un botón.
- **Mejorar la Marca:** A través de estos medios se puede construir y mejorar su reputación online.
- **Construir Credibilidad:** El usuario genera mayor credibilidad a través de este medio que de la publicidad tradicional.
- **Aumentar el Tráfico:** Una estrategia social bien planificada de Redes Sociales atrae más tráfico a su sitio web.
- **Clientes Comprometidos:** Puede conectarse con sus clientes respondiendo a sus comentarios en tiempo real.

E-mail marketing.- Es una táctica sencilla, accesible y eficaz, que permite abrir el diálogo con los clientes, para que puedan intercambiar comunicaciones personalizadas y de mayor relevancia, para aquellos que quieren recibirlas, el respeto a la privacidad es importante en este canal.

Los beneficios son:

- Sencilla de planificar, se la puede realizar en días e incluso horas, en comparación con una campaña de correo regular.
- Los destinatarios pueden responder inmediatamente que la reciban.
- Las campañas de E-mail generan 14% más retorno que las de correos directo y no hay que incurrir en costos de impresión y envío.³²

³² <http://www.wsinovamensoluciones.com/email.htm>

- El costo por impacto es mínimo, por tanto cualquier resultado que se obtenga de este canal es una buena inversión.

Presupuesto de Publicidad Ebox

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 10.000,00	\$ 10.208,16	\$ 15.312,24	\$ 22.968,36	\$ 34.452,54

Publicidad por canales electrónicos, los mismos que serán los siguientes:

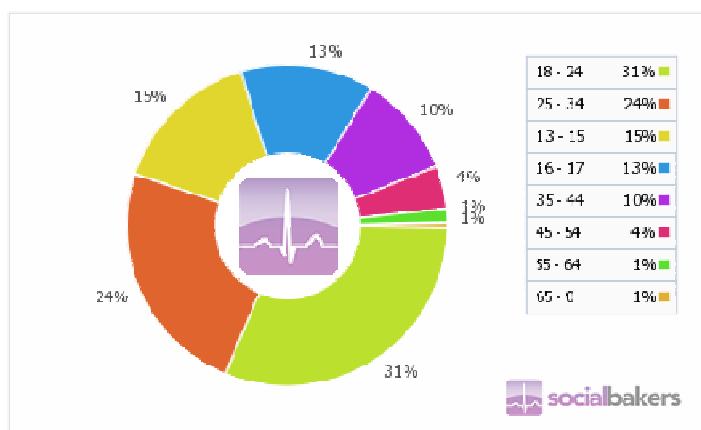
1. Página Facebook corporativa.
2. Banners en Facebook, Google y Windows live PPC (pago por clic).
3. E-mails masivos.
4. Banners en periódicos y revistas digitales como: El Comercio, El Universo, Revista Vistazo.

También realizaremos publicidad en otros medios tradicionales como:

1. Inserto en estados de cuenta de Tv Cable y Direct Tv.
2. Publicidad en revistas.
3. En el año 5 empezaremos a pautar en radio en 2 noticieros.

Página corporativa en Facebook.

Se aprovechará el Internet como herramienta promocional enfocándose en publicitar a través de redes sociales y generar presencia de marca y bases de datos de clientes potenciales. Facebook tiene más de 3'834.680 usuarios en Ecuador con un porcentaje considerable de los mismos con capacidad adquisitiva necesaria para contratar servicios en este mercado (1'930,820 usuarios tienen entre 25 a 40 años)



Fuente: Socialbakers

Anuncios en Facebook, Google, Windows live.

Se pondrán banners publicitarios con la modalidad ppc (pago por click), en Facebook, Google, Yahoo, Windows live ofertando nuestro servicio. Estos canales nos permiten identificar nuestro mercado objetivo y focalizarlos para que reciban el mensaje.

Se pautarán en las siguientes temporadas:

Enero	Compras San Valentín
Abril	Compras para el día de la madre
Mayo	Compras día del padre
Mayo	Compras día del niño
Agosto	Compras vacaciones y cambio de temporada
Septiembre	Compras rebajas Halloween
Octubre	Viernes Negro y compras navideñas y cambio de temporada
Diciembre	Especiales post navidad

E-Mails masivos

Se realizarán e-mails masivos a bases propias que vayamos edificando a través de facebook y blogging y a bases contratadas a fin de promocionar el servicio.

Las bases contratadas se adquirirán de agencias que realizan este servicio, respetando la privacidad de los usuarios.

En estos emails se publicitará las tiendas virtuales y los artículos de mayor compra de los clientes como son:

- Ropa
- Zapatos
- Electrónicos como cámaras, celulares, mp3, Ipods, etc.
- Computadoras
- Juguetes
- Instrumentos musicales
- Maquinarias y Equipos

Ejemplo:

Anticípese a la Navidad y evite aglomeraciones. Compre sus regalos hoy mismo.

eBox

VIERNES NEGRO 25 DE NOVIEMBRE

Aproveche los especiales de Noviembre

OPORTAS Y NOVEDADES

Banana Republic	Red Wine Heritage	Non Iron Shirt	Skechers for Men
Nook Tablet	Ray ban Sunglasses	Nikon D7000	iPod iPhone Speakers
Mac Book Air	Pre-Order iPhone 4s	Touch Mouse	Kindle Fire

amazon.com VICTORIA'S SECRET OLD NAVY GPM.COM™ FOREVERZI Cabela's
 THE CHILDREN'S PLACE TOYS R US Walmart GAP Target Disney STORE ebay GUESS

Publicidad en revistas y periódicos.

Se pautará en revistas como Vistazo on line, El comercio on line, El universo on line y en otras físicas como Vanguardia y PC World.

Inserto en Estados de cuenta.

Se realizarán insertos en estados de cuenta como Tv Cable y Direct TV.

Radio

A partir de año 5 proyectamos usar canales de radio en 2 noticieros matinales, como radio 98 Mundo y Platinum.

Presupuesto Año 1 Plataforma Web y Publicidad

Medios	Descripción	Enero	Febrer	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Facebook	Banner ppc	300			400	400			300	300	500			\$ 2.200,00
Google Adw	Banner ppc	300			400	400			300	250	500			\$ 2.150,00
Windows live	Banner ppc				300				400					\$ 700,00
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios				300						400			\$ 700,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios				500						500			\$ 1.000,00
Vistazo on line	Banner				500						500			\$ 1.000,00
TV Cable	12.000 Insertos								300	300				\$ 600,00
Direct TV	12.000 Insertos								300	300				\$ 600,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Total Publicidad		600	0	0	2400	800	0	0	2150	1650	2400	0	0	\$ 10.000,00

CAPITULO IV

PLAN ESTRATEGICO

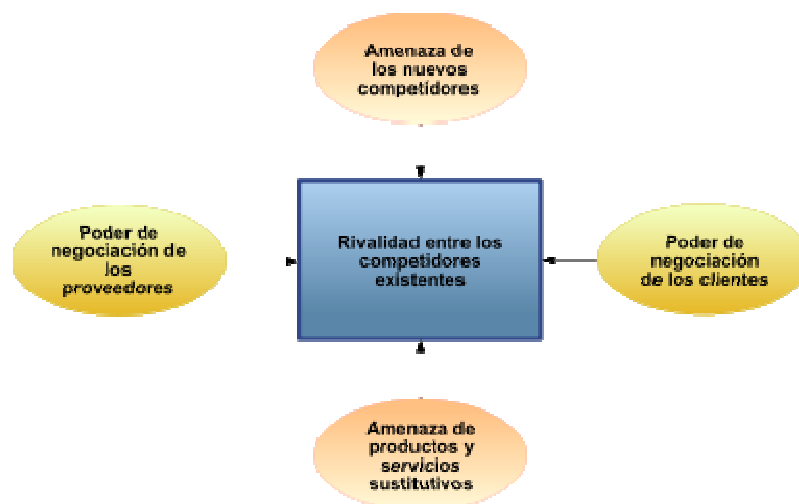
IV.A ANALISIS DEL ENTORNO Y SITUACION INTERNA DE LA EMPRESA

IV.A.1 ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

El **Análisis de las cinco fuerzas de Porter**, es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard Business School en 1979.

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que **permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad**. Según éste modelo, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cinco fuerzas o elementos

Esquema ilustrativo de las cinco fuerzas identificadas por Porter.



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)

(F1) Poder de negociación de los clientes

El segmento de mercado al que la compañía se enfocará, es de personas naturales, que realizan compras menores para consumo. La legislación ecuatoriana contempla condiciones especiales para la importación directa de bienes de consumo de hasta USD 400 y 4 Kg de peso bajo condiciones especiales de impuestos lo que incentiva a los individuos a importar en forma personal. La empresa contará con una cantidad grande de clientes que actúan en forma separada y por tanto su capacidad de negociación es muy limitada, ya que al inicio del servicio se firma un contrato el cual establece el marco en el que se desarrollaran las relaciones comerciales.

La suscripción de nuevos clientes se lo hace en forma directa, a través del internet, sin usar canales de distribución que generen dependencia de estos para el desarrollo del negocio.

Los términos y condiciones del servicio, al ser fijadas al inicio de la relación comercial, dejan un mínimo rango de posibilidad para que los clientes puedan negociar las condiciones.

Existe en el mercado varias empresas que proveen el mismo tipo de servicios, entre ellos Correos del Ecuador, E-Shopex, Siat Express. La fortaleza que tiene el cliente en este caso es la posibilidad de tener varias opciones de servicio a las cuales puede vincularse fácilmente. Inclusive puede contratar varios servicios simultáneos. La fidelidad del cliente se dará por el proveedor que mejor servicio y precio le ofrezca.

Las personas que compran a través del Internet son generalmente consumidores que buscan las mejores condiciones. A través de la web pueden informarse de todos los proveedores de este servicio y las condiciones que ofrecen.

Para realizar las importaciones de bienes de consumos se necesita los servicios de una empresa que brinde este servicio. Es sumamente costoso para un cliente que hace compras pequeñas para su consumo, hacer una importación directa a través de carga aérea y luego liquidando su importación a través de un agente afianzado de Aduana. Definitivamente, para realizar este tipo de compras es necesario que el cliente use los servicios de una empresa transportadora especializada en logística de paquetes pequeños, que le brinde un servicio ágil y a un precio competitivo.

(F2) Poder de negociación de los Proveedores

Los proveedores son muy importantes para el desarrollo del negocio. Es primordial contar con los servicios de empresas organizadas, que puedan dar un custodio detallado a los paquetes que llegan a la dirección en Estados Unidos y que luego realicen una operación logística rápida. Que hagan los envíos puntualmente y no se demoren en estas coordinaciones. De igual manera, en destino (Ecuador), proveedores que realicen una desaduanización y entrega individualizada rápida.

Si bien es cierto que no existen muchos proveedores de los servicios antes mencionados, si existen los suficientes como para que la empresa negocie las mejores condiciones y para que se controle los precios pagados.

Es difícil que ingresen nuevos proveedores al negocio ya que existen varias barreras de ingreso como son condiciones aduaneras, infraestructura (bodegas en Miami donde se reciban los paquetes, se los pese y re empaque para su envío a Ecuador) experiencia en logística tanto en Estados Unidos como en Ecuador, etc. No se presenta mayores cambios en la oferta de provisión de servicios. Podríamos decir que el poder de negociación de los proveedores es media.

Nuestro proveedor de servicios en Miami y en Aduana será Miami Express, en caso de que este proveedor fallara, conocemos 2 proveedores adicionales que están en la capacidad de brindarnos el servicio.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes

El negocio demanda de conocimientos relacionados a logística, manejo de bodega, regulaciones aduaneras, páginas web así como también de una infraestructura específica para el manejo de paquetes. Las empresas que tienen negocios relacionados a carga, pueden incurrir en este campo tan solo desarrollando una plataforma para negocios electrónicos que en la actualidad es fácil de adquirir. Operadores que no tengan estos conocimientos también pueden ingresar al negocio realizando un subcontratación de los servicios y tan solo haciendo una administración de clientes. Sin embargo mientras menos conocimientos, capacidad logística e infraestructura tengan los nuevos oferentes, tendrán costos más altos que les impedirá ser competitivos en el mercado.

(F4) Amenaza de productos sustitutos

Los servicios existentes en el mercado, son muy similares. La competencia ofrece básicamente el mismo servicio. Existen pocas diferencias como la personalización del empaque, la consolidación de varios envíos, seguro por pérdidas. La importación de paquetes no puede manejarse individualmente por lo que es necesario que los clientes usen este tipo de servicio. La amenaza de productos sustitutos es muy leve.

(F5) Rivalidad entre los competidores

Los competidores ofrecen sus servicios en un mercado que está creciendo no solo por el incremento del PIB del Ecuador, sino también porque se está desarrollando un mercado

cautivo. Se estima que a la fecha, solo el 10% del mercado ha sido captado. De un mercado potencial de tarjetas de crédito de 500.000 tarjetas, tan solo 45.565 tarjetahabientes utilizan el servicio. Los competidores tienen un gran mercado por desarrollar y por tanto sus estrategias van enfocadas a captar parte del mercado cautivo y no a quitar clientes de la competencia.

IV.A.2 ANALISIS FOVDA

FORTALEZAS

- La Gerencia posee 5 años de experiencia en empresas similares.
- Tiene un amplio conocimiento en el mercado y manejo de logística.
- El cobro del servicio se realizarán de forma anticipada, esto permite que se genere un flujo de efectivo que financia la operación de la empresa.

DEBILIDADES

- El riesgo de depender de un proveedor para un proceso crítico.
- Estrecha relación entre el flujo de caja y el cumplimiento del presupuesto de ventas. Se requiere cumplir las metas de ventas caso contrario habría la necesidad de recurrir a préstamos o nuevas aportaciones de capital para financiar la actividad.
- Dependencia para identificar un proveedor tecnológico calificado en este proceso crítico.

OPORTUNIDADES

- Un incremento en la tendencia de compras por Internet a nivel mundial.

- La posibilidad de acceder a mercados con economías de escala, que permite al comprador encontrar artículos en mejores condiciones de precio, calidad, exclusividad, tecnología, etc.
- Un mercado potencial local sin captar por ninguno de los actuales oferentes del servicio.
- Estado Unidos es el principal mercado y no existe diferencial cambiario con ese país.
- Crecimiento del mercado generado por las campañas publicitarias masivas del gobierno, que le permiten al consumidor, conocer las ventajas de este sistema.

AMENAZAS

- Elevado riesgo país. Ecuador cerró en el 2010 con un promedio de 925 puntos, ubicándose en el segundo lugar, después que Venezuela.
- Incremento en el 5% a la salida de capitales, lo que generará cierta limitación en las compras.
- Constantes cambios en la legislación ecuatoriana.
- Restricciones arancelarias, cupos y salvaguardas.
- La “Ley de Comercio Electrónico”, no ha sido actualizada desde el 2002 .

VALORES

- Uno de los principales objetivos de la empresa es generar nuevas plazas de trabajo que contribuyan al desarrollo del país. Utilizando mano de obra ecuatoriana tanto en Ecuador como en Miami.

- Toda la operación aduanera será realizada con total transparencia y legalidad ajustándonos a normas y regulaciones, garantizando así el proceso legalizado de toda la mercadería.
- Quienes formaremos parte de la empresa procuraremos un ambiente confiable para todos, la objetividad, el respeto a los demás y la transparencia serán fundamentales, para lograr un ambiente de trabajo favorable.
- La tolerancia, el respeto, la aceptación de la diversidad serán los fundamentos para poder trabajar dentro de un equipo heterogéneo, así mismo para entender la diversidad de los clientes.
- El sentido de equipo será el valor fundamental, pues brindar una experiencia diferente a nuestros clientes no es trabajo de una sola persona, sino más bien de todo un equipo comprometido con los objetivos del negocio.
- El compromiso es una responsabilidad tanto con la empresa, como con los clientes y con los propios miembros de este equipo. Creándose un reglamento que todos deben cumplir para alcanzar el éxito deseado.

IV.B DIRECTRICES DE LA EMPRESA

IV.B.1 MISIOS, VISION, VALORES ORGANIZACIONALES

MISION

La misión de la empresa “e-Box” será la de transportar los bienes adquiridos vía electrónica en los Estados Unidos hacia el Ecuador, brindando al cliente una servicio ágil y oportuno.

VISION

La visión es la de convertirse en una compañía reconocida por el mercado ecuatoriano, como la transportadora de la mercadería comprada a través del Internet en el plazo establecido del proyecto, es decir 5 años.

VALORES ORGANIZACIONALES

Los valores corporativos que diferenciarán a e-box de la competencia y que serán el camino a diferenciarnos estratégicamente de los competidores será:

- Compromiso con los clientes de hacer el mejor esfuerzo para movilizar los paquetes en forma ágil y oportuna.
- Manejo de una comunicación adecuada interna de la compañía para integrar todos los eslabones de la cadena de valor.
- Seguridad. Se demostrará a los clientes que sus envíos están bien resguardados así como también la información que nos otorgue.
- Amabilidad para crear fidelidad en los clientes a través de un trato familiar y cálido.

IV.C SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA

IV.C.1 CADENA DE VALOR

La cadena valor es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de la división en sus principales actividades generadoras de valor.

Se denomina cadena de valor, pues considera a las principales actividades de una empresa, como los eslabones de una cadena (las cuales forman un proceso básicamente compuesto por diseño, producción, promoción, venta y distribución), que van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una.

Esta herramienta divide las actividades generadoras de valor de una empresa en dos: actividades primarias o de línea y actividades de apoyo o de soporte.

Una empresa, desde su proyecto hasta que el producto final acaba en manos del cliente, va pasando por cinco fases diferentes (Investigación/desarrollo, fabricación, marketing, distribución y servicio postventa), en las que el producto adquiere un nuevo valor, como consecuencia de añadir características tangibles e intangibles (diseño, funcionalidad, imagen, reconocimiento de marca por parte del mercado), y a cambio de las cuales los clientes está dispuestos a tomar nuestra oferta y a pagarnos.

El auge de Internet y más concretamente del comercio electrónico, ha posibilitado a las empresas con presencia en la red una enorme capacidad de síntesis de la información sobre sus productos y clientes, así como un más profundo y enfocado análisis de lo que sucede en el negocio. Esto implicaría una reducción muy importante en los procesos generadores de valor planteado por Porter.

Si queremos conocer cómo puede influir en nuestra cadena de valor el comercio electrónico, debemos considerar dicha cadena en todo su conjunto. Desde hacer visibles nuestros servicios en una página web para una simple consulta por parte del cliente, hasta completar la transacción electrónicamente, incluyendo la generación de reportes de facturación y cobros. El comercio electrónico aporta una serie de ventajas competitivas a aquellas empresas que deciden adoptarlo, ya que contribuye a desarrollar una serie de capacidades o habilidades

imprescindibles para diferenciarse de la competencia. La integración digital entre empresas (tanto hacia adelante –con clientes– como hacia atrás –con proveedores–) ayuda a mejorar la gestión interna de la propia empresa y constituye en un arma eficaz a la hora de afrontar el objetivo de conocer nuestro mercado y a nuestros competidores, ya sean actuales o simplemente potenciales.



En la cadena de valor desarrollada anteriormente, se puede determinar que existe una constante a que se refiere al servicio al cliente en cada una de las etapas

IV.C.2 POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO

1. Ofrecer a los clientes una dirección física en Estados Unidos y no una dirección postal.

Realizar un trabajo de pesaje de los paquetes recibidos para que el cliente pueda calcular los valores a pagar en forma casi exacta. Se garantizará un despacho oportuno con los mejores itinerarios manteniendo un correcto almacenaje y manejo en los Estados Unidos hasta que se realice el despacho. Al llegar al Ecuador, se realizara los trámites aduaneros lo más rápido posible y se despachará los paquetes inmediatamente. La compañía asumirá cualquier pérdida que se pueda generar al 100% en paquetes de hasta \$400 dólares. Esto no generará un riesgo para la empresa ya que se contará con una póliza de transporte internacional que cubrirá el 80% de los paquetes en caso de siniestro. Los siniestros son muy bajos en la operación, salvo las entregas nacionales que también estarán cubiertas por una póliza que ofrece la empresa de transporte nacional. La empresa tratará de mantener un recurso humano estable que le permita tener conocimiento en la solución de potenciales conflictos.

Usaremos un positioning statement de “eBox transporta tus sueños” ya que queremos que el cliente nos identifique como los transportadores de sus sueños convertidos en paquetes.

IV.C.3 MANTENIMIENTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA

La excelencia en el servicio, será nuestra principal ventaja competitiva que garantizará la satisfacción del cliente y la fidelidad hacia nuestro servicio.

El precio del servicio es la otra ventaja competitiva, puesto que ofreceremos un precio bajo y unificado, se cobrará un solo valor por libra que incluirá todo el servicio, de esta manera los costos serán fáciles de calcular.

Llegado el momento en que la empresa logra obtener la ventaja competitiva que sitúe sus niveles de rentabilidad por encima de sus competidores, es el turno de que estos traten de derribar la ventaja cosechada. Deben ir limando esta diferencia, lo que no es nada fácil y lleva mucho tiempo, si bien podemos decir que depende de la estrategia que se siga, y que puede tomar dos caminos principalmente: la imitación y la innovación.

La imitación es la forma más sencilla que tiene una empresa de igualar la ventaja que hasta ese momento tiene la otra, si bien hay que decir que si una ventaja competitiva es imitable, no supone tanta ventaja para la empresa que la posee, es decir, tiene fecha de caducidad. Por el lado de la innovación, dependerá, de los recursos y capacidades de la empresa.

Pero como la posibilidad de imitar podría ser relativamente sencilla, la empresa líder, esto es, la que cuenta con la ventaja competitiva a su favor, debe tratar de evitar la imitación, que es la forma más directa de competir que tienen las empresas seguidoras. Y el hecho de evitar la imitación es lo que Rumelt llama *mecanismos de aislamiento*, barreras a la imitación que cuanto más eficaces sean traerán como consecuencia la mayor duración de la ventaja competitiva para la empresa líder. Y para conocer estas barreras a la imitación hay que comprobar el proceso de imitación de la competencia, un proceso que para alcanzar el éxito debe atender a las siguientes consideraciones:

- *Identificación.*- la empresa debe darse cuenta de que su competidora cuenta con una ventaja competitiva que la hace superior.

- *Incentivo.*- lo entendemos en el sentido competitivo, de superación de la rentabilidad media, como ya hace la empresa líder.
- *Diagnóstico.*- análisis profundo de la estrategia que sigue la empresa líder y que le hace contar con la ventaja competitiva a favor.
- *Adquisición de recursos.*- para imitar a la empresa hay que contar, al menos, con sus mismos recursos.
- *Servicio de excelencia constante.*- por ser una empresa de servicios, toda la actividad gira alrededor del cliente. La competencia debería buscar la forma en cómo generar un servicio similar al de la empresa líder.

Fuente: <http://www.aulafacil.com/estrategia2/Lecc-5.htm>

Por ser e-Box una empresa que tiene claramente definidas sus ventajas competitivas y habiendo considerado que la competencia actual y probable en el futuro puede hacer una imitación del producto, la estrategia para mantener la ventaja competitiva en el tiempo será la de brindar un servicio de excelencia a los clientes y generar su fidelidad para contar con una base de consumidores que nos permita tener un nivel constante de ventas.

MANTENIMIENTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Tipos de mecanismos de aislamiento

Requisitos para la Imitación

- Identificación
- Incentivos para la imitación
- Diagnostico
- Adquisición de recursos
- Servicio de excelencia constante

Mecanismos de Aislamiento

- Ocultamiento de procesos administrativos y plataforma de negocios electrónicos
- Generación de plataforma segura de pagos
- Continua variación de las campañas publicitarias para crear ambigüedad.
- Generar un modelo fuerte de logística en origen.
- Mejoramiento continuo de los procesos y atención al cliente.

IV.C.4 PROGRAMAS TACTICOS

- Identificar tendencias de mercado y adaptar los futuros productos a cambios en la demanda.
- Buscar un proveedor en los Estados Unidos con una infraestructura adecuada y experiencia que nos permita tener un manejo óptimo de las mercaderías que llegan a la dirección física.
- Definir las rutas de vuelo y los mejores horarios de conexión USA -Ecuador.
- Responder a la demanda en el plazo y condición establecidos.
- Contratar un Courier local eficiente a un precio competitivo y con una gran cobertura.
- Simplificar los procesos de manejo que tiene nuestros proveedores.
- Desarrollar el procedimiento para realizar re empaques.
- Contratar a un desarrollador de plataformas electrónicas con experiencia. Que sea innovador y que busque seguridades para el comercio electrónico.
- Tener un conocimiento exhaustivo del comportamiento del consumidor, ya que la propia idiosincrasia de la red nos posibilita conocer cuáles son los enlaces de nuestra página que más le interesan.
- Realizar campañas de promoción usando la base de los primeros clientes.
- Involucrar al cliente en el diseño de futuros proyectos.

IV.D CONTROL ESTRATEGICO

En el país no se cuenta con información estadística sobre el comportamiento de los mercados, menos aun en un sobre un negocio relativamente nuevo en el medio. Es por esta razón que la única forma de medir la gestión es a través de índices de crecimiento generados con la

información financiera-contable de la empresa. El cuadro desarrollado que se presenta a continuación, servirá para controlar el desempeño en forma inmediata, ya que los datos requeridos estarán concadenados con el sistema de plan de cuentas propio del negocios, es decir, el departamento financiero-contable, podrá entregar a gerencia los índices de crecimiento las veces que sea necesarias y de forma inmediata tan solo usando el software contable.

Ebox.com.ec BALANCE GENERAL (CIFRAS EN MILES DE \$)							
ACTIVO	MES SEPTBRE 2011	MES SEPTBRE 2010	% PARTIC. 2011	PASIVO Y PATRIMONIO DE SOCIOS	MES SEPTBRE 2011	MES SEPTBRE 2010	% PARTIC. 2011
DISPONIBLE	0	0	#DIV/0!	FINANCIERAS	0	0	#DIV/0!
CAJA			#DIV/0!	TARJETAS DE CRÉDITO - CREDIEXPRESS			
BANCOS			#DIV/0!	PROVEEDORES	0	0	#DIV/0!
INVERSIONES	0	0	#DIV/0!	NACIONALES	0	0	
ENCARGOS FIDUCIARIOS			#DIV/0!	CUENTAS POR PAGAR	0	0	#DIV/0!
OBLIGATORIAS			#DIV/0!	COSTOS Y GASTOS POR PAGAR			#DIV/0!
PROVISIÓN			#DIV/0!	RETENCIÓN EN LA FUENTE			#DIV/0!
DEUDORES	0	0	#DIV/0!	IMPUESTO A LAS VENTAS RETENIDO			#DIV/0!
CLIENTES			#DIV/0!	IMPUESTO DE INDUSTRIA Y CIO RETENIDO			#DIV/0!
CUENTAS X COBRAR ACCIONISTAS			#DIV/0!	RETENCIONES Y APORTES DE NÓMINA			#DIV/0!
ANTICIPOS Y AVANCES			#DIV/0!	OTROS PASIVOS			#DIV/0!
ANTICIPOS IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES			#DIV/0!	CUENTAS POR PAGAR ACCIONISTAS			#DIV/0!
DEUDORES VARIOS			#DIV/0!	IMPUESTOS, GRAVAMENES Y TASAS	0	0	#DIV/0!
PROVISIÓN			#DIV/0!	DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS			#DIV/0!
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	0	0	#DIV/0!	IMPUESTO I.V.A			#DIV/0!
COSTO ACTIVOS FIJOS			#DIV/0!	IMPUESTO I.C.A			#DIV/0!
MENOS: DEPRECIACIÓN ACUMULADA			#DIV/0!	OBLIGACIONES LABORALES	0	0	#DIV/0!
DIFERIDOS	0	0	#DIV/0!	PRESTACIONES SOCIALES CONSOLIDADAS			#DIV/0!
CARGOS DIFERIDOS			#DIV/0!	AHORRO EMPLEADOS			#DIV/0!
LICENCIAS Y MARCAS			#DIV/0!	PASIVOS ESTIMADOS	0	0	#DIV/0!
INVERSIONES LARGO PLAZO	0	0	0,00%	PRESTACIONES SOCIALES			#DIV/0!
ACCIONES	0	0	#DIV/0!	TOTAL PASIVO	0	0	#DIV/0!
INTANGIBLES	0	0	0,00%				
BIENES RECIBIDOS EN ARRENDAMIENTO FINANCIERO			#DIV/0!	PATRIMONIO DE LOS SOCIOS	MES SEPTBRE 2011	MES SEPTBRE 2010	% PARTICIPA CION
				CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO			#DIV/0!
				RESERVA LEI LEGAL			#DIV/0!
				UTILIDAD (PÉRDIDA) EJERCICIOS ANTER.			#DIV/0!
				REVALORIZACION DEL PATRIMONIO			#DIV/0!
				UTILIDADES RETENIDAS			#DIV/0!
				UTILIDAD DEL EJERCICIO			#DIV/0!
				TOTAL PATRIMONIO	0	0	#DIV/0!
TOTAL DEL ACTIVO	0	0	100,00%	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO DE LOS	0	0	#DIV/0!

ULTRABOX ANEXOS BALANCE GENERAL (CIFRAS EN MILES DE \$)							
	MES SEPTBRE 2011	MES SEPTBRE 2010	% PARTICIPACION 2011	PASIVO Y PATRIMONIO DE SOCIOS	MES SEPTBRE 2011	MES SEPTBRE 2010	% PARTICIPACION -2011
ANTICIPOS Y AVANCES-DEUDORES VARIOS				COSTOS Y GASTOS POR PAGAR			
A trabajadores			#DIV/0!	Honorarios			#DIV/0!
Anticipos Otros			#DIV/0!	Transportes Fletes y Acarreos			#DIV/0!
Anticipos Siniestros x cobrar			#DIV/0!	Servicios Públicos			#DIV/0!
Retenfuente practicada a la Cia			#DIV/0!	Seguros			#DIV/0!
Retenfuente practicada a la Cia			#DIV/0!	Otros			#DIV/0!
Anticipos Impuestos			#DIV/0!	Papelería y Elementos oficina y publicidad			0,00%
Transferencia Ecuador *			#DIV/0!	Gastos de Representación			#DIV/0!
Transferencia Miami			#DIV/0!	Servicios técnicos			#DIV/0!
Anticipo proveedores			#DIV/0!	Cuentas x pagar fiscales			#DIV/0!
Cuentas x cobrar socios			#DIV/0!	TOTAL COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	0	0	#DIV/0!
TOTAL ANTICIPOS Y AVANCES	0	0	#DIV/0!				
CARGOS DIFERIDOS				PROVEEDORES			
Gastos de viaje Miami			#DIV/0!	Transferencia Ecuador			#DIV/0!
Bienes en Leasing			#DIV/0!	Proveedores			0,00%
Publicidad, propaganda y promo.			#DIV/0!	Proveedores Fiscales			0,00%
Licencias Software comercial			#DIV/0!	TOTAL COSTOS FLETES Y ACARREOS	0	0	#DIV/0!
Gastos de viaje al exterior			#DIV/0!				
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	0	0	#DIV/0!				

CAPITULO V

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

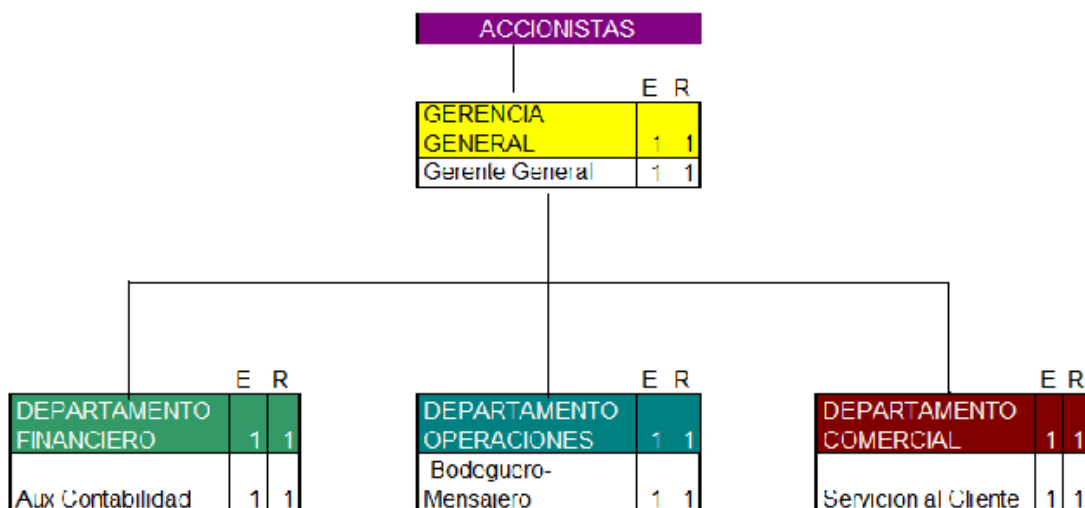
V.A. Estructura organizacional

La organización como unidad social es el grupo de personas que se interrelacionan para alcanzar objetivos específicos.

La organización cumple los siguientes propósitos: reúne e integra recursos; define la estructura de las unidades; establece la división del trabajo en tareas y departamentos específicos mediante la diferenciación y departamentalización; proporciona los medios de coordinación de las diversas tareas organizacionales; agrupa los trabajos en unidades y define los niveles de autoridad y responsabilidad estableciendo líneas formales de autoridad.

eBox.com.ec contará con un organigrama el cual ha sido publicado y comunicado a su personal y está diseñado de la siguiente manera:

V.A.1. Organigrama Ebox.com.ec



Total de personal	4
E= Existentes	4
R= Requeridos	4

IMPORTANCIA DEL ÁREA DE TALENTO HUMANO

“El Área de Recursos Humanos tiene un efecto en las personas y en las organizaciones. La manera de reclutar y seleccionar a las personas en el mercado laboral, integrarlas y orientarlas, hacerlas trabajar, desarrollarlas, recompensarlas o evaluarlas y editarlas, es un aspecto crucial en la competitividad organizacional”³³.

En estos tiempos debido al crecimiento de las empresas y a su frecuente exposición ante la competencia mundial, se ha cambiado la forma de ver al recurso humano, pues ahora es parte principal de la organización y ya no una reserva de ahorro o reducción de costos.

Tomando en cuenta estos aspectos es muy importante que los directivos y ejecutivos describan las funciones que deben realizar el personal y al mismo tiempo guíen y transmitan la información oportuna a los empleados, para que las actividades realizadas sean las requeridas y evitar posibles confusiones, de esta manera tanto la empresa como el empleado conocen cuales son los objetivos de su cargo y la proyección de crecimiento.

V.B. Manual de Funciones

Para el diseño del Manual de Funciones de Ebox, se revisó las actividades que realizan los empleados y se enfocó en permitir que el colaborador conozca sus funciones y al mismo tiempo proporcionar las herramientas a todas las áreas de la compañía, para su mejor desempeño en el cumplimiento con estas normas.

³³ CHIAVENATO, Idalberto, [Administración de Recursos Humanos](#), McGrawHill, Editora Atlas, México, 2007, Pág.118

V.B.1. Formato de descripción del puesto

Para que el personal conozca cual es el compromiso que tiene para con la empresa, requiere conocer cuáles son sus deberes y derechos dentro de la misma, pues es necesario e importante dar a conocer sobre el puesto que ocupa en la compañía, cuáles son sus funciones, a quien debe reportar su trabajo y si su cargo cuenta con personal a cargo o no. Por esta razón se elaboró un formato de descripción de puesto de cada empleado de la compañía:

DESCRIPCIÓN DEL PUESTOS

1.- GERENCIA GENERAL

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Gerente General
DEPARTAMENTO	Gerencia
OCUPANTE DEL PUESTO	Ximena Cevallos
1. ENTORNO LABORAL	
REPORTA A	Junta General de Accionistas
SUBORDINADOS	Servicio al cliente, Aux. Contable y Paquetería, Bodeguero-Mensajero, Paquetería
REEMPLAZADO POR	Accionistas
REEMPLAZA A	
2. PROPÓSITO DEL PUESTO	
El Gerente General de eBox.com.ec actuará como representante legal de la empresa, fijará las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la Junta General de Accionistas.	
Será el soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional.	
Será la imagen de la empresa en el ámbito externo, proveerá de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo.	
Gestionar eficientemente las distintas áreas que conforman la organización, estableciendo políticas para su respectivo cumplimiento, optimizando los recursos de las mismas y llegando al éxito corporativo.	
3. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	

Proponer a la Junta General de Accionistas y dirigir la aplicación de planes, presupuestos, organización, estrategia y objetivos empresariales.	
Dirigir la implementación de las disposiciones del Directorio y Junta General de Accionistas.	
Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas.	
Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.	
Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.	
Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.	
Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional.	
Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.	
Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.	
Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.	
Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.	
Supervisar constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.	
Dirigir las acciones de mejora y rediseño de procesos de negocio, la calidad del servicio y la productividad de la empresa.	
Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los socios.	
Coordinar con los diferentes departamentos para asegurar que los procesos se estén aplicando de acuerdo a la normativa de la empresa.	
Crear y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.	
Delegar las atribuciones necesarias para la mejor marcha de la empresa.	
4. APROBACIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
OCUPANTE DEL PUESTO	_____
	Firma / Fecha
GERENCIA GENERAL	_____
	Firma / Fecha

5. HISTORIAL DE CAMBIO		
No. Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha
		[año-mes]

2.- AUXILIAR CONTABLE Y PAQUETERIA

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Auxiliar Contable y Paquetería
DEPARTAMENTO	Departamento Financiero
OCUPANTE DEL PUESTO	
1. ENTORNO LABORAL	
REPORTA A	Gerencia General
SUBORDINADOS	Ninguno
REEMPLAZADO POR	Gerente General
REEMPLAZA A	Ninguno
2. PROPÓSITO DEL PUESTO	
Llevar la información contables de forma clara y eficiente.	
En paquetería será la encargada de sacar la mayor cantidad de paquetes de Miami para hacerlos llegar a Ecuador con los documentos de soporte correspondientes.	
3. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	
Facturar y cobrar los paquetes que han salido de Miami.	
Realizar los roles de pago	
Preparar los formularios para el pago de impuestos	
Realizar las planillas del IESS	
Revisar el pago de proveedores	
Entregar los auxiliares al contador externo	
Revisar diariamente la sección de paquetes en Miami.	
Solicitar las facturas a los clientes cuyos paquetes hayan llegado sin factura a Miami.	
Armar los embarques hacia Ecuador con los paquetes que estén completos.	
Enviar la información del listado de paquetes a embarcar al Agente de Aduana con las facturas de los paquetes que no llegaron a Miami con factura.	
4. APROBACIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
OCUPANTE DEL PUESTO	_____
	Firma / Fecha
GERENCIA GENERAL	_____
	Firma / Fecha

5. HISTORIAL DE CAMBIO		
No. Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha
		[año-mes]

3.- SERVICIO AL CLIENTE

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Servicio al Cliente	
DEPARTAMENTO	Departamento Comercial	
OCUPANTE DEL PUESTO		
1. ENTORNO LABORAL		
REPORTA A	Gerencia General	
SUBORDINADOS	Ninguno	
REEMPLAZADO POR	Gerente General	
REEMPLAZA A	Ninguno	
1. PROPÓSITO DEL PUESTO		
La persona de servicio al cliente será la encargada de hacer un puente de comunicación entre los clientes y la compañía.		
2. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES		
Recibirá las llamadas de los clientes y dará el soporte necesario en cuanto a información del servicio, de costos, de restricciones aduaneras, etc.		
Revisará diariamente los clientes que se han suscrito al servicio, los llamará para darles la bienvenida y les dará una breve explicación del servicio y como maximizar sus compras.		
Contestará vía email las inquietudes que los clientes envíen.		
3. APROBACIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
OCUPANTE DEL PUESTO	Firma / Fecha	
GERENCIA GENERAL	Firma / Fecha	
4. HISTORIAL DE CAMBIO		
No. Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha
		[año-mes]

4.- BODEGUERO-MENSAJERO

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Bodeguero – Mensajero	
DEPARTAMENTO	Departamento Operaciones	
OCUPANTE DEL PUESTO		
1. ENTORNO LABORAL		
REPORTA A	Gerencia General	
SUBORDINADOS	Ninguno	
REEMPLAZADO POR	Gerente General	
REEMPLAZA A	Ninguno	
2. PROPÓSITO DEL PUESTO		
Organizar los paquetes en la bodega y realizar los trámites en la oficina.		
3. PRINCIPALES RESPONSABILIDADES		
Realizar los depósitos a los bancos		
Realizar los pagos correspondientes		
Recibir los paquetes que no pudieron ser despachados porque no fueron pagados.		
Ubicar los paquetes en bodega.		
Prepara los paquetes de bodega que fueron cancelados para enviarlos a despacho.		
4. APROBACIÓN DE LA DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
OCUPANTE DEL PUESTO	_____	
	Firma / Fecha	
GERENCIA GENERAL	_____	
	Firma / Fecha	
5. HISTORIAL DE CAMBIO		
No. Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha
		[año-mes]

V.C. Análisis y Valoración de Puestos

Además de la “Descripción del Puesto” es importante que Ebox cuente con un “Perfil del Puesto” el mismo que servirá de guía para la selección, contratación y promoción del personal, pues con este se conoce cuales son las características mínimas necesarias que debe

cumplir un candidato para el desempeño de un cargo y también poder promocionar al personal de una manera más rápida y efectiva.

V.C.1. Perfiles del puesto

El “Perfil del Puesto” requiere ser genérico por cada puesto existente en el organigrama de la compañía y no por los ocupantes del mismo. Para el levantamiento del perfil del Puesto de Ebox.com.ec se elaboró el siguiente formato:

1.- GERENCIA GENERAL

PERFIL DEL PUESTO				
DENOMINACION DEL PUESTO	Gerencia General			
DEPARTAMENTO	Gerencia			
DIRECCION DE LA COMPAÑÍA				
TELEFONO DE LA COMPAÑÍA	2260-347			
EMAIL DE CONTACTO	gerencia@ebox.com.ec			
1. EDUCACION				
ESTUDIOS SECUNDARIOS	Requerido			
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	Especialidad Marketing o Comercio Exterior			
2. EXPERIENCIA NECESARIA REQUERIDA				
Tiempo	Requerimientos			
De 1 a 3 años	Gerencias departamentales o General			
3. FORMACION				
FORMACION TECNICA				
	NIVEL	ALTO	MEDIO	BAJO
IDIOMA INGLES (escrito)			x	
IDIOMA INGLES (hablado)			x	
OTROS	Computación			
4. COMPETENCIAS (Habilidades y aptitudes para el puesto)				
1. Profesional con don de mando, capacidad para liderar grupos y trabajar en equipo bajo presión.				
2. Habilidades técnicas que involucrará el conocimiento y experticia en determinados procesos o herramientas propias de su cargo.				
3. Habilidades humanas para interactuar efectivamente con la gente. Con su personal a cargo, con proveedores y clientes.				
4. Habilidades conceptuales para la formulación de ideas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, etc.				
5. APROBACIÓN DEL PERFIL DEL PUESTO				
GERENTE GENERAL				
	Firma / Fecha			
6. HISTORIAL DEL CAMBIO				
No Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha		
		año-mes		

2.- AUXILIAR CONTABLE Y PAQUETERIA

PERFIL DEL PUESTO				
DENOMINACION DEL PUESTO	Auxiliar Contable			
DEPARTAMENTO	Financiero			
DIRECCION DE LA COMPAÑÍA				
TELEFONO DE LA COMPAÑÍA	2260-347			
EMAIL DE CONTACTO	contabilidad@ebox.com.ec			
1. EDUCACION				
ESTUDIOS SECUNDARIOS	Bachiller en Contabilidad			
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	Estudiante de contabilidad y finanzas			
2. EXPERIENCIA NECESARIA REQUERIDA				
Tiempo	Requerimientos			
De 1 a 3 años	Auxiliar Contable			
3. FORMACION				
FORMACION TECNICA				
	NIVEL	ALTO	MEDIO	BAJO
IDIOMA INGLES (escrito)				x
IDIOMA INGLES (hablado)				x
OTROS	Computación			
4. COMPETENCIAS (Habilidades y aptitudes para el puesto)				
1. Amplio conocimiento crítico en el análisis e interpretación de estados financiero.				
2. Conocimientos sólidos en materia contable, fiscal y financiera.				
3. Manejo de documentación y diseño de procedimientos acorde a disposiciones fiscales vigentes.				
4. Conocimiento de sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la infomación financiera.				
5. Habilidades comunicativas y don de palabra.				
6. Trabaje bajo presión.				
7. Con habilidades para trabajar en equipo.				
8. Tolerante, receptivo, paciente.				
5. APROBACIÓN DEL PERFIL DEL PUESTO				
GERENTE GENERAL	Firma / Fecha			
6. HISTORIAL DEL CAMBIO				
No Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha		

	año-mes
--	---------

3.- SERVICIO AL CLIENTE

PERFIL DEL PUESTO				
DENOMINACION DEL PUESTO	Servicio al cliente			
DEPARTAMENTO	Comercial			
DIRECCION DE LA COMPAÑÍA				
TELEFONO DE LA COMPAÑÍA	2260-347			
EMAIL DE CONTACTO	servicioalcliente@ebox.com.ec			
1. EDUCACION				
ESTUDIOS SECUNDARIOS	Bachiller en Secretariado Ejecutivo			
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	Preferible pero no necesario.			
2. EXPERIENCIA NECESARIA REQUERIDA				
Tiempo	Requerimientos			
De 1 a 3 años	Servicio al cliente			
3. FORMACION				
FORMACION TECNICA				
	NIVEL	ALTO	MEDIO	BAJO
IDIOMA INGLES (escrito)			x	
IDIOMA INGLES (hablado)			x	
OTROS	Computación			
4. COMPETENCIAS (Habilidades y aptitudes para el puesto)				
1. Habilidad para comunicarse y don de palabra.				
2. Trabaje bajo presión.				
3. Paciente y que brinde buen trato al cliente.				
4. Con habilidades para trabajar en equipo.				
5. Tolerante y receptiva.				
5. APROBACIÓN DEL PERFIL DEL PUESTO				
GERENTE GENERAL				
	Firma / Fecha			
6. HISTORIAL DEL CAMBIO				
No Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha		
		año-mes		

4.- BODEGUERO-MENSAJERO

PERFIL DEL PUESTO				
DENOMINACION DEL PUESTO	Bodeguero- Mensajero			
DEPARTAMENTO	Operaciones			
DIRECCION DE LA COMPAÑÍA				
TELEFONO DE LA COMPAÑÍA	2260-347			
EMAIL DE CONTACTO	bodega@ebox.com.ec			
1. EDUCACION				
ESTUDIOS SECUNDARIOS	Bachiller			
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	No necesarios			
2. EXPERIENCIA NECESARIA REQUERIDA				
Tiempo	Requerimientos			
De 1 a 3 años	Servicio al cliente			
3. FORMACION				
FORMACION TECNICA				
	NIVEL	ALTO	MEDIO	BAJO
IDIOMA INGLES (escrito)				
IDIOMA INGLES (hablado)				
OTROS	Computación			
4. COMPETENCIAS (Habilidades y aptitudes para el puesto)				
1. Habilidad comunicativas para el trato con los clientes.				
2. Capacidad de organización con los paquetes en bodega.				
3. Capacidad de trabajar en equipo.				
4. Conocimiento básico de computación para poder ingresar y retirar paquetes.				
5. APROBACIÓN DEL PERFIL DEL PUESTO				
GERENTE GENERAL				
	Firma / Fecha			
6. HISTORIAL DEL CAMBIO				
No Revisión	MOTIVO DEL CAMBIO	Fecha		
		año-mes		

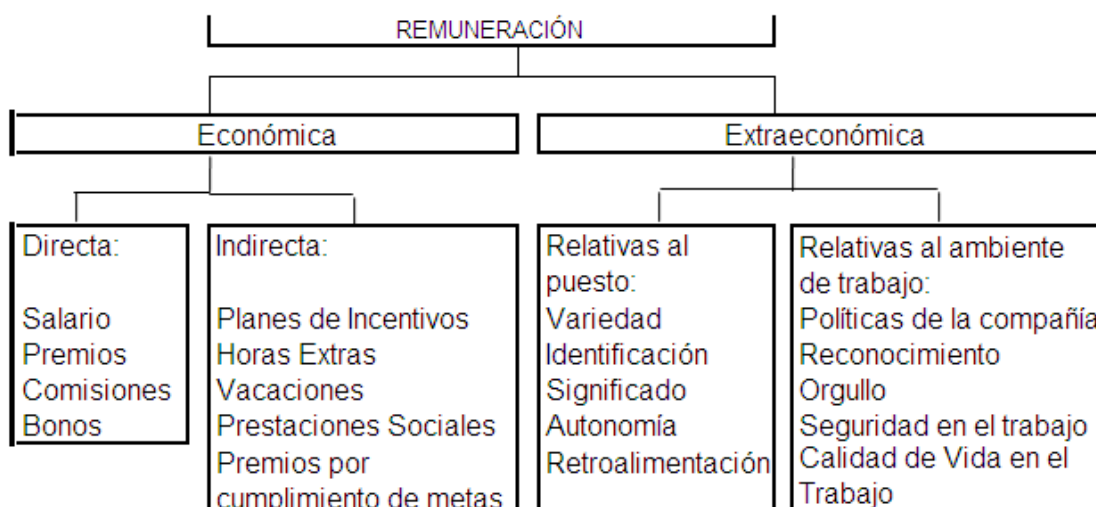
V.D. Sistema de Remuneraciones y compensaciones

La remuneración se refiere a la recompensa que el individuo recibe a cambio de realizar las tareas de la compañía. En Ebox se tratará de una relación de intercambio entre la empresa y los trabajadores.

Ebox pensando en el bienestar de sus empleados ofrece un sistema de remuneración enfocado en los diferentes aspectos de bienestar, estos tipos de remuneraciones son: la “Económica” y la Extraeconómica”.

La Remuneración Económica comprende los pagos correspondientes a salarios, comisiones, horas extras etc. Es decir todo pago directo o indirecto relacionado con el trabajo desarrollado por las funciones asignadas.

La Remuneración Extraeconómica como el orgullo, la autoestima, el reconocimiento, la seguridad en el empleo también afectan profundamente la satisfacción del empleado, por esta razón Ebox ve la importancia de tomar en cuenta estos aspectos en el sistema de remuneraciones.



CUADRO DE REMUNERACIONES

eBox.com.ec

	AÑO 1		
	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com. Vtas	Remun. total aprox.
Personal			
Libras		14178	
Gerencia	900	319,01	1.219
Servicio al Cliente	390	94,52	485
Aux. Contable y Paq.	350		350
Bodeguero -Mensajero	300		300
	1.940	413,53	2353,525

Fuente: Autor

Tanto el gerente como la persona de servicio al cliente, recibirán comisiones por cumplimiento de ventas el primer año. A partir del segundo año se bonificará a todo el personal, a fin de que perciban ingresos adicionales, de esta manera se buscará que realicen su trabajo con eficiencia, para mantener a los clientes contentos y así atraer más clientes.

V.E. Programa de formación y desempeño

V.E.1 Plan Anual de Capacitación

“Capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”.³⁴

La capacitación es un medio para desarrollar la fuerza de trabajo de las organizaciones y permite un debido desempeño del puesto por medio de la educación profesional.

El desarrollo de un programa de capacitación para los empleados de Ebox permitirá enfocar el crecimiento de los colaboradores, tener un mayor control y objetividad sobre su crecimiento profesional y personal.

Para la preparación del Plan Anual de Capacitación la Gerencia General determinará un presupuesto de \$480 dólares el primer año. Se realizará un cronograma de capacitación anual del personal, el mismo que será elaborado en base a los Perfiles de Cargo, la identificación de aspectos claves del trabajo que deben ser reforzados y la implementación de nuevas políticas o sistemas en la compañía.

Se tomará en cuenta los programas que ofrece el Gobierno a través de la Corporación Financiera Nacional y otros organismos gubernamentales.

³⁴ CHIAVENATO Idalberto, *Administración de recursos humanos*, México, McGrawHill, 2007, pag 386

CUADRO ANUAL DE CAPACITACION 2012

eBox.com.ec

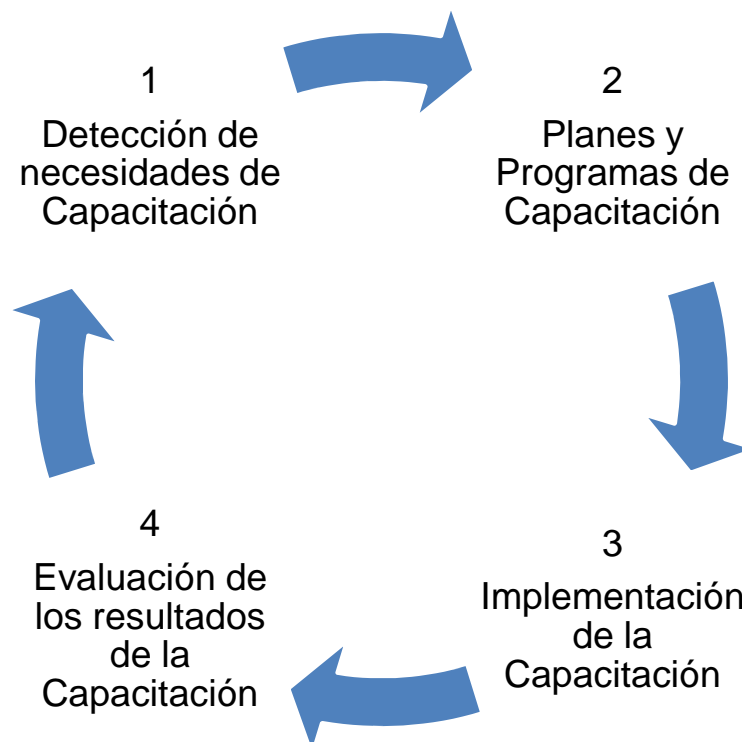
Personal	Fecha	Curso a tomar
Gerencia	feb-12	Coaching empresarial
Servicio al Cliente	Marzo 2012 / Agos 2012	Manejo de objeciones y resolución de conflictos; ventas por Internet
Aux. Contable	may-12	Curso de NIF
Coord. Paquetería	abr-12	Comercio exterior 1
Bodeguero -Mensa	ago-12	Logística

Fuente: Aut

V.E.2 Evaluación de la Capacitación

Al final de la capacitación se realizará una evaluación escrita, a cada uno de los participantes, a fin de examinar la comprensión del personal, si la calificación obtenida no supera el 70%, se deberá volver a entrenar y repetir la evaluación.

En caso de que fuera externa el jefe inmediato deberá realizar la puntuación de la misma. La valoración de la capacitación recibida, podrá ser realizada mediante pruebas formales escritas o evaluación en el desempeño de las funciones del empleado y el cumplimiento de procedimientos y políticas de la compañía de acuerdo a su cargo.



CICLO DE CAPACITACIÓN

Fuente: CHIAVENATO Idalberto, Administración de recursos humanos, México, McGrawHill, 2007

V.F CRITERIOS DE MOTIVACIÓN

“Motivación: Es todo aquellos que impulsa a la persona a actuar de determinada manera o que da origen, por lo menos, a una determinada tendencia, a un determinado comportamiento”.³⁵

Contrataremos los servicios de un profesional en Psicología Industrial, a fin de que realice 1 o 2 charlas por año, para motivar al personal y lograr que den lo mejor de ellos en el trabajo.

³⁵ KAST, Fremont E. y ROSENWEIG, James E., Organization and management, Tokyo, McGraw-Hill Kogakusha, 1970, pag. 245

CAPITULO VI

INGENIERÍA DEL PROYECTO

VI.A Base Legal

VI.A.1 Tipo de compañía a constituirse.

Para nuestro proyecto hemos elegido constituirnos como una compañía anónima, de esta manera las acciones serán fácilmente negociables y transferibles una y otra vez. No se requerirá cambios en la Escritura pública de Constitución, ni consenso en Junta General, ya que se pueden negociar libremente. Los socios responden por un máximo del valor de sus acciones.

Concepto de compañía anónima y requerimientos:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

No podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil

El capital mínimo autorizado por la Superintendencia de compañías es de \$800 dólares.

La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

NOMINA DE SOCIOS EBOX.COM.EC

Socio	Capital aportado	Cantidad Acciones	% Partic
Michel Ramírez	12.000	12.000	30%
Ximena Cevallos	24.000	24.000	60%
Jaime Jurado	4.000	4.000	10%
Total			100%

Fuente: Autor

ADMINISTRADORES DE LA COMPAÑÍA EBOX S.A.

Una sociedad anónima debe tener administradores que la dirijan y un comisario que haga la función de controlador.

Administradores de la Compañía eBox.com.ec

Cargo	Funcionario
Gerente General y Rep. Legal	Ximena Cevallos
Comisario	Carmen Estrella

Fuente: Autor

Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas;
2. De la existencia real de los dividendos declarados;
3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;
4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales; y,
5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

La responsabilidad de los administradores frente a la compañía quedará extinguida:

1. Por aprobación del balance y sus anexos
2. Cuando hubieren procedido en cumplimiento de acuerdos de la junta general, a menos que tales acuerdos fueren notoriamente ilegales;
3. Por aprobación de la gestión, o por renuncia expresa a la acción, o por transacción acordada por la junta general; y,
4. Cuando hubieren dejado constancia de su oposición conforme a lo indicado en el artículo anterior.

Los comisarios, socios o no, tienen derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía. Su responsabilidad será vigilar que toda la operación sea realizada de manera correcta, en cuanto a la parte contable y administrativa.

VI.A.2 Requerimientos de la ley de comercio electrónico.

El Ecuador tiene ley de comercio electrónico desde el 17 de Abril del 2002 No. 67 R.O. Suplemento 557. Sin embargo esta ley todavía tiene vacíos legales, sobre todo con la aceptación del clic en los contratos que validan la aceptación del mismo.

Según la ley los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterán al cumplimiento de lo establecido en la ley y sus reglamentos.

Actualmente están reconocidos los contratos realizados por medios electrónicos siempre y cuando posean firma electrónica.

La firma electrónica es un número logarítmico que identifica, que la persona que firma es quien dice el certificado digital ser. Lo emiten instituciones certificadas por el CONATEL (Consejo Nacional de Telecomunicaciones), y tiene la misma validez jurídica que la firma manuscrita en los documentos y contratos que lleven dicha firma.

La duración de la firma electrónica es indefinida. El costo varía dependiendo el dispositivo que la contenga y va desde los 20 dólares hasta los 100. La persona interesada debe adjuntar sus documentos de identidad y la empresa certificadora constatará que la información entregada sea verdadera y debe realizarse de manera personal.

Lamentablemente para el tipo de contratos de servicios masivos, como el de eBox, el requerimiento de firma electrónica no es aplicable, debido al costo y al trámite que implicaría la obtención de dicha firma.

En otros países como Estados Unidos, el simple clic en el contrato, constituye una aceptación de las obligaciones, pero esta normativa todavía no es válida en Ecuador y para que los

contratos o acuerdos en la web sirvan legalmente es necesario que estén firmados electrónicamente o que sean realizados en papel con firma manuscrita.

VI.A.3 Requerimientos de la ley de Aduanas – Régimen Courier.

La actual ley de Aduana, Régimen Courier, permite las compras bajo la modalidad de paquetes 4X4, que ha sido muy impulsada por el Gobierno. Esta modalidad corresponde a la categoría B de la ley y dice que las personas naturales pueden importar con cero impuestos, paquetes para uso personal de hasta 4 kilos y \$400 dólares

Ley de Aduana, Capítulo VI, Sección III Régimen particular o de Excepción que dice:

“Art 69 Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos,- La importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales, cuyo valor CIF o FOB, en su caso no exceda del límite que se establece en el reglamento de esta Ley. Transportados por cualquier clase de correo, incluido los denominados correos rápidos, se despacharán por la Aduana mediante formalidades simplificadas. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido se sujetarán a las normas aduaneras generales.”

Según la Ley de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos o Courier, se puede transportar bajo este régimen:

- Documentos.- No pagan impuestos.
- Paquetes de hasta 4 kilos y hasta \$400 dólares sin fines comerciales.-No pagan impuestos
- Paquetes de máximo desde 4 kilos hasta 50 kilos y desde \$401 dólares hasta máximo \$2000 dólares. Pagan 20% Arancel, 12% IVA y 0.5% FODINFA.

Bajo el siguiente esquema de clasificación y tributos:

- Categoría A): Tráfico Postal Internacional. Esta categoría contempla los documentos o información, tales como: cartas, impresos, periódicos, prensa, fotografías, títulos, revistas, catálogos, libros, tarjetas, chequeras, etc.
- Categoría B): Paquetes cuyo peso sea menor o igual a cuatro kilogramos y su valor FOB sea menor o igual a los USD\$ 400 dólares de los Estados Unidos de América, o su equivalente en otra moneda, siempre que se trate de mercancías de uso para el destinatario y sin fines comerciales. Para acogerse a esta categoría, las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea.
- Categoría C): Paquetes que no se contemplen en la categoría anterior y cuyo peso sea menor o igual a 50 kilogramos y su valor FOB sea menor o igual a USD\$ 2000 dólares de los Estados Unidos de América, o su equivalente en otra moneda, siempre que no estén contenidos en otras categorías.
- Categoría D): Paquetes con prendas y complementos de vestir, los demás artículos textiles confeccionados y calzado; y cuyo peso sea menor o igual a 20 kilogramos y su valor FOB sea menor o igual a USD\$ 2000 dólares de los Estados Unidos de América, o su equivalente en otra moneda. Para acogerse a esta categoría, las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea.
- Categoría E): Paquetes que contengan los siguientes bienes:
Medicinas sin fines comerciales, siempre que arriben a nombre de una persona natural y que justifiquen su necesidad ante la administración aduanera (Se requiere receta médica legalmente aceptada).
Los paquetes importados al amparo de esta categoría están exentos de toda limitación de peso y valor. No se exigirá documentos de control previo a las mercancías de esta categoría.

- Categoría F): Libros o similares, o equipos de computación y sus partes, siempre que la partida específica dentro del capítulo 1 al 97 del arancel nacional de importaciones tenga tarifa 0%.. Están exentos de toda limitación de peso y valor.

Resolución No. 1-2008-R3, del 17 de Enero de 2008, Reglamento específico para el régimen particular o de excepción de tráfico postal internacional y correos rápidos o Courier.

CAPITULO VII

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

Para la realización del estudio y evaluación económica se han tomado como guía los siguientes parámetros:

1. Determinación de las ventas: Se la realizó en base de la proyección del mercado objetivo, crecimiento de oferta y demanda.
 - a. Se toma como punto inicial de ventas la cantidad equivalente al 1,5% del mercado para el escenario pesimista, esta decisión se la realiza en base al estudio del mercado, al análisis del crecimiento del sector en la región y en el país, y tomando en cuenta que las 7.089 libras presupuestadas dividido para 3.6 que es el promedio por paquete nos da un total de 1.969 paquetes anuales, considerando que un cliente trae mínimo 2 paquetes por año necesitaríamos 984 clientes al año o 82 clientes al mes. Esta cantidad si sería posible realizando las campañas de publicidad planificadas.
 - b. El escenario esperado se lo proyectó tomando como referencia la captación del 3% del mercado total, esto es 14.178 libras anuales, 3938 paquetes al año transportados por 1969 clientes. Deberíamos captar 164 clientes al mes. Este porcentaje sería factible realizando un trabajo eficiente en publicidad y ventas.
 - c. El mercado optimista se lo proyectó al 4% de captación del mercado total. Dándonos un total de 18.904 libras anuales, 5251 paquetes al año transportados por 2625 clientes al año o 218 clientes al mes. Este porcentaje

puede ser alcanzado pero se requiere una inversión mayor en publicidad para captar clientes de forma masiva.

- d. En cada escenario, el crecimiento se lo fija en base los retos que la gerencia debería imponer al grupo que conformaría la empresa. Se señala un crecimiento del 100% para el 2do año y el 50% para el 3ro, 4to y 5to año.
2. Determinación de los gastos: Se lo ha realizado en base a los gastos comunes de una oficina del sector proponiendo elevaciones racionales en los periodos proyectados.
 3. Determinación de los activos necesarios para apoyo a las ventas. El listado de activos propuestos fue desarrollado en base a las necesidades de una empresa en la cual laboran 5 personas y a los precios de los artículos (activos) a la fecha de la elaboración de este trabajo (Noviembre del 2011). Las depreciaciones son las permitidas por la legislación ecuatoriana en un método de depreciación lineal.
 4. El presupuesto de nomina fue elaborado en función del mercado laboral y en base a las competencias que se buscan en cada uno de los individuos. También se ha considerado la capacidad de pago de la empresa sobretodo en el primer año de instauración. AL final de la proyección, la nomina refleja una inversión competitiva en personal.
 5. Los potenciales préstamos que se necesitarían han sido calculados de acuerdo a las tasas vigentes y las condiciones de mercado. La determinación del capital refleja los fondos potenciales propios que se pueden tener disponibles.
 6. Los Estados Financieros de; Situación, Resultados y Flujo de Efectivo, fueron preparados en base a todas las consideraciones y han sido rigurosamente revisados de tal forma que las cifras que se presentan son mutuamente dependientes y presentan saldos e información financiera confiable.

7. Finalmente se determina VAN, TIR, Índices Financieros, Punto de Equilibrio y análisis de sensibilidad en base de fórmulas comúnmente aceptadas y que nos dan una visión global de la conveniencia de este proyecto.

VII.A. Inversión del Proyecto

Determinacion de fondos para aplicar en Activos

Equipos de Oficina	\$	2.070,00	
Muebles y Enseres	\$	6.240,00	
Eq. Computacion, licencias y Progrmas	\$	14.590,00	
Gastos de Constitucion	\$	6.000,00	
Garantias	\$	800,00	
Total			\$ 29.700,00

Determinacion de Capital operativo

Ingresos por ventas Mes 01-Mes 10	\$	56.144,88	
Egresos en efectivo Mes 01-Mes 10	\$	(70.152,51)	
Total			\$ 14.007,63

Determinacion de Fuentes de Financiamiento

A ser financiado:			\$ 43.707,63
<i>Fuentes:</i>			
Prestamo Bancario	\$	-	
Capital Propio (Inicial)	\$	48.700,00	
Total			\$ 48.700,00

VII.A.1 Determinación de la inversión inicial en activos fijos que den soporte a las ventas.

DETALLE DE ACTIVOS QUE DAN SOPORTE A LAS VENTAS Y CALCULO DE DEPRECIACIONES

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Total	Depreciaciones				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Oficina								
Central telefonica	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Telefonos	5	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Telefono internacional	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
<i>Subtotal</i>			\$ 2.070,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00
<i>*Tasa Dep 20% anual</i>								
Muebles y Enseres								
Juegos de escritorios	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Sillones	8	\$ 250,00	\$ 2.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Silletas	6	\$ 125,00	\$ 750,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Archivadores	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
vajilla	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Varios	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
<i>Subtotal</i>			\$ 6.240,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00
<i>*Tasa Dep 10% anual</i>								
Eq. computacion, licencias y progrms.								
Computador de escritorio	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00	\$ 643,50	\$ 643,50	\$ 643,50		
Computador portatil	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00		
Impresoras a tinta	2	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20		
Impresora matricial	1	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 92,40	\$ 92,40	\$ 92,40		
Escanner	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60		
Programa contable financiero	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00		
Plataforma e-commerce	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00		
<i>Subtotal</i>			\$ 14.590,00	\$ 4.863,33	\$ 4.863,33	\$ 4.863,34		
<i>*Tasa Dep 33,33% anual</i>								
TOTAL			\$ 22.900,00	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ 5.901,34	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00

VII.B Proyección de estados financieros

VII.B.1 Proyección de ventas mensuales del primer año

Nuestro mercado objetivo el primer año será de 14.178 libras al año. Que corresponde al 3% del mercado proyectado al año 1.

PROYECCION DE VENTAS AÑO 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Libras		283,56	425,34	567,12	708,9	850,68	1276,02	1701,36	1559,58	1984,92	2268,48	2552,04	14.178
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	
Total USD	\$ -	\$ 1.701,36	\$ 2.552,04	\$ 3.402,72	\$ 4.253,40	\$ 5.104,08	\$ 7.656,12	\$ 10.208,16	\$ 9.357,48	\$ 11.909,52	\$ 13.610,88	\$ 15.312,24	\$ 85.068,00

VII.B.2 Proyección de ventas anuales para cada uno de los cinco años

PROYECCION DE VENTAS Y CRECIMIENTO AÑOS 2-5

	AÑO 2	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 3	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 4	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 5	CRECIMIENTO	CRECIM. %
Libras	28.356	14.178	100%	42.534	14.178	50%	63.801	21.267	50%	95.702	31.901	50%
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00		
Total USD	\$ 170.136,00			\$ 255.204,00			\$ 382.806,00			\$ 574.209,00		

VII.B.3 Estado de resultados proyectado a 5 años

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	CREC.	CREC. %	AÑO 3	CREC.	CREC. %	AÑO 4	CREC.	CREC. %	AÑO 5	CREC.	CREC. %
INGRESOS													
Libras	14.178	28.356	14.178	100%	42.534	14.178	50%	63.801	21.267	50%	95.702	31.901	50%
Valor (USD)	\$ 85.068,00	\$ 170.136,00	\$ 85.068,00	100%	\$ 255.204,00	\$ 85.068,00	50%	\$ 382.806,00	\$ 127.602,00	50%	\$ 574.209,00	\$ 191.403,00	50%
EGRESOS													
Costos													
Transporte Internacional	\$ 19.849,20	\$ 39.698,40	\$ 19.849,20	100%	\$ 59.547,60	\$ 19.849,20	50%	\$ 89.321,40	\$ 29.773,80	50%	\$ 133.982,10	\$ 44.660,70	50%
Transporte Local	\$ 2.410,26	\$ 4.820,52	\$ 2.410,26	100%	\$ 7.230,78	\$ 2.410,26	50%	\$ 10.846,17	\$ 3.615,39	50%	\$ 16.269,26	\$ 5.423,09	50%
Servicio Miami	\$ 8.506,80	\$ 17.013,60	\$ 8.506,80	100%	\$ 25.520,40	\$ 8.506,80	50%	\$ 38.280,60	\$ 12.760,20	50%	\$ 57.420,90	\$ 19.140,30	50%
Manejo de Aduanas	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 1.800,00	100%	\$ 5.400,00	\$ 1.800,00	50%	\$ 8.100,00	\$ 2.700,00	50%	\$ 12.150,00	\$ 4.050,00	50%
Multas Aduana	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 240,00	\$ 20,00	9%	\$ 280,00	\$ 40,00	17%	\$ 350,00	\$ 70,00	25%
Perdida Paquetes	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 300,00	\$ 80,00	36%	\$ 380,00	\$ 80,00	27%	\$ 480,00	\$ 100,00	26%
Gastos Administrativos y Ventas													
Nomina	\$ 23.280,00	\$ 25.608,00	\$ 2.328,00	10%	\$ 28.168,80	\$ 2.560,80	10%	\$ 42.253,20	\$ 14.084,40	50%	\$ 63.379,80	\$ 21.126,60	50%
Beneficios Sociales	\$ 3.570,00	\$ 12.973,01	\$ 9.403,01	263%	\$ 14.270,31	\$ 1.297,30	10%	\$ 21.405,47	\$ 7.135,16	50%	\$ 32.108,21	\$ 10.702,74	50%
Comisiones en ventas	\$ 4.962,30	\$ 9.924,60	\$ 4.962,30	100%	\$ 14.886,90	\$ 4.962,30	50%	\$ 22.330,35	\$ 7.443,45	50%	\$ 33.495,53	\$ 11.165,18	50%
Servicios Contables	\$ 3.600,00	\$ 3.960,00	\$ 360,00	10%	\$ 4.356,00	\$ 396,00	10%	\$ 4.791,60	\$ 435,60	10%	\$ 5.270,76	\$ 479,16	10%
Servicios Legales	\$ -	\$ 240,00	\$ 240,00		\$ 480,00	\$ 240,00	100%	\$ 480,00	\$ -	0%	\$ 480,00	\$ -	0%
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ 600,00	\$ 600,00	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 660,00	\$ -	0%
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ 180,00	\$ 180,00		\$ 600,00	\$ 420,00	233%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 5.280,00	\$ 480,00	10%	\$ 5.280,00	\$ -	0%
Cuotas Condominio	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 726,00	\$ 66,00	10%	\$ 798,60	\$ 72,60	10%
Agua	\$ -	\$ 36,00	\$ 36,00		\$ 72,00	\$ 36,00	100%	\$ 72,00	\$ -	0%	\$ 72,00	\$ -	0%
Luz	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ -		\$ 600,00	\$ 450,00	300%	\$ 720,00	\$ 120,00	20%	\$ 720,00	\$ -	0%
Telefono	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 600,00	20%	\$ 5.160,00	\$ 1.560,00	43%	\$ 5.160,00	\$ -	0%	\$ 5.160,00	\$ -	0%
Telefonia Celular	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ -	0%	\$ 1.056,00	\$ 96,00	10%	\$ 1.161,60	\$ 105,60	10%	\$ 1.277,60	\$ 116,00	10%
Telefonia Internacional	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ -	0%	\$ 105,60	\$ 9,60	10%	\$ 116,61	\$ 11,01	10%	\$ 127,76	\$ 11,15	10%
Internet	\$ 673,44	\$ 900,00	\$ 226,56	34%	\$ 1.320,00	\$ 420,00	47%	\$ 1.440,00	\$ 120,00	9%	\$ 2.160,00	\$ 720,00	50%
Materiales de oficina	\$ 510,00	\$ 700,00	\$ 190,00	37%	\$ 1.560,00	\$ 860,00	123%	\$ 4.800,00	\$ 3.240,00	208%	\$ 5.160,00	\$ 360,00	8%
Publicidad	\$ 10.000,00	\$ 10.208,16	\$ 208,16	2%	\$ 15.312,24	\$ 5.104,08	50%	\$ 22.968,36	\$ 7.656,12	50%	\$ 34.452,54	\$ 11.484,18	50%
Movilizacion	\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 60,00	25%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%	\$ 450,00	\$ 50,00	13%
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	0%
Seguridad	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 30,00	9%	\$ 432,00	\$ 380,00	106%
Gastos de Viaje	\$ 1.740,00	\$ 500,00	\$ (1.240,00)	-71%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	400%	\$ 2.200,00	\$ (300,00)	-12%
Arriendo moto	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 1.080,00	\$ 240,00	29%	\$ 1.080,00	\$ -	0%
Gasolina y mantenimiento moto	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%
Mantenimiento oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%
Regalos Cilente (navidad)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 600,00	\$ -	0%
Agasajo empleados (navidad)	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 700,00	\$ 100,00	17%	\$ 800,00	\$ 100,00	14%	\$ 900,00	\$ 100,00	13%
Articulos de Limpieza	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 420,00	\$ 60,00	17%	\$ 500,00	\$ 80,00	19%
Datafast	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%
Varios	\$ 480,00	\$ 528,00	\$ 48,00	10%	\$ 580,80	\$ 52,80	10%	\$ 638,88	\$ 58,08	10%	\$ 702,77	\$ 63,89	10%
Depreciaciones	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ -	0%	\$ 5.901,34	\$ 0,01	0%	\$ 1.038,00	\$ (4.863,34)	-82%	\$ 1.038,00	\$ -	0%
Amortizaciones	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Gastos Financieros													
Gastos Bancarios	\$ 60,00	\$ 70,00	\$ 10,00	17%	\$ 80,00	\$ 10,00	14%	\$ 90,00	\$ 10,00	13%	\$ 100,00	\$ 10,00	11%
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	
TOTAL	\$ 101.819,33	\$ 152.737,62	\$ 50.918,29		\$ 204.098,77	\$ 51.361,15		\$ 291.860,24	\$ 87.761,47		\$ 422.857,81	\$ 131.305,57	7,18
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO													
ANTES DE IMPUESTOS	\$ (16.751,33)	\$ 17.398,38			\$ 51.105,23			\$ 90.945,76			\$ 151.351,19		

VII.B.4 Flujo de Caja ajustado

Flujo de efectivo AÑO 01

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Saldo Inicial en caja	0	\$ 14.226,52	\$ 10.495,08	\$ 7.284,65	\$ 4.595,24	\$ 2.426,85	\$ 119,48	\$ 35,16	\$ 1.513,89	\$ 2.471,60	\$ 4.992,37	\$ 8.055,17	
Aporte de capital	\$ 19.000,00												\$ 19.000,00
Prestamo Bancario	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por ventas	\$ -	\$ 1.701,36	\$ 2.552,04	\$ 3.402,72	\$ 4.253,40	\$ 5.104,08	\$ 7.656,12	\$ 10.208,16	\$ 9.357,48	\$ 11.909,52	\$ 13.610,88	\$ 15.312,24	\$ 85.068,00
Saldo en Caja ajustado	\$ 19.000,00	\$ 15.927,88	\$ 13.047,12	\$ 10.687,37	\$ 8.848,64	\$ 7.530,93	\$ 7.775,60	\$ 10.243,32	\$ 10.871,37	\$ 14.381,12	\$ 18.603,25	\$ 23.367,41	
Transporte Internacional	\$ -	\$ 396,98	\$ 595,48	\$ 793,97	\$ 992,46	\$ 1.190,95	\$ 1.786,43	\$ 2.381,90	\$ 2.183,41	\$ 2.778,89	\$ 3.175,87	\$ 3.572,86	\$ 19.849,20
Transporte Local	\$ 46,41	\$ 72,31	\$ 96,41	\$ 120,51	\$ 144,62	\$ 216,92	\$ 289,23	\$ 265,13	\$ 337,44	\$ 385,64	\$ 433,85	\$ 433,85	\$ 2.410,26
Bodega Miami	\$ -	\$ 170,14	\$ 255,20	\$ 340,27	\$ 425,34	\$ 510,41	\$ 765,61	\$ 1.020,82	\$ 935,75	\$ 1.190,95	\$ 1.361,09	\$ 1.531,22	\$ 8.506,80
Manejo de Aduanas	\$ -	\$ 36,00	\$ 54,00	\$ 72,00	\$ 90,00	\$ 108,00	\$ 162,00	\$ 216,00	\$ 198,00	\$ 252,00	\$ 288,00	\$ 324,00	\$ 1.800,00
Multas Aduana	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Perdida Paquetes	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Nomina	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 23.280,00
Beneficios Sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 660,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.910,00	\$ 3.570,00
Comisiones en ventas	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 413,53	\$ 4.962,30
Servicios Contables	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicios Legales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Cuotas Condominio	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Luz	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Telefono	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Telefonia Celular	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Telefonia Internacional	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Internet	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 673,44
Materiales de oficina	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 510,00
Publicidad	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 10.000,00
Movilizacion	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Seguridad	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 330,00
Gastos de Viaje	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 1.740,00
Arriendo moto	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Gasolina y mantenimiento moto	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Mantenimiento oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00
Regalos Cliente (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Agasajo empleados (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Articulos de Limpieza	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Datafast	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Varios	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Gastos Bancarios	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Prestamos Bancarios (Capital)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamos Bancarios (Interes)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal Egresos en Efectivo	\$ 4.773,48	\$ 5.432,80	\$ 5.762,47	\$ 6.092,13	\$ 6.421,79	\$ 7.411,45	\$ 7.740,44	\$ 8.729,43	\$ 8.399,77	\$ 9.388,75	\$ 10.548,08	\$ 14.617,41	\$ 95.318,00
Saldo en Caja	\$ 14.226,52	\$ 10.495,08	\$ 7.284,65	\$ 4.595,24	\$ 2.426,85	\$ 119,48	\$ 35,16	\$ 1.513,89	\$ 2.471,60	\$ 4.992,37	\$ 8.055,17	\$ 8.750,00	\$ 64.966,00

VII.B.5 Balance General

BALANCE GENERAL

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
<i>Activo Corriente</i>	\$ 19.000,00	\$ 8.750,00	\$ 32.649,71	\$ 90.256,27	\$ 182.840,03	\$ 335.829,22
Caja-Bancos	\$ 19.000,00	\$ 8.750,00	\$ 32.649,71	\$ 90.256,27	\$ 182.840,03	\$ 335.829,22
<i>Activos Fijos</i>	\$ 22.900,00	\$ 16.998,67	\$ 11.097,34	\$ 5.196,00	\$ 4.158,00	\$ 3.120,00
Equipos de oficina	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (414,00)	\$ (828,00)	\$ (1.242,00)	\$ (1.656,00)	\$ (2.070,00)
Muebles y Enseres	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (624,00)	\$ (1.248,00)	\$ (1.872,00)	\$ (2.496,00)	\$ (3.120,00)
Eq. computacion, licencias y progrms.	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ -	\$ -
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (4.863,33)	\$ (9.726,66)	\$ (14.590,00)	\$ -	\$ -
<i>Activos Diferidos</i>	\$ 6.800,00	\$ 6.200,00	\$ 5.600,00	\$ 5.000,00	\$ 4.400,00	\$ 3.800,00
Gastos de Constitucion	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
(-) Amortiz. Gastos de constitucion	\$ -	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Garantias	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 48.700,00	\$ 31.948,67	\$ 49.347,05	\$ 100.452,27	\$ 191.398,03	\$ 342.749,22
PASIVOS						
<i>Pasivo Corriente</i>						
Obligaciones Bancarias	\$ -	\$ -	\$ -			
<i>Pasivo Diferido</i>						
Cuentas por pagar accionistas	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00
TOTAL PASIVOS	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00	\$ 47.900,00
CAPITAL						
Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Utilidad/perdida del ejercicio	\$ -	\$ (16.751,33)	\$ 17.398,38	\$ 51.105,23	\$ 90.945,76	\$ 151.351,19
Utilidad o perdida acumulada	0	0	\$ (16.751,33)	\$ 647,05	\$ 51.752,27	\$ 142.698,03
TOTAL CAPITAL	\$ 800,00	\$ (15.951,33)	\$ 1.447,05	\$ 52.552,27	\$ 143.498,03	\$ 294.849,22
TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 48.700,00	\$ 31.948,67	\$ 49.347,05	\$ 100.452,27	\$ 191.398,03	\$ 342.749,22

VII.B.6 Determinación del Capital de Trabajo

El capital de trabajo se refiere a la inversión que tendrá que realizar la empresa para lograr el funcionamiento básico del negocio en lo referente a sueldo, salarios e insumos.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Total
Ingreso por ventas	0	1701,36	2552,04	3402,72	4253,4	5104,08	7656,12	10208,16	9357,48	11909,52	56144,88
Subtotal Egresos en Efectivo	4773,47833	5432,80353	5762,46613	6092,12873	6421,79133	7411,45393	7740,44173	8729,42953	8399,76693	9388,75473	70152,51
Capital de Trabajo a ser financiado											-14007,63

VII.B.7 Análisis de sensibilidad

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien obtendremos el porcentaje de cambio. La fórmula a utilizar es la siguiente: $(VAN_n - VAN_e) / VAN_e$.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_sensibilidad

VAN Escenario pesimista		\$ (48.763,98)	
VAN Escenario esperado		\$ 356.724,32	
VAN Escenario optimista		\$ 607.617,21	
Indice de sensibilidad con escenario pesimista			-114%
Indice de sensibilidad con escenario optimista			70%

De este índice podríamos determinar que la sensibilidad de las ventas en el proyecto son sumamente altas frente a cada punto porcentual del mercado objetivo que podamos tomar

VII.B.8 ANALISIS DE ESCENARIOS

ESCENARIO 2 PESIMISTA

Para el escenario pesimista se ha tomado el 1,5% de participación de mercado.

Determinacion de fondos para aplicar en Activos

Equipos de Oficina	\$	2.070,00	
Muebles y Enseres	\$	6.240,00	
Eq. Computacion, licencias y Progrmas	\$	14.590,00	
Gatos de Constitucion	\$	6.000,00	
Garantias	\$	800,00	
Total			\$ 29.700,00

Determinacion de Capital operativo

Ingresos por ventas año 01	\$	42.534,00	
Ingresos por ventas año 02	\$	85.068,00	
Ingresos por ventas año 03	\$	127.602,00	
Ingresos por ventas año 04	\$	191.403,00	
Ingresos por ventas año 05	\$	287.104,50	
Egresos en efectivo año 01	\$	(89.250,60)	
Egresos en efectivo año 02	\$	(124.333,43)	
Egresos en efectivo año 03	\$	(141.898,08)	
Egresos en efectivo año 04	\$	(198.348,80)	
Egresos en efectivo año 05	\$	(283.409,65)	
Total			\$ 103.529,06

Determinacion de Fuentes de Financiamiento

A ser financiado			\$ 133.229,06
<i>Fuentes:</i>			
Prestamo Bancario	\$	25.000,00	
Capital Propio (Inicial)	\$	54.700,00	
Capital Propio Año 2	\$	36.000,00	
Capital Propio Año 3	\$	15.000,00	
Capital Propio Año 4	\$	7.000,00	
Capital Propio Año 5	\$	-	
Total			\$ 137.700,00

ESCENARIO 2 PESIMISTA

DETALLE DE ACTIVOS QUE DAN SOPORTE A LAS VENTAS Y CALCULO DE DEPRECIACIONES

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Total	Depreciaciones				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Oficina								
Central telefonica	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Telefonos	5	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Telefono internacional	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
<i>Subtotal</i>			\$ 2.070,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00
<i>*Tasa Dep 20% anual</i>								
Muebles y Enseres								
Juegos de escritorios	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Sillones	8	\$ 250,00	\$ 2.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Silletas	6	\$ 125,00	\$ 750,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Archivadores	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
vajilla	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Varios	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
<i>Subtotal</i>			\$ 6.240,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00
<i>*Tasa Dep 10% anual</i>								
Eq. computacion, licencias y progrms.								
Computador de escritorio	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00	\$ 643,50	\$ 643,50	\$ 643,50		
Computador portatil	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00		
Impresoras a tinta	2	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20		
Impresora matricial	1	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 92,40	\$ 92,40	\$ 92,40		
Escanner	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60		
Programa contable financiero	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00		
Plataforma e-commerce	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00		
<i>Subtotal</i>			\$ 14.590,00	\$ 4.863,33	\$ 4.863,33	\$ 4.863,34		
<i>*Tasa Dep 33,33% anual</i>								
TOTAL			\$ 45.800,00	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ 5.901,34	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00

ESCENARIO 2 PESIMISTA**PROYECCION DE VENTAS AÑO 1**

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Libras		141,78	212,67	283,56	354,45	425,34	638,01	850,68	779,79	992,46	1134,24	1276,02	7.089
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	
Total USD	\$ -	\$ 850,68	\$ 1.276,02	\$ 1.701,36	\$ 2.126,70	\$ 2.552,04	\$ 3.828,06	\$ 5.104,08	\$ 4.678,74	\$ 5.954,76	\$ 6.805,44	\$ 7.656,12	\$ 42.534,00

PROYECCION DE VENTAS AÑOS 2-5

	AÑO 2	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 3	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 4	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 5	CRECIMIENTO	CRECIM. %
Libras	14.178	7.089	100%	21.267	7.089	50%	31.901	10.634	50%	47.851	15.950	50%
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00		
Total USD	\$ 85.068,00			\$ 127.602,00			\$ 191.403,00			\$ 287.104,50		

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	CREC.	CRECIM. %	AÑO 3	CREC.	CRECIM. %	AÑO 4	CREC.	CRECIM. %	AÑO 5	CREC.	CRECIM. %
INGRESOS													
Libras	7.089	14.178	7.089	100%	21.267	7.089	50%	31.901	10.634	50%	47.851	15.950	50%
Valor (USD)	\$ 42.534,00	\$ 85.068,00	\$ 42.534,00	100%	\$ 127.602,00	\$ 42.534,00	50%	\$ 191.403,00	\$ 63.801,00	50%	\$ 287.104,50	\$ 95.701,50	50%
EGRESOS													
Costos													
Transporte Internacional	\$ 9.924,60	\$ 19.849,20	\$ 9.924,60	100%	\$ 29.773,80	\$ 9.924,60	50%	\$ 44.660,70	\$ 14.886,90	50%	\$ 66.991,05	\$ 22.330,35	50%
Transporte Local	\$ 1.205,13	\$ 2.410,26	\$ 1.205,13	100%	\$ 3.615,39	\$ 1.205,13	50%	\$ 5.423,09	\$ 1.807,70	50%	\$ 8.134,63	\$ 2.711,54	50%
Bodega Miami	\$ 4.253,40	\$ 8.506,80	\$ 4.253,40	100%	\$ 12.760,20	\$ 4.253,40	50%	\$ 19.140,30	\$ 6.380,10	50%	\$ 28.710,45	\$ 9.570,15	50%
Manejo de Aduanas	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 1.800,00	100%	\$ 5.400,00	\$ 1.800,00	50%	\$ 8.100,00	\$ 2.700,00	50%	\$ 12.150,00	\$ 4.050,00	50%
Multas Aduana	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 240,00	\$ 20,00	9%	\$ 280,00	\$ 40,00	17%	\$ 350,00	\$ 70,00	25%
Perdida Paquetes	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 300,00	\$ 80,00	36%	\$ 380,00	\$ 80,00	27%	\$ 480,00	\$ 100,00	26%
Gastos Administrativos y Ventas													
Nomina	\$ 23.280,00	\$ 25.608,00	\$ 2.328,00	10%	\$ 28.168,80	\$ 2.560,80	10%	\$ 42.253,20	\$ 14.084,40	50%	\$ 63.379,80	\$ 21.126,60	50%
Beneficios Sociales	\$ 3.570,00	\$ 12.973,01	\$ 9.403,01	263%	\$ 14.270,31	\$ 1.297,30	10%	\$ 21.405,47	\$ 7.135,16	50%	\$ 32.108,21	\$ 10.702,74	50%
Comisiones en ventas	\$ 2.481,15	\$ 4.962,30	\$ 2.481,15	100%	\$ 7.443,45	\$ 2.481,15	50%	\$ 11.165,18	\$ 3.721,73	50%	\$ 16.747,76	\$ 5.582,59	50%
Servicios Contables	\$ 3.600,00	\$ 3.960,00	\$ 360,00	10%	\$ 4.356,00	\$ 396,00	10%	\$ 4.791,60	\$ 435,60	10%	\$ 5.270,76	\$ 479,16	10%
Servicios Legales	\$ -	\$ 240,00	\$ 240,00		\$ 480,00	\$ 240,00	100%	\$ 480,00	\$ -	0%	\$ 480,00	\$ -	0%
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ 600,00	\$ 600,00	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 660,00	\$ -	0%
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ 180,00	\$ 180,00		\$ 600,00	\$ 420,00	233%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 5.280,00	\$ 480,00	10%	\$ 5.280,00	\$ -	0%
Cuotas Condominio	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 726,00	\$ 66,00	10%	\$ 798,60	\$ 72,60	10%
Agua	\$ -	\$ 36,00	\$ 36,00		\$ 72,00	\$ 36,00	100%	\$ 72,00	\$ -	0%	\$ 72,00	\$ -	0%
Luz	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ -		\$ 600,00	\$ 450,00	300%	\$ 720,00	\$ 120,00	20%	\$ 720,00	\$ -	0%
Telefono	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 600,00	20%	\$ 5.160,00	\$ 1.560,00	43%	\$ 5.160,00	\$ -	0%	\$ 5.160,00	\$ -	0%
Telefonia Celular	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ -	0%	\$ 1.056,00	\$ 96,00	10%	\$ 1.161,60	\$ 105,60	10%	\$ 1.277,60	\$ 116,00	10%
Telefonia Internacional	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ -	0%	\$ 105,60	\$ 9,60	10%	\$ 116,61	\$ 11,01	10%	\$ 127,76	\$ 11,15	10%
Internet	\$ 673,44	\$ 900,00	\$ 226,56	34%	\$ 1.320,00	\$ 420,00	47%	\$ 1.440,00	\$ 120,00	9%	\$ 2.160,00	\$ 720,00	50%
Materiales de oficina	\$ 510,00	\$ 700,00	\$ 190,00	37%	\$ 1.560,00	\$ 860,00	123%	\$ 4.800,00	\$ 3.240,00	208%	\$ 5.160,00	\$ 360,00	8%
Publicidad	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ -	0%	\$ 10.000,00	\$ -	0%	\$ 11.484,18	\$ 1.484,18	15%	\$ 17.226,27	\$ 5.742,09	50%
Movilizacion	\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 60,00	25%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%	\$ 450,00	\$ 50,00	13%
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	0%
Seguridad	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 30,00	9%	\$ 432,00	\$ 380,00	106%
Gastos de Viaje	\$ 1.740,00	\$ 500,00	\$ (1.240,00)	-71%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	400%	\$ 2.200,00	\$ (300,00)	-12%
Arriendo moto	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 1.080,00	\$ 240,00	29%	\$ 1.080,00	\$ -	0%
Gasolina y mantenimeinto moto	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%
Mantenimiento oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%
Regalos Cilente (navidad)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 600,00	\$ -	0%
Agasajo empleados (navidad)	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 700,00	\$ 100,00	17%	\$ 800,00	\$ 100,00	14%	\$ 900,00	\$ 100,00	13%
Articulos de Limpieza	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 420,00	\$ 60,00	17%	\$ 500,00	\$ 80,00	19%
Datafast	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%
Varios	\$ 480,00	\$ 528,00	\$ 48,00	10%	\$ 580,80	\$ 52,80	10%	\$ 638,88	\$ 58,08	10%	\$ 702,77	\$ 63,89	10%
Depreciaciones	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ -	0%	\$ 5.901,34	\$ 0,01	0%	\$ 1.038,00	\$ (4.863,34)	-82%	\$ 1.038,00	\$ -	0%
Amortizaciones	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Gastos Financieros													
Gastos Bancarios	\$ 60,00	\$ 70,00	\$ 10,00	17%	\$ 80,00	\$ 10,00	14%	\$ 90,00	\$ 10,00	13%	\$ 100,00	\$ 10,00	11%
Intereses	\$ 2.421,88	\$ 1.533,85	\$ (888,02)	-37%	\$ 80,73	\$ (1.453,13)	-95%	\$ (80,73)	\$ -	-100%	\$ -	\$ -	
TOTAL													
TOTAL	\$ 86.376,93	\$ 118.334,76	\$ 31.957,83	8,58	\$ 145.274,42	\$ 26.939,67	12,68	\$ 199.986,80	\$ 54.712,38	10,65	\$ 285.047,65	\$ 85.368,85	7,18
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO													
ANTES PAGO 15% TRABJ E IMPUES	\$ (43.842,93)	\$ (33.266,76)			\$ (17.672,42)			\$ (8.583,80)			\$ 2.056,85		

ESCENARIO 2 PESIMISTA

Flujo de efectivo AÑO 01

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Saldo Inicial en caja	0	\$ 20.433,28	\$ 16.365,59	\$ 12.547,40	\$ 32.614,13	\$ 27.943,83	\$ 22.876,49	\$ 19.231,14	\$ 16.347,76	\$ 13.228,33	\$ 10.870,88	\$ 8.525,91	
Aporte de capital	\$ 25.000,00						\$ -	\$ -				\$ -	\$ 25.000,00
Prestamo Bancario	0	\$ -	\$ -	\$ 25.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25.000,00
Ingreso por ventas	\$ -	\$ 850,68	\$ 1.276,02	\$ 1.701,36	\$ 2.126,70	\$ 2.552,04	\$ 3.828,06	\$ 5.104,08	\$ 4.678,74	\$ 5.954,76	\$ 6.805,44	\$ 7.656,12	\$ 42.534,00
Saldo en Caja ajustado	\$ 25.000,00	\$ 21.283,96	\$ 17.641,61	\$ 39.248,76	\$ 34.740,83	\$ 30.495,87	\$ 26.704,55	\$ 24.335,22	\$ 21.026,50	\$ 19.183,09	\$ 17.676,32	\$ 16.182,03	
Transporte Internacional	\$ -	\$ 198,49	\$ 297,74	\$ 396,98	\$ 496,23	\$ 595,48	\$ 893,21	\$ 1.190,95	\$ 1.091,71	\$ 1.389,44	\$ 1.587,94	\$ 1.786,43	\$ 9.924,60
Transporte Local	\$ -	\$ 24,10	\$ 36,15	\$ 48,21	\$ 60,26	\$ 72,31	\$ 108,46	\$ 144,62	\$ 132,56	\$ 168,72	\$ 192,82	\$ 216,92	\$ 1.205,13
Bodega Miami	\$ -	\$ 85,07	\$ 127,60	\$ 170,14	\$ 212,67	\$ 255,20	\$ 382,81	\$ 510,41	\$ 467,87	\$ 595,48	\$ 680,54	\$ 765,61	\$ 4.253,40
Manejo de Aduanas	\$ -	\$ 36,00	\$ 54,00	\$ 72,00	\$ 90,00	\$ 108,00	\$ 162,00	\$ 216,00	\$ 198,00	\$ 252,00	\$ 288,00	\$ 324,00	\$ 1.800,00
Multas Aduana	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Perdida Paquetes	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Nomina	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 23.280,00
Beneficios Sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 660,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.910,00
Comisiones en ventas	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 206,76	\$ 2.481,15
Servicios Contables	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicios Legales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Cuotas Condominio	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Luz	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Telefono	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Telefonia Celular	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Telefonia Internacional	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Internet	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 673,44
Materiales de oficina	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 510,00
Publicidad	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 10.000,00
Movilizacion	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Seguridad	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 330,00
Gastos de Viaje	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 1.740,00
Arriendo moto	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Gasolina y mantenimiento moto	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Mantenimiento oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00
Regalos Cliente (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Agasajo empleados (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Articulos de Limpieza	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Datafast	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Varios	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Gastos Bancarios	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Prestamos Bancarios (Capital)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 9.375,00
Prestamos Bancarios (Interes)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 322,92	\$ 309,46	\$ 296,01	\$ 282,55	\$ 269,10	\$ 255,64	\$ 242,19	\$ 228,73	\$ 215,28	\$ 2.421,88
Subtotal Egresos en Efectivo	\$ 4.566,72	\$ 4.918,38	\$ 5.094,21	\$ 6.634,62	\$ 6.797,00	\$ 7.619,38	\$ 7.473,42	\$ 7.987,46	\$ 7.798,17	\$ 8.312,21	\$ 9.150,42	\$ 12.898,62	\$ 89.250,60
Saldo en Caja	\$ 20.433,28	\$ 16.365,59	\$ 12.547,40	\$ 32.614,13	\$ 27.943,83	\$ 22.876,49	\$ 19.231,14	\$ 16.347,76	\$ 13.228,33	\$ 10.870,88	\$ 8.525,91	\$ 3.283,41	\$ 204.268,15

ESCENARIO 2 PESIMISTA**Flujo de efectivo AÑO 02-05**

	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	TOTAL
Saldo Inicial	\$ 3.283,41	\$ 17,98	\$ 721,89	\$ 776,09	
Aporte de capital	\$ 36.000,00	\$ 15.000,00	\$ 7.000,00	\$ -	\$ 58.000,00
Prestamo Bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por ventas	\$ 85.068,00	\$ 127.602,00	\$ 191.403,00	\$ 287.104,50	\$ 691.177,50
Saldo en Caja	\$ 124.351,41	\$ 142.619,98	\$ 199.124,89	\$ 287.880,59	
	Año 2	AÑO 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Transporte Internacional	\$ 19.849,20	\$ 29.773,80	\$ 44.660,70	\$ 66.991,05	\$ 161.274,75
Transporte Local	\$ 2.410,26	\$ 3.615,39	\$ 5.423,09	\$ 8.134,63	\$ 19.583,36
Bodega Miami	\$ 8.506,80	\$ 12.760,20	\$ 19.140,30	\$ 28.710,45	\$ 69.117,75
Manejo de Aduanas	\$ 3.600,00	\$ 5.400,00	\$ 8.100,00	\$ 12.150,00	\$ 29.250,00
Multas Aduana	\$ 220,00	\$ 240,00	\$ 280,00	\$ 350,00	\$ 1.090,00
Perdida Paquetes	\$ 220,00	\$ 300,00	\$ 380,00	\$ 480,00	\$ 1.380,00
Nomina	\$ 25.608,00	\$ 28.168,80	\$ 42.253,20	\$ 63.379,80	\$ 159.409,80
Beneficios Sociales	\$ 12.973,01	\$ 14.270,31	\$ 21.405,47	\$ 32.108,21	\$ 80.757,00
Comisiones en ventas	\$ 4.962,30	\$ 7.443,45	\$ 11.165,18	\$ 16.747,76	\$ 40.318,69
Servicios Contables	\$ 3.960,00	\$ 4.356,00	\$ 4.791,60	\$ 5.270,76	\$ 18.378,36
Servicios Legales	\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 1.680,00
Servicio de Limpieza	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 2.520,00
Mantenimiento Computadores	\$ 180,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1.980,00
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 5.280,00	\$ 5.280,00	\$ 20.160,00
Cuotas Condominio	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 798,60	\$ 2.784,60
Agua	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 252,00
Luz	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 2.190,00
Telefono	\$ 3.600,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 19.080,00
Telefonia Celular	\$ 960,00	\$ 1.056,00	\$ 1.161,60	\$ 1.277,60	\$ 4.455,20
Telefonia Internacional	\$ 96,00	\$ 105,60	\$ 116,61	\$ 127,76	\$ 445,97
Internet	\$ 900,00	\$ 1.320,00	\$ 1.440,00	\$ 2.160,00	\$ 5.820,00
Materiales de oficina	\$ 700,00	\$ 1.560,00	\$ 4.800,00	\$ 5.160,00	\$ 12.220,00
Publicidad	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 11.484,18	\$ 17.226,27	\$ 48.710,45
Movilizacion	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 1.510,00
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Seguridad	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 360,00	\$ 432,00	\$ 1.452,00
Gastos de Viaje	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.200,00	\$ 5.700,00
Arriendo moto	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 3.840,00
Gasolina y manteneimto moto	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 1.360,00
Mantenimiento oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Regalos Cilente (navidad)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 2.200,00
Agasajo empleados (navidad)	\$ 600,00	\$ 700,00	\$ 800,00	\$ 900,00	\$ 3.000,00
Articulos de Limpieza	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 420,00	\$ 500,00	\$ 1.640,00
Datafast	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Varios	\$ 528,00	\$ 580,80	\$ 638,88	\$ 702,77	\$ 2.450,45
Gastos Bancarios	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 90,00	\$ 100,00	\$ 340,00
Prestamos Bancarios (Capital)	\$ 12.500,00	\$ 3.125,00	\$ -	\$ -	\$ 15.625,00
Prestamos Bancarios (Interes)	\$ 1.533,85	\$ 80,73			\$ 1.614,58
Subtotal Egresos en Efectivo	\$ 124.333,43	\$ 141.898,08	\$ 198.348,80	\$ 283.409,65	\$ 747.989,97
Diferencia neta	\$ 17,98	\$ 721,89	\$ 776,09	\$ 4.470,94	

ESCENARIO 2 PESIMISTA

BALANCE GENERAL

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
<i>Activo Corriente</i>	\$ 25.000,00	\$ 3.283,41	\$ 17,98	\$ 721,89	\$ 776,09	\$ 4.470,94
Caja-Bancos	\$ 25.000,00	\$ 3.283,41	\$ 17,98	\$ 721,89	\$ 776,09	\$ 4.470,94
<i>Activos Fijos</i>	\$ 22.900,00	\$ 16.998,67	\$ 11.097,34	\$ 5.196,00	\$ 4.158,00	\$ 3.120,00
Equipos de oficina	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (414,00)	\$ (828,00)	\$ (1.242,00)	\$ (1.656,00)	\$ (2.070,00)
Muebles y Enseres	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (624,00)	\$ (1.248,00)	\$ (1.872,00)	\$ (2.496,00)	\$ (3.120,00)
Eq. computacion, licencias y progrms.	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ -	\$ -
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (4.863,33)	\$ (9.726,66)	\$ (14.590,00)	\$ -	\$ -
<i>Activos Diferidos</i>	\$ 6.800,00	\$ 6.200,00	\$ 5.600,00	\$ 5.000,00	\$ 4.400,00	\$ 3.800,00
Gastos de Constitucion	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
(-) Amortiz. Gastos de constitucion	\$ -	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Garantias	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 54.700,00	\$ 26.482,08	\$ 16.715,32	\$ 10.917,89	\$ 9.334,09	\$ 11.390,94
PASIVOS						
<i>Pasivo Corriente</i>						
Obligaciones Bancarias	\$ -	\$ 15.625,00	\$ 3.125,00			
<i>Pasivo Diferido</i>						
Cuentas por pagar accionistas	\$ 53.900,00	\$ 53.900,00	\$ 89.900,00	\$ 104.900,00	\$ 111.900,00	\$ 111.900,00
TOTAL PASIVOS	\$ 53.900,00	\$ 69.525,00	\$ 93.025,00	\$ 104.900,00	\$ 111.900,00	\$ 111.900,00
CAPITAL						
Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Utilidad/perdida del ejercicio	\$ -	\$ (43.842,93)	\$ (33.266,76)	\$ (17.672,42)	\$ (8.583,80)	\$ 2.056,85
Utilidad o perdida acumulada	0	0	\$ (43.842,93)	\$ (77.109,68)	\$ (94.782,11)	\$ (103.365,91)
TOTAL CAPITAL	\$ 800,00	\$ (43.042,93)	\$ (76.309,68)	\$ (93.982,11)	\$ (102.565,91)	\$ (100.509,06)
TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 54.700,00	\$ 26.482,08	\$ 16.715,32	\$ 10.917,89	\$ 9.334,09	\$ 11.390,94

ESCENARIO 2 PESIMISTA

TABLA AMORTIZACION PRESTAMO BANCARIO E-BOX

Capital \$ 25.000,00

Tasa 15,50%

Mes	Capital	Saldo Capital	Interes	Cuota	Acumulado
4	\$ 1.041,67	\$ 23.958,33	\$ 322,92	\$ 1.364,58	\$ 1.364,58
5	\$ 1.041,67	\$ 22.916,67	\$ 309,46	\$ 1.351,13	\$ 2.715,71
6	\$ 1.041,67	\$ 21.875,00	\$ 296,01	\$ 1.337,67	\$ 4.053,39
7	\$ 1.041,67	\$ 20.833,33	\$ 282,55	\$ 1.324,22	\$ 5.377,60
8	\$ 1.041,67	\$ 19.791,67	\$ 269,10	\$ 1.310,76	\$ 6.688,37
9	\$ 1.041,67	\$ 18.750,00	\$ 255,64	\$ 1.297,31	\$ 7.985,68
10	\$ 1.041,67	\$ 17.708,33	\$ 242,19	\$ 1.283,85	\$ 9.269,53
11	\$ 1.041,67	\$ 16.666,67	\$ 228,73	\$ 1.270,40	\$ 10.539,93
12	\$ 1.041,67	\$ 15.625,00	\$ 215,28	\$ 1.256,94	\$ 11.796,88
13	\$ 1.041,67	\$ 14.583,33	\$ 201,82	\$ 1.243,49	\$ 13.040,36
14	\$ 1.041,67	\$ 13.541,67	\$ 188,37	\$ 1.230,03	\$ 14.270,40
15	\$ 1.041,67	\$ 12.500,00	\$ 174,91	\$ 1.216,58	\$ 15.486,98
16	\$ 1.041,67	\$ 11.458,33	\$ 161,46	\$ 1.203,13	\$ 16.690,10
17	\$ 1.041,67	\$ 10.416,67	\$ 148,00	\$ 1.189,67	\$ 17.879,77
18	\$ 1.041,67	\$ 9.375,00	\$ 134,55	\$ 1.176,22	\$ 19.055,99
19	\$ 1.041,67	\$ 8.333,33	\$ 121,09	\$ 1.162,76	\$ 20.218,75
20	\$ 1.041,67	\$ 7.291,67	\$ 107,64	\$ 1.149,31	\$ 21.368,06
21	\$ 1.041,67	\$ 6.250,00	\$ 94,18	\$ 1.135,85	\$ 22.503,91
22	\$ 1.041,67	\$ 5.208,33	\$ 80,73	\$ 1.122,40	\$ 23.626,30
23	\$ 1.041,67	\$ 4.166,67	\$ 67,27	\$ 1.108,94	\$ 24.735,24
24	\$ 1.041,67	\$ 3.125,00	\$ 53,82	\$ 1.095,49	\$ 25.830,73
25	\$ 1.041,67	\$ 2.083,33	\$ 40,36	\$ 1.082,03	\$ 26.912,76
26	\$ 1.041,67	\$ 1.041,67	\$ 26,91	\$ 1.068,58	\$ 27.981,34
27	\$ 1.041,67	\$ (0,00)	\$ 13,45	\$ 1.055,12	\$ 29.036,46
TOTAL	\$ 25.000,00		\$ 4.036,46	\$ 29.036,46	

Capital año 1 \$ 9.375,00

Capital año 2 \$ 12.500,00

Capital año 3 \$ 3.125,00

Interes año 1 \$ 2.421,88

Interes año 2 \$ 1.533,85

Interes año 3 \$ 80,73

* Pago año 1 \$ 11.796,88

*Pago año 2 \$ 14.033,85

*Pago año 3 \$ 3.205,73

ESCENARIO 2 PESIMISTA

VALOR DE RESCATE AL 5TO AÑO

Equipos de Oficina

Central telefonica	1	\$	200,00	\$	200,00
Telefonos	5	\$	10,00	\$	50,00
Telefono internacional	1	\$	10,00	\$	10,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$	100,00	\$	100,00
Subtotal				\$	360,00

Muebles y Enseres

Juegos de escritorios	5	\$	150,00	\$	750,00
Sillones	8	\$	25,00	\$	200,00
Silletas	6	\$	25,00	\$	150,00
Archivadores	4	\$	50,00	\$	200,00
Cafetera	1	\$	20,00	\$	20,00
vajilla	1	\$	20,00	\$	20,00
Varios	1	\$	50,00	\$	50,00
Subtotal				\$	1.390,00

Eq. computacion, licencias y progrms.

Computador de escritorio	3	\$	200,00	\$	600,00
Computador portatil	1	\$	300,00	\$	300,00
Impresoras a tinta	2	\$	50,00	\$	100,00
Impresora matricial	1	\$	50,00	\$	50,00
Escanner	1	\$	30,00	\$	30,00
Programa contable financiero	1	\$	-	\$	-
Plataforma e-commerce	1	\$	5.000,00	\$	5.000,00
Subtotal				\$	6.080,00

TOTAL **\$ 7.830,00**

ESCENARIO 2 PESIMISTA**Calculo VAN**

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

VAN = \$ 2.842,77 \$ 13,48 \$ 468,52 \$ 436,10 \$ 2.175,15 \$ (54.700,00)

VAN = (48.763,98)

Calculo TIR

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

Inversion Inicial	\$ (54.700,00)
Flujo Efect 1	\$ 3.283,41
Flujo Efect 2	\$ 17,98
Flujo Efect 3	\$ 721,89
Flujo Efect 4	\$ 776,09
Flujo Efect 5	\$ 4.470,94

TIR: #¡NUM! (No tiene retorno por estar en perdida)

ESCENARIO 2 PESIMISTA

INDICES FINANCIEROS

INDICE	FORMULA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$ (12.341,60)	\$ (3.107,02)	\$ 721,89	\$ 776,09	\$ 4.470,94
Razón Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	\$ 0,21	\$ 0,01	N/A	N/A	N/A
Prueba Ácida	(Activos Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	\$ 0,21	\$ 0,01	N/A	N/A	N/A
Concentración del endeudamiento a corto plazo.	Pasivo corriente / Pasivo Total Con Terceros	22,47%	3,36%	0	0	0
Apalancamiento Financiero	Pasivo Total / Patrimonio Total	17,23%	2,96%	0	0	0

*Para el cálculo del apalancamiento financiero, se toma el préstamo de los accionistas como patrimonio

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Costos Fijos	\$ 66.311,92
Costos Variables	\$ 20.065,01
Ventas totales	\$ 42.534,00
PEventas:	\$ 125.529,03
PE Libras	20.922

ESCENARIO 3 OPTIMISTA**Determinacion de la inversion y fondos para aplicar en activos****Determinacion de fondos para aplicar en Activos**

Equipos de Oficina	\$	2.070,00	
Muebles y Enseres	\$	6.240,00	
Eq. Computacion, licencias y Progrmas	\$	14.590,00	
Gatos de Constitucion	\$	6.000,00	
Garantias	\$	800,00	
Total			\$ 29.700,00

Determinacion de Capital operativo

Ingresos por ventas Mes 01-Mes 10	\$	31.500,96	
Egresos en efectivo Mes 01-Mes 10	\$	(47.982,27)	
Total			\$ 16.481,31

Determinacion de Fuentes de Financiamiento

<i>A ser financiado</i>			\$ 46.181,31
<i>Fuentes:</i>			
Prestamo Bancario	\$	5.000,00	
Capital Propio (Inicial)	\$	42.200,00	
Total			\$ 47.200,00

ESCENARIO 3 OPTIMISTA**DETALLE DE ACTIVOS QUE DAN SOPORTE A LAS VENTAS Y CALCULO DE DEPRECIACIONES**

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Total	Depreciaciones				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de Oficina								
Central telefonica	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Telefonos	5	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Telefono internacional	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
<i>Subtotal</i>			\$ 2.070,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00	\$ 414,00
<i>*Tasa Dep 20% anual</i>								
Muebles y Enseres								
Juegos de escritorios	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Sillones	8	\$ 250,00	\$ 2.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Silletas	6	\$ 125,00	\$ 750,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Archivadores	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
vajilla	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Varios	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
<i>Subtotal</i>			\$ 6.240,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00
<i>*Tasa Dep 10% anual</i>								
Eq. computacion, licencias y progrms.								
Computador de escritorio	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00	\$ 643,50	\$ 643,50	\$ 643,50		
Computador portatil	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00		
Impresoras a tinta	2	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 79,20	\$ 79,20	\$ 79,20		
Impresora matricial	1	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 92,40	\$ 92,40	\$ 92,40		
Scanner	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60		
Programa contable financiero	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 396,00		
Plataforma e-commerce	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00		
<i>Subtotal</i>			\$ 14.590,00	\$ 4.863,33	\$ 4.863,33	\$ 4.863,34		
<i>*Tasa Dep 33,33% anual</i>								
TOTAL			\$ 45.800,00	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ 5.901,34	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

Para el escenario optimista se ha tomado el 4% de participación de mercado de libras que asciende a 347.994 libras al año.

PROYECCION DE VENTAS AÑO 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Libras		362,08	543,12	724,16	905,2	1086,24	1629,36	2172,48	1991,44	2534,56	2896,64	3258,72	18.104
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	
Total USD	\$ -	\$ 2.172,48	\$ 3.258,72	\$ 4.344,96	\$ 5.431,20	\$ 6.517,44	\$ 9.776,16	\$ 13.034,88	\$ 11.948,64	\$ 15.207,36	\$ 17.379,84	\$ 19.552,32	\$ 108.624,00

PROYECCION DE VENTAS AÑOS 2-5

	AÑO 2	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 3	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 4	CRECIMIENTO	CRECIM. %	AÑO 5	CRECIMIENTO	CRECIM. %
Libras	36.208	18.104	100%	54.312	18.104	50%	81.468	27.156	50%	122.202	40.734	50%
Valor/Lb (USD)	\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00			\$ 6,00		
Total USD	\$ 217.248,00			\$ 325.872,00			\$ 488.808,00			\$ 733.212,00		

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	CREC.	CRECIM. %	AÑO 3	CREC.	CREC. %	AÑO 4	CREC.	CREC. %	AÑO 5	CREC.	CREC. %
INGRESOS													
Libras	18.104	36.208	18.104	100%	54.312	18.104	50%	81.468	27.156	50%	122.202	40.734	50%
Valor (USD)	\$ 108.624,00	\$ 217.248,00	\$ 108.624,00	100%	\$ 325.872,00	\$ 108.624,00	50%	\$ 488.808,00	\$ 162.936,00	50%	\$ 733.212,00	\$ 244.404,00	50%
EGRESOS													
Costos													
Transporte Internacional	\$ 25.345,60	\$ 50.691,20	\$ 25.345,60	100%	\$ 76.036,80	\$ 25.345,60	50%	\$ 114.055,20	\$ 38.018,40	50%	\$ 171.082,80	\$ 57.027,60	50%
Transporte Local	\$ 3.077,68	\$ 6.155,36	\$ 3.077,68	100%	\$ 9.233,04	\$ 3.077,68	50%	\$ 13.849,56	\$ 4.616,52	50%	\$ 20.774,34	\$ 6.924,78	50%
Bodega Miami	\$ 10.862,40	\$ 21.724,80	\$ 10.862,40	100%	\$ 32.587,20	\$ 10.862,40	50%	\$ 48.880,80	\$ 16.293,60	50%	\$ 73.321,20	\$ 24.440,40	50%
Manejo de Aduanas	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	\$ 1.800,00	100%	\$ 5.400,00	\$ 1.800,00	50%	\$ 8.100,00	\$ 2.700,00	50%	\$ 12.150,00	\$ 4.050,00	50%
Multas Aduana	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 240,00	\$ 20,00	9%	\$ 280,00	\$ 40,00	17%	\$ 350,00	\$ 70,00	25%
Perdida Paquetes	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 20,00	10%	\$ 300,00	\$ 80,00	36%	\$ 380,00	\$ 80,00	27%	\$ 480,00	\$ 100,00	26%
Gastos Administrativos y Ventas													
Nomina	\$ 23.280,00	\$ 25.608,00	\$ 2.328,00	10%	\$ 28.168,80	\$ 2.560,80	10%	\$ 42.253,20	\$ 14.084,40	50%	\$ 63.379,80	\$ 21.126,60	50%
Beneficios Sociales	\$ 3.570,00	\$ 12.973,01	\$ 9.403,01	263%	\$ 14.270,31	\$ 1.297,30	10%	\$ 21.405,47	\$ 7.135,16	50%	\$ 32.108,21	\$ 10.702,74	50%
Comisiones en ventas	\$ 6.336,40	\$ 12.672,80	\$ 6.336,40	100%	\$ 19.009,20	\$ 6.336,40	50%	\$ 28.513,80	\$ 9.504,60	50%	\$ 42.770,70	\$ 14.256,90	50%
Servicios Contables	\$ 3.600,00	\$ 3.960,00	\$ 360,00	10%	\$ 4.356,00	\$ 396,00	10%	\$ 4.791,60	\$ 435,60	10%	\$ 5.270,76	\$ 479,16	10%
Servicios Legales	\$ -	\$ 240,00	\$ 240,00		\$ 480,00	\$ 240,00	100%	\$ 480,00	\$ -	0%	\$ 480,00	\$ -	0%
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ 600,00	\$ 600,00	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 660,00	\$ -	0%
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ 180,00	\$ 180,00		\$ 600,00	\$ 420,00	233%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Ariendo	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 4.800,00	\$ -	0%	\$ 5.280,00	\$ 480,00	10%	\$ 5.280,00	\$ -	0%
Cuotas Condominio	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 660,00	\$ 60,00	10%	\$ 726,00	\$ 66,00	10%	\$ 798,60	\$ 72,60	10%
Agua	\$ -	\$ 36,00	\$ 36,00		\$ 72,00	\$ 36,00	100%	\$ 72,00	\$ -	0%	\$ 72,00	\$ -	0%
Luz	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ -		\$ 600,00	\$ 450,00	300%	\$ 720,00	\$ 120,00	20%	\$ 720,00	\$ -	0%
Telefono	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 600,00	20%	\$ 5.160,00	\$ 1.560,00	43%	\$ 5.160,00	\$ -	0%	\$ 5.160,00	\$ -	0%
Telefonia Celular	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ -	0%	\$ 1.056,00	\$ 96,00	10%	\$ 1.161,60	\$ 105,60	10%	\$ 1.277,60	\$ 116,00	10%
Telefonia Internacional	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ -	0%	\$ 105,60	\$ 9,60	10%	\$ 116,61	\$ 11,01	10%	\$ 127,76	\$ 11,15	10%
Internet	\$ 673,44	\$ 900,00	\$ 226,56	34%	\$ 1.320,00	\$ 420,00	47%	\$ 1.440,00	\$ 120,00	9%	\$ 2.160,00	\$ 720,00	50%
Materiales de oficina	\$ 510,00	\$ 700,00	\$ 190,00	37%	\$ 1.560,00	\$ 860,00	123%	\$ 4.800,00	\$ 3.240,00	208%	\$ 5.160,00	\$ 360,00	8%
Publicidad	\$ 10.000,00	\$ 13.034,88	\$ 3.034,88	30%	\$ 19.552,32	\$ 6.517,44	50%	\$ 29.328,48	\$ 9.776,16	50%	\$ 43.992,72	\$ 14.664,24	50%
Movilizacion	\$ 240,00	\$ 300,00	\$ 60,00	25%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%	\$ 450,00	\$ 50,00	13%
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	0%
Seguridad	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 330,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 30,00	9%	\$ 432,00	\$ 380,00	106%
Gastos de Viaje	\$ 1.740,00	\$ 500,00	\$ (1.240,00)	-71%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	400%	\$ 2.200,00	\$ (300,00)	-12%
Ariendo moto	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 840,00	\$ -	0%	\$ 1.080,00	\$ 240,00	29%	\$ 1.080,00	\$ -	0%
Gasolina y mantenimiento moto	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ 60,00	20%	\$ 400,00	\$ 40,00	11%
Mantenimiento oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%
Regalos Cliente (navidad)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 500,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 600,00	\$ -	0%
Agasajo empleados (navidad)	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 100,00	20%	\$ 700,00	\$ 100,00	17%	\$ 800,00	\$ 100,00	14%	\$ 900,00	\$ 100,00	13%
Articulos de Limpieza	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 360,00	\$ -	0%	\$ 420,00	\$ 60,00	17%	\$ 500,00	\$ 80,00	19%
Datafast	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%	\$ 300,00	\$ -	0%
Varios	\$ 480,00	\$ 528,00	\$ 48,00	10%	\$ 580,80	\$ 52,80	10%	\$ 638,88	\$ 58,08	10%	\$ 702,77	\$ 63,89	10%
Depreciaciones	\$ 5.901,33	\$ 5.901,33	\$ -	0%	\$ 5.901,34	\$ 0,01	0%	\$ 1.038,00	\$ (4.863,34)	-82%	\$ 1.038,00	\$ -	0%
Amortizaciones	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%	\$ 600,00	\$ -	0%
Gastos Financieros													
Gastos Bancarios	\$ 60,00	\$ 70,00	\$ 10,00	17%	\$ 80,00	\$ 10,00	14%	\$ 90,00	\$ 10,00	13%	\$ 100,00	\$ 10,00	11%
Intereses	\$ 484,38	\$ 306,77	\$ (177,60)	-37%	\$ 16,15	\$ (290,63)	-95%	\$ (16,15)	\$ (16,15)	-100%	\$ -	\$ -	
TOTAL	\$ 112.197,23	\$ 175.658,15	\$ 63.460,93	8,88	\$ 238.035,56	\$ 62.377,41	13,18	\$ 342.741,20	\$ 104.705,64	11,00	\$ 499.179,25	\$ 156.746,05	7,18

UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO

ANTES PAGO 15% TRAB E IMPUESTOS \$ (3.573,22) \$ 41.589,85 \$ 87.836,44 \$ 146.066,80 \$ 234.032,75

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

Flujo de efectivo AÑO 01

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Saldo Inicial en caja	0	\$ 7.612,01	\$ 4.066,79	\$ 1.192,96	\$ 3.717,59	\$ 1.916,29	\$ 129,07	\$ 1.018,69	\$ 3.925,14	\$ 6.162,91	\$ 10.417,52	\$ 15.517,58	
Aporte de capital	\$ 12.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.500,00
Prestamo Bancario	0	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00
Ingreso por ventas	\$ -	\$ 2.172,48	\$ 3.258,72	\$ 4.344,96	\$ 5.431,20	\$ 6.517,44	\$ 9.776,16	\$ 13.034,88	\$ 11.948,64	\$ 15.207,36	\$ 17.379,84	\$ 19.552,32	\$ 108.624,00
Saldo en Caja ajustado	\$ 12.500,00	\$ 9.784,49	\$ 7.325,51	\$ 10.537,92	\$ 9.148,79	\$ 8.433,73	\$ 9.905,23	\$ 14.053,57	\$ 15.873,78	\$ 21.370,27	\$ 27.797,36	\$ 35.069,90	
Transporte Internacional	\$ -	\$ 506,91	\$ 760,37	\$ 1.013,82	\$ 1.267,28	\$ 1.520,74	\$ 2.281,10	\$ 3.041,47	\$ 2.788,02	\$ 3.548,38	\$ 4.055,30	\$ 4.562,21	\$ 25.345,60
Transporte Local	\$ -	\$ 61,55	\$ 92,33	\$ 123,11	\$ 153,88	\$ 184,66	\$ 276,99	\$ 369,32	\$ 338,54	\$ 430,88	\$ 492,43	\$ 553,98	\$ 3.077,68
Bodega Miami	\$ -	\$ 217,25	\$ 325,87	\$ 434,50	\$ 543,12	\$ 651,74	\$ 977,62	\$ 1.303,49	\$ 1.194,86	\$ 1.520,74	\$ 1.737,98	\$ 1.955,23	\$ 10.862,40
Manejo de Aduanas	\$ -	\$ 36,00	\$ 54,00	\$ 72,00	\$ 90,00	\$ 108,00	\$ 162,00	\$ 216,00	\$ 198,00	\$ 252,00	\$ 288,00	\$ 324,00	\$ 1.800,00
Multas Aduana	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Perdida Paquetes	\$ -	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 28,00	\$ 32,00	\$ 36,00	\$ 200,00
Nomina	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 1.940,00	\$ 23.280,00
Beneficios Sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 660,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.910,00	\$ 3.570,00
Comisiones en ventas	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 528,03	\$ 6.336,40
Servicios Contables	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicios Legales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicio de Limpieza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento Computadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Cuotas Condominio	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Luz	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Telefono	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Telefonia Celular	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Telefonia Internacional	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Internet	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 56,12	\$ 673,44
Materiales de oficina	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 510,00
Publicidad	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 833,33	\$ 10.000,00
Movilizacion	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Seguridad	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 27,50	\$ 330,00
Gastos de Viaje	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 1.740,00
Arriendo moto	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Gasolina y mantenimiento moto	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Mantenimiento oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00
Regalos Cilente (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Agasajo empleados (navidad)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00
Articulos de Limpieza	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Datafast	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Varios	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Gastos Bancarios	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Prestamos Bancarios (Capital)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 1.875,00
Prestamos Bancarios (Interes)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 64,58	\$ 61,89	\$ 59,20	\$ 56,51	\$ 53,82	\$ 51,13	\$ 48,44	\$ 45,75	\$ 43,06	\$ 484,38
Subtotal Egresos en Efectivo	\$ 4.887,99	\$ 5.717,70	\$ 6.132,56	\$ 6.820,33	\$ 7.232,50	\$ 8.304,66	\$ 8.886,54	\$ 10.128,42	\$ 9.710,87	\$ 10.952,75	\$ 12.279,78	\$ 16.516,80	\$ 107.570,90
Saldo en Caja	\$ 7.612,01	\$ 4.066,79	\$ 1.192,96	\$ 3.717,59	\$ 1.916,29	\$ 129,07	\$ 1.018,69	\$ 3.925,14	\$ 6.162,91	\$ 10.417,52	\$ 15.517,58	\$ 18.553,11	\$ 74.229,65

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

Flujo de efectivo AÑO 02-05

	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	TOTAL
Saldo Inicial	\$ 18.553,11	\$ 64.144,28	\$ 157.857,06	\$ 305.561,86	
Aporte de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamo Bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingreso por ventas	\$ 217.248,00	\$ 325.872,00	\$ 488.808,00	\$ 733.212,00	\$ 1.765.140,00
Saldo en Caja	\$ 235.801,11	\$ 390.016,28	\$ 646.665,06	\$ 1.038.773,86	
	Año 2	AÑO 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Transporte Internacional	\$ 50.691,20	\$ 76.036,80	\$ 114.055,20	\$ 171.082,80	\$ 411.866,00
Transporte Local	\$ 6.155,36	\$ 9.233,04	\$ 13.849,56	\$ 20.774,34	\$ 50.012,30
Bodega Miami	\$ 21.724,80	\$ 32.587,20	\$ 48.880,80	\$ 73.321,20	\$ 176.514,00
Manejo de Aduanas	\$ 3.600,00	\$ 5.400,00	\$ 8.100,00	\$ 12.150,00	\$ 29.250,00
Multas Aduana	\$ 220,00	\$ 240,00	\$ 280,00	\$ 350,00	\$ 1.090,00
Perdida Paquetes	\$ 220,00	\$ 300,00	\$ 380,00	\$ 480,00	\$ 1.380,00
Nomina	\$ 25.608,00	\$ 28.168,80	\$ 42.253,20	\$ 63.379,80	\$ 159.409,80
Beneficios Sociales	\$ 12.973,01	\$ 14.270,31	\$ 21.405,47	\$ 32.108,21	\$ 80.757,00
Comisiones en ventas	\$ 12.672,80	\$ 19.009,20	\$ 28.513,80	\$ 42.770,70	\$ 102.966,50
Servicios Contables	\$ 3.960,00	\$ 4.356,00	\$ 4.791,60	\$ 5.270,76	\$ 18.378,36
Servicios Legales	\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 1.680,00
Servicio de Limpieza	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 2.520,00
Mantenimiento Computadores	\$ 180,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 1.980,00
Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 5.280,00	\$ 5.280,00	\$ 20.160,00
Cuotas Condominio	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 798,60	\$ 2.784,60
Agua	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 252,00
Luz	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 2.190,00
Telefono	\$ 3.600,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 5.160,00	\$ 19.080,00
Telefonia Celular	\$ 960,00	\$ 1.056,00	\$ 1.161,60	\$ 1.277,60	\$ 4.455,20
Telefonia Internacional	\$ 96,00	\$ 105,60	\$ 116,61	\$ 127,76	\$ 445,97
Internet	\$ 900,00	\$ 1.320,00	\$ 1.440,00	\$ 2.160,00	\$ 5.820,00
Materiales de oficina	\$ 700,00	\$ 1.560,00	\$ 4.800,00	\$ 5.160,00	\$ 12.220,00
Publicidad	\$ 13.034,88	\$ 19.552,32	\$ 29.328,48	\$ 43.992,72	\$ 105.908,40
Movilizacion	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 1.510,00
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Seguridad	\$ 330,00	\$ 330,00	\$ 360,00	\$ 432,00	\$ 1.452,00
Gastos de Viaje	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.200,00	\$ 5.700,00
Arriendo moto	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 3.840,00
Gasolina y manteneimto moto	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 1.360,00
Mantenimiento oficina	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Regalos Cilente (navidad)	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 2.200,00
Agasajo empleados (navidad)	\$ 600,00	\$ 700,00	\$ 800,00	\$ 900,00	\$ 3.000,00
Articulos de Limpieza	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 420,00	\$ 500,00	\$ 1.640,00
Datafast	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Varios	\$ 528,00	\$ 580,80	\$ 638,88	\$ 702,77	\$ 2.450,45
Gastos Bancarios	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 90,00	\$ 100,00	\$ 340,00
Prestamos Bancarios (Capital)	\$ 2.500,00	\$ 625,00	\$ -	\$ -	\$ 3.125,00
Prestamos Bancarios (Interes)	\$ 306,77	\$ 16,15			\$ 322,92
Subtotal Egresos en Efectivo	\$ 171.656,82	\$ 232.159,22	\$ 341.103,20	\$ 497.541,25	\$ 1.242.460,50
Diferencia neta	\$ 64.144,28	\$ 157.857,06	\$ 305.561,86	\$ 541.232,61	

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

BALANCE GENERAL

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
<i>Activo Corriente</i>	\$ 12.500,00	\$ 18.553,11	\$ 64.144,28	\$ 157.857,06	\$ 305.561,86	\$ 541.232,61
Caja-Bancos	\$ 12.500,00	\$ 18.553,11	\$ 64.144,28	\$ 157.857,06	\$ 305.561,86	\$ 541.232,61
<i>Activos Fijos</i>	\$ 22.900,00	\$ 16.998,67	\$ 11.097,34	\$ 5.196,00	\$ 4.158,00	\$ 3.120,00
Equipos de oficina	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (414,00)	\$ (828,00)	\$ (1.242,00)	\$ (1.656,00)	\$ (2.070,00)
Muebles y Enseres	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00	\$ 6.240,00
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (624,00)	\$ (1.248,00)	\$ (1.872,00)	\$ (2.496,00)	\$ (3.120,00)
Eq. computacion, licencias y progrms.	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ 14.590,00	\$ -	\$ -
(-) Dep. Acumulada	\$ -	\$ (4.863,33)	\$ (9.726,66)	\$ (14.590,00)	\$ -	\$ -
<i>Activos Diferidos</i>	\$ 6.800,00	\$ 6.200,00	\$ 5.600,00	\$ 5.000,00	\$ 4.400,00	\$ 3.800,00
Gastos de Constitucion	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
(-) Amortiz. Gastos de constitucion	\$ -	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Garantias	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 42.200,00	\$ 41.751,78	\$ 80.841,62	\$ 168.053,06	\$ 314.119,86	\$ 548.152,61
PASIVOS						
<i>Pasivo Corriente</i>						
Obligaciones Bancarias	\$ -	\$ 3.125,00	\$ 625,00			
<i>Pasivo Diferido</i>						
Cuentas por pagar accionistas	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00
TOTAL PASIVOS	\$ 41.400,00	\$ 44.525,00	\$ 42.025,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00	\$ 41.400,00
CAPITAL						
Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Utilidad/perdida del ejercicio	\$ -	\$ (3.573,22)	\$ 41.589,85	\$ 87.836,44	\$ 146.066,80	\$ 234.032,75
Utilidad o perdida acumulada	0	0	\$ (3.573,22)	\$ 38.016,62	\$ 125.853,06	\$ 271.919,86
TOTAL CAPITAL	\$ 800,00	\$ (2.773,22)	\$ 38.816,62	\$ 126.653,06	\$ 272.719,86	\$ 506.752,61
TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 42.200,00	\$ 41.751,78	\$ 80.841,62	\$ 168.053,06	\$ 314.119,86	\$ 548.152,61

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

TABLA AMORTIZACION PRESTAMO BANCARIO E-BOX

Capital \$ 5.000,00
Tasa 15,50%

Mes	Capital	Saldo Capital	Interes	Cuota	Acumulado
4	\$ 208,33	\$ 4.791,67	\$ 64,58	\$ 272,92	\$ 272,92
5	\$ 208,33	\$ 4.583,33	\$ 61,89	\$ 270,23	\$ 543,14
6	\$ 208,33	\$ 4.375,00	\$ 59,20	\$ 267,53	\$ 810,68
7	\$ 208,33	\$ 4.166,67	\$ 56,51	\$ 264,84	\$ 1.075,52
8	\$ 208,33	\$ 3.958,33	\$ 53,82	\$ 262,15	\$ 1.337,67
9	\$ 208,33	\$ 3.750,00	\$ 51,13	\$ 259,46	\$ 1.597,14
10	\$ 208,33	\$ 3.541,67	\$ 48,44	\$ 256,77	\$ 1.853,91
11	\$ 208,33	\$ 3.333,33	\$ 45,75	\$ 254,08	\$ 2.107,99
12	\$ 208,33	\$ 3.125,00	\$ 43,06	\$ 251,39	\$ 2.359,38
13	\$ 208,33	\$ 2.916,67	\$ 40,36	\$ 248,70	\$ 2.608,07
14	\$ 208,33	\$ 2.708,33	\$ 37,67	\$ 246,01	\$ 2.854,08
15	\$ 208,33	\$ 2.500,00	\$ 34,98	\$ 243,32	\$ 3.097,40
16	\$ 208,33	\$ 2.291,67	\$ 32,29	\$ 240,63	\$ 3.338,02
17	\$ 208,33	\$ 2.083,33	\$ 29,60	\$ 237,93	\$ 3.575,95
18	\$ 208,33	\$ 1.875,00	\$ 26,91	\$ 235,24	\$ 3.811,20
19	\$ 208,33	\$ 1.666,67	\$ 24,22	\$ 232,55	\$ 4.043,75
20	\$ 208,33	\$ 1.458,33	\$ 21,53	\$ 229,86	\$ 4.273,61
21	\$ 208,33	\$ 1.250,00	\$ 18,84	\$ 227,17	\$ 4.500,78
22	\$ 208,33	\$ 1.041,67	\$ 16,15	\$ 224,48	\$ 4.725,26
23	\$ 208,33	\$ 833,33	\$ 13,45	\$ 221,79	\$ 4.947,05
24	\$ 208,33	\$ 625,00	\$ 10,76	\$ 219,10	\$ 5.166,15
25	\$ 208,33	\$ 416,67	\$ 8,07	\$ 216,41	\$ 5.382,55
26	\$ 208,33	\$ 208,33	\$ 5,38	\$ 213,72	\$ 5.596,27
27	\$ 208,33	\$ -	\$ 2,69	\$ 211,02	\$ 5.807,29
TOTAL	\$ 5.000,00		\$ 807,29	\$ 5.807,29	

Capital año 1	\$ 1.875,00
Capital año 2	\$ 2.500,00
Capital año 3	\$ 625,00

Interes año 1	\$ 484,38
Interes año 2	\$ 306,77
Interes año 3	\$ 16,15

* Pago año 1	\$ 2.359,38
* Pago año 2	\$ 2.806,77
* Pago año 3	\$ 641,15

ESCENARIO 3 OPTIMISTA**VALOR DE RESCATE AL 5TO AÑO*****Equipos de Oficina***

Central telefonica	1	\$	200,00	\$	200,00
Telefonos	5	\$	10,00	\$	50,00
Telefono internacional	1	\$	10,00	\$	10,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$	100,00	\$	100,00
Subtotal				\$	360,00

Muebles y Enseres

Juegos de escritorios	5	\$	150,00	\$	750,00
Sillones	8	\$	25,00	\$	200,00
Silletas	6	\$	25,00	\$	150,00
Archivadores	4	\$	50,00	\$	200,00
Cafetera	1	\$	20,00	\$	20,00
vajilla	1	\$	20,00	\$	20,00
Varios	1	\$	50,00	\$	50,00
Subtotal				\$	1.390,00

Eq. computacion, licencias y progrms.

Computador de escritorio	3	\$	200,00	\$	600,00
Computador portatil	1	\$	300,00	\$	300,00
Impresoras a tinta	2	\$	50,00	\$	100,00
Impresora matricial	1	\$	50,00	\$	50,00
Escanner	1	\$	30,00	\$	30,00
Programa contable financiero	1	\$	-	\$	-
Plataforma e-commerce	1	\$	5.000,00	\$	5.000,00
Subtotal				\$	6.080,00

TOTAL**\$ 7.830,00**

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

Calculo VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

VAN = \$ 64.268,10 \$ 48.083,27 \$ 102.451,44 \$ 171.700,36 \$ 263.314,05 \$ (42.200,00)

VAN = \$ 607.617,21

Calculo TIR

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

Inversion Inicial	\$ (42.200,00)
Flujo Efect 1	\$ 74.229,65
Flujo Efect 2	\$ 64.144,28
Flujo Efect 3	\$ 157.857,06
Flujo Efect 4	\$ 305.561,86
Flujo Efect 5	\$ 541.232,61

TIR: 206%

ESCENARIO 3 OPTIMISTA

INDICES FINANCIEROS

INDICE	FORMULA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$ 15.428,11	\$ 63.519,28	\$ 157.857,06	\$ 305.561,86	\$ 541.232,61
Razón Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Prueba Ácida	(Activos Corriente - Inventarios)/ Pasivo Corriente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Concentración del endeudamiento a corto plazo.	Pasivo corriente/Pasivo Total Con Terceros	7,55%	1,51%	0	0	0
Apalancamiento Financiero	Pasivo Total / Patrimonio Total	7,41%	1,48%	0	0	0

*Para el cálculo del apalancamiento financiero, se toma el préstamo de los accionistas como patrimonio

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Costos Fijos	\$ 70.167,17
Costos Variables	\$ 42.030,06
Ventas totales	\$ 108.624,00
PEventas:	\$ 114.452,43
PE libras	19.075

VII.C Valor de desecho en el año 5

VII.C.1 Venta de activos

Equipos de Oficina

Central telefonica	1	\$	200,00	\$	200,00
Telefonos	5	\$	10,00	\$	50,00
Telefono internacional	1	\$	10,00	\$	10,00
Equipo de monitoreo y seguridad	1	\$	100,00	\$	100,00
Subtotal				\$	360,00

Muebles y Enseres

Juegos de escritorios	5	\$	150,00	\$	750,00
Sillones	8	\$	25,00	\$	200,00
Silletas	6	\$	25,00	\$	150,00
Archivadores	4	\$	50,00	\$	200,00
Cafetera	1	\$	20,00	\$	20,00
vajilla	1	\$	20,00	\$	20,00
Varios	1	\$	50,00	\$	50,00
Subtotal				\$	1.390,00

Eq. computacion, licencias y progrms.

Computador de escritorio	3	\$	200,00	\$	600,00
Computador portatil	1	\$	300,00	\$	300,00
Impresoras a tinta	2	\$	50,00	\$	100,00
Impresora matricial	1	\$	50,00	\$	50,00
Escanner	1	\$	30,00	\$	30,00
Programa contable financiero	1	\$	-	\$	-
Plataforma e-commerce	1	\$	5.000,00	\$	5.000,00
Subtotal				\$	6.080,00

TOTAL **\$ 7.830,00**

VII.D Evaluación del proyecto

VII.D.1 Cálculo del Van con flujos inflados

El Valor Presente Neto de un proyecto de inversión es el valor medido en dinero hoy.

Se lo calcula con la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

VAN DEL PROYECTO

		VALOR ACTUAL				
AÑO	1	2	3	4	5	Io
VAN =	\$ 56.247,62	\$ 24.474,58	\$ 58.577,58	\$ 102.740,90	\$ 163.383,64	\$ (48.700,00)
VAN =	\$ 356.724,32					

VII.D.2 Cálculo de TIR con flujos inflados

Se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo sea exactamente igual a la inversión inicial neta realizada.

Formula del TIR:

TIR Tasa a la que la inversión trabaja

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Inversion Inicial	\$ (48.700,00)
Flujo Efect 1	\$ 64.966,00
Flujo Efect 2	\$ 32.649,71
Flujo Efect 3	\$ 90.256,27
Flujo Efect 4	\$ 182.840,03
Flujo Efect 5	\$ 335.829,22
TIR:	141%

VII.D.3 Cálculo de las razones financieras del proyecto

INDICES FINANCIEROS

INDICE	FORMULA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$ 8.750,00	\$ 32.649,71	\$ 90.256,27	\$ 182.840,03	\$ 335.829,22
Razón Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Prueba Ácida	(Activos Corriente - Inventarios)/ Pasivo Corriente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Concentración del endeudamiento a corto plazo.	Pasivo corriente/Pasivo Total Con Terceros	0,00%	0,00%	0	0	0
Apalancamiento Financiero	Pasivo Total / Patrimonio Total	0,00%	0,00%	0	0	0

*Para el cálculo del apalancamiento financiero, se toma el préstamo de los accionistas como patrimonio

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se conoce como punto de equilibrio al estado donde la empresa ni gana ni pierde, es decir donde los costos son iguales a los ingresos.

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Costos Fijos	\$ 68.793,07
Costos Variables	\$ 33.026,26
Ventas totales	\$ 85.068,00
PEventas:	\$ 112.449,91
PE LIBRAS	18741,65

Este cuadro indica el valor que deben alcanzar las ventas (\$112.449,91 USD- 18741,65 libras) para el primer año para que la empresa ni pierda ni gane, es decir, se solventen los costos fijos totales.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Dentro de este capítulo se expondrán las conclusiones generales a las que se llegaron con el presente estudio, tomando en cuenta toda aquella información pertinente para dar un análisis objetivo y conciso de las variables estudiadas.

El avance tecnológico de los últimos años, así como las facilidades de comunicación, han permitido que el comercio global se desarrolle de una forma importante tanto en América Latina como en el Ecuador. El crecimiento que ha tenido el comercio electrónico en el Ecuador hace factible este proyecto, ya que el mercado apenas está despertando y pronto se concientizará de las ventajas de este sistema.

En base a los resultados de la investigación de mercado, podemos observar que en la actualidad existe conocimiento del proceso de compras por Internet, de las tiendas en el exterior, de los medios de pago y de los canales para traerlos al país.

Hay un mercado cautivo importante, tan solo un 10% de los tarjetahabientes internacionales están haciendo uso del servicio y la tendencia de crecimiento permitirá que cada día más clientes compren por Internet, por tanto este es un sector interesante. Lejos de decrecer con la crisis mundial, crece y se desarrolla más con el pasar de los años.

Por ser una empresa de servicios el factor clave de éxito será la atención al cliente, la misma que debe ser personalizada. El mayor temor de los clientes cuando compran por Internet, es no contar con el soporte del personal que brinda el servicio. Los sistemas de soporte remotos o por correo son fríos y producen desconfianza e inseguridad.

El portal web debe contener toda la información para que el cliente aclare sus dudas. Deberá poseer una calculadora virtual en la que los valores cotizados sean los mismos que serán facturados, de esa manera el cliente tendrá un conocimiento claro de la tarifa del servicio. De igual forma se debe implementar un instructivo visual en el que se enseñe paso a paso el proceso de compra por Internet, para que el cliente lo revise y se familiarice con el sistema.

Se informará periódicamente de las promociones en cada tienda, así se generará un impulso de compra y una habitualidad del uso del servicio en temporadas especiales y fuera de ellas.

El análisis de sensibilidad demuestra lo crítico de la consecución de los objetivos en cuanto a ventas. Es por esto que la empresa deberá enfocar toda su atención en el cumplimiento de las metas, ya que este es un factor clave de éxito para conseguir los resultados deseados.

El proyecto financiero en la forma como está concebido, permite tener la disponibilidad de información inmediata, lo cual sirve para evaluar la efectividad de las estrategias planteadas.

Se deberá implementar en un futuro inmediato una plataforma integrada de e-commerce con un sistema administrativo y contable, de tal forma que se elimine los errores y se maximice el uso del recurso humano.

La integración hacia adelante y hacia atrás será algo muy importante en el desarrollo de la empresa, ya que estos son procesos críticos que incidirán directamente en su competitividad y estabilidad en el tiempo.

Después del análisis del sector en el cual Ebox se desarrollará, se puede concluir que existen grandes oportunidades para el proyecto. Se determinó que hay un mercado con amplio crecimiento, el cual es evidente por el aumento de las facilidades tecnológicas y comunicativas que se han desarrollado en los últimos años. El mercado potencial es creciente

debido a que no ha sido captado por las actuales empresas oferentes y por tanto hay una buena oportunidad para crecer en este segmento.

BIBLIOGRAFIA

- Amazon.com, <http://www.amazon.com/>
- América Economía,
http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf, Junio 2010.
- Banco Mundial, <http://datos.bancomundial.org>.
- Computación Aplicada al Desarrollo,
www.cad.com.mx/historia_de_amazon_com.htm,
- Dirección de Marketing y Ventas, Cultural Ediciones, Edición 2002, pag.112
- Ebay.com, <http://www.ebay.com/>
- El Telégrafo. Ed. 02 de abril del 2011.
- Index Mundy, <http://www.indexmundi.com>
- Ley de comercio electrónico desde el 17 de Abril del 2002 No. 67 R.O. Suplemento 557.
- Programas de la Vicepresidencia de la República del Ecuador,
<http://www.vicepresidencia.gob.ec>.
- Pyme Crunch, <http://pymecrunch.com/ventajas-y-oportunidades-del-comercio-electronico>, Mayo 18,2008.
- Revista Vistazo on line,
<http://www.vistazo.com/ea/especiales/imprimir.php?Vistazo.com&id=3801>.
- Samuelson, Paul y Nordhaus, William (2010) Economía con aplicaciones a Latinoamérica. (19ª ed.) México: McGraw-Hill.

- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador,
http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=34&vp_tip=2#3).
- Aula Fácil.com, <http://www.aulafacil.com/estrategia2/Lecc-5.htm>, 23 de Dic. 2011.
- CHIAVENATO Idalberto, Administración de recursos humanos, México, McGrawHill, 2007, pag 386 .
- CHIAVENATO, Idalberto, Administración de Recursos Humanos, McGrawHill, Editora Atlas, México, 2007, Pág.118.
- Dirección de Marketing y Ventas, Cultural Ediciones, Edición 2002, pag.13
- eBanking News, <http://www.ebanking.cl/tendencias/fuerza-comercio-electronico-america-latina-003718>, 13 de Julio del 2010.
- El Comercio on line, http://www.elcomercio.com/negocios/impuestos-impuestos_Ecuador-salida_divisas-impuesto_salida_divisas-impuesto_Internet-Black-Friday-EEUU-viernes_negro_0_596340432.html, 23 de Noviembre del 2011.
- El Hoy Diario de Negocios. Ed.22 de marzo del 2011.
- EN Todo Gráfico WEB.com, <http://entgweb.com/>
- Estadísticas sociales, <http://www.eclac.org>
- Indicadores BCE, <http://www.bce.fin.ec>
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos,http://www.inec.gov.ec/cpv/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=57&lang=es.
- INEC, www.inec.gov.ec/estadisticas,Censo de población y Vivienda 2010, INEC.
- Informe sobre desarrollo humano 2011, <http://www.hdrstats.undp.org>
- KAST, Fremont E. y ROSENWEIG, James E., Organization and management, Tokyo, McGraw-Hill Kogakusha, 1970, pag. 245.

- Ley de Aduana, Capítulo VI, Sección III Régimen particular o de Excepción.
- Organización Internacional del Trabajo, Informe mundial sobre salarios 2010/2011.
- Política Nacional, <http://www.radio.ecuadorinmediato.com>
- Servicio de Rentas Internas. Impuesto a la salida de divisas, <http://www.sri.gov.ec>.
- Superintendencia de Compañías, www.supercias.gov.ec.
- Wikipedia , Enciclopedia libre,
http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)
- Wikipedia Enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/EBay>

ANEXOS

1.- Formato del cuestionario de investigación de mercado

ENCUESTA DE COMERCIO ELECTRONICO

Nombre

Fecha

Edad

¡Gracias por otorgarnos este tiempo para contestar esta encuesta!

1.- ¿Conoce el sistema de compras por Internet?

Si ____ No ____

2.- ¿Posee una tarjeta de crédito internacional?

Si ____ NO ____

3.- ¿Ha realizado compras por Internet?

Si__ (Por favor pase a la pregunta 4)

No__ (Por favor pase a la pregunta 14)

4.- Comprar por Internet le parece:

Fácil ____ Normal ____ Difícil____

Porque?_____

5.- ¿En qué portales ha realizado compras?

Amazon ____ Jc Penney_____

Ebay____ Victoria Secret_____

Old Navy y Gap____ Children Place ____

Otros por favor especifique_____

6.-¿Con que frecuencia compra por Internet?

Una vez cada mes____ Una vez cada trimestre____

Una vez cada seis meses ____ Una vez al año____

Solo cuando hay ofertas y especiales____

Solo en navidad_____

7.- Otros especifique_____

7.- ¿Cuánto gasta en promedio en sus compras por Internet?

De 50 a 100 dólares____ De 100 a 300 dólares _____

De 400 en adelante _____

Otros especifique_____

8.- ¿Cuánto paga por la libra de transporte y Trámite de Aduana de sus paquetes?

Transporte:

4____ 5____ 6____

Otros especifique_____

Manejo o trámite de Aduana:

5____ 10____ 20____

Otros especifique_____

9.- El costo de transporte y trámite de sus paquetes actuales le parece?

Caro_____ Normal_____ Barato_____

10.- ¿El nuevo impuesto a la Salida de Divisas ISD del 5% es un limitante para seguir realizando compras por Internet?

Si____ No____ Porque?_____

11.- El idioma Inglés es un limitante para realizar sus compras?

Si____ No____

12.-La seguridad de su tarjeta de crédito es un limitante para realizar compras por Internet?

Si____ No____ Porque?_____

13.-¿Ha realizado pagos a través de Pay Pall?

Si____ No____ No conoce Pay Pall_____

Fin de la Encuesta, muy amable por su tiempo.

14.-¿Cuál ha sido el limitante para realizar compras por Internet?

___ No conoce bien el proceso de compras por Internet.

___ Seguridad de su tarjeta de crédito.

___ No ha percibido que los costos en el exterior son más baratos.

___ Falta de tiempo

2.- Manifiesto de carga

SHIPPER INFO	DESCRIPTION	LBS	KGS	CONSIGNEE	CC/NIT/RUC	ADDRESS	US\$	AWB	PIECES
AMAZON	cf 1 video juego gi bg // cf 1 video juego usps42033166910293150292 8030866260 gi bg // sf 1 juguete usps42033166940011020083 0236950083 gi dr - CONS: 291530 - 291205	0,88	0,4	XAVIER MACIAS	919743757	NUEVE DE OCTUBRE 1608 Y GARCIA MORENO. HOTEL GALERIA MAN-GING. DEPARTAMENTO DE RECEPCION. Guayaquil - Guayas - Ecuador	84,88	291871	3 GUIAS
heritage auctions	cf 1 libro fm bg // cf 2 comics fm bg - CONS: 291844	6,36	2,89	FRANCO ARIAS	702364704001	1316 av. las palmeras entre bolivar y pichincha Machala - El Oro - Ecuador	380,25	291856	2 GUIAS
amazon	cf 1 procesador inter care rg bg	1,18	0,54	MARCIA DE	800865461	Puembo. calle Manuel Burbano y pasaje s/n (camino a la hosteria San José). Conjunto San Rafael, casa# 13 Quito - Pichincha - Ecuador	318,99	291835	1
shipping	sf 1 juguete rj bg // sf 1 cosmetico usps42033166910101052129 7006724063 rj dr // cf 1 mochila 1 cosmetco usps42033166910290100130 0196352396 rj bg - CONS: 291360 - 291192	5,52	2,51	MILADY DUTAN	915093066	Cda. Kennedy Norte Av. Mguel H. Alcivar Mz. 203 PUBLIFPRINT Guayaquil - Guayas - Ecuador	30,26	291820	3 GUIAS
amazon	(cf) cinco piezas de ropa dr/rjb // CF- 1P.ROPA GI-SO // cf 1 interna laserLE10026891 st dr - CONS: 291690 - 290136	5,46	2,48	PAUL BALLADARES	1802803807	RETRO OFICINA Quito - Pichincha - Ecuador	377,26	291813	3 GUIAS
amazon	cf 2 acc para pesca 1 binocular ff bg	3,54	1,61	ROBERTO SALAS	1803007432	Ciudadela Imbaya. Calle Sebastian Manrique 2-30 y Miguel de Jijon y Leon Referencia: casa dos pisos colo crema con porton gris, frenete mercado Imbaya Otavalo - Imbabura - Ecuador	75,5	291812	1
shiping dept.	cf 1 par de bota, 1 silla y 1 amaca rp dr	6,36	2,89	CHRISTIAN CABEZAS	918691619	Ciudadela Ipanema Km 1 1/2 via a Naranjito (Familia CABEZAS FREIRE) Mlagro - Guayas - Ecuador	65,41	291803	1
amazon	cf 1 perfume rg bg // cf 1 perfume rp bg // cf 1 par de zapatos fedex96110188725664443847 66 rj dr - CONS: 291768 - 291362	4,22	1,92	GUIDO HERNANDEZ	916679129	Sta adriana mz. m solar 15. Atras de freno seguro de la juan tanca marengo Guayaquil - Guayas - Ecuador	113,37	291791	3 GUIAS
PROFESIOANL CAR	CF- AROMATISANTES DE CARRO	3,2	1,45	PABLO VIERA	1710489590	retiro oficina Amazonas 4560 y Pereira Matriz Banco Pichincha piso 8 Quito - Pichincha - Ecuador	23,01	291753	1
WARSON	SF- 1X ZAPATOS GI-SO	3,48	1,58	ANDRES PAREDES	703872176	J.J Olmedo e/Avenida Quito y Carrion Pinzano Santa Rosa - El Oro - Ecuador	96,98	291742	1
AMZON	CF- 2X LENTES GO-SO // (sf) un reloj rj/rb // CF- 1 PROGRAM DE COMPUTADORA USPS 420331669102931502928018 022770 GI-SOP - CONS: 291698 - 288349	2,04	0,93	JUAN SEBASTIAN LOZA	6,02177E+11	Av. Circunvalacion y Bogota. Mz L #12. Parque Industrial Riobamba. Riobamba - Chimborazo - Ecuador	235,93	291730	3 GUIAS
amazon	cf 1 videojuego gi dr	1	0,45	PATRICIO CHÁVEZ	501305668	Tarqui y Quito N°507, Edif. Consejo Provincial de Cotopaxi, tercer piso, Centro de Cómputo Latacunga - Cotopaxi - Ecuador	45,6	291675	1
GRAINGER	CF- GUANTES GI-SO // CF- GUANTES GI-SO - CONS: 291666	5,92	2,69	ESTEBAN RENE PROANO	102498714	Juan Jose Flores 3-65 y Garcia Moreno Cuenca - Azuay - Ecuador	226,12	291668	2 GUIAS
AMAZON	(CF) U BOLSOS RJ/RB	1,62	0,74	JESSENA PIONCE	916641715	Calle 38 ava. Entre Vacas Galindo y Bolivia Guayaquil - Guayas - Ecuador	22	291656	1
GAP	AD0 7P ROPA GI-SO // SF- 10P ROPA GI-SO PAQ IN 288629 -CONS: 288631	6,68	3,03	CRISTINA SALAS	1803334414	CDLA. ESPAÑA AV. ATAHUALPA Y QUIS QUIS COOPERATIVA POLICIA NACIONAL A DENTRO DEL CUARTEL DE POLICIA No 9 Ambato - Tungurahua - Ecuador	234,28	288633	2 GUIAS

3.- Detalle de costos

Gastos Administrativos y Ventas Año 1

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Nomina	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	1940	23280
Beneficios Sociales	0	0	0	0	0	660	0	0	0	0	0	2910	3570
Comisiones en ventas	0	99,246	148,869	198,492	248,115	297,738	446,607	595,476	545,853	694,722	793,968	893,214	4962,3
Servicios Contables	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
Arriendo	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Cuotas Condominio	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Luz	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	150
Telefono	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
Telefonia Celular	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Telefonia Internacional	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
Internet	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	56,12	673,44
Materiales de oficina	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	42,5	510
Publicidad	600			2400	800			2150	1650	2400			10000
Movilizacion	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Seguridad	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	27,5	330
Gastos de Viaje	1740												1740
Arriendo moto	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Gasolina y mantenimeinto moto	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Mantenimiento oficina	41	41	41	41	45	41	41	41	45	41	41	41	500
Regalos Cilente (navidad)												500	500
Agasajo empleados (navidad)												500	500
Articulos de Limpieza	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Datafast	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Varios	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Depreciaciones	491,77	491,78	491,77	491,78	491,77	491,78	491,78	491,78	491,78	491,78	491,78	491,78	5901,33
Amortizaciones	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
													0
Gastos Financieros													0
Gastos Bancarios	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Intereses													0
TOTAL	6304,39	4063,646	4113,259	6562,892	5016,505	4922,138	4411,007	6709,876	6164,253	7059,12	4758,37	8767,61	68853,07

Gastos Administrativos y Ventas Año 2 al 5

Descripción	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina	25608,00	28168,80	42253,20	63379,80
Beneficios Sociales	12973,00	14270,31	21405,48	32108,21
Comisiones en ventas	9924,60	14886,90	22330,35	33495,70
Servicios Contables	3960,00	4356,00	4791,60	5270,76
Servicios Legales	240,00	480,00	480,00	480,00
Servicio de Limpieza	600,00	600,00	660,00	660,00
Mantenimiento Computadores	180,00	600,00	600,00	600,00
Arriendo	4800,00	4800,00	5280,00	5280,00
Cuotas Condominio	600,00	660,00	726,00	798,60
Agua	36,00	72,00	72,00	72,00
Luz	150,00	600,00	720,00	720,00
Telefono	3600,00	5160,00	5160,00	5160,00
Telefonia Celular	960,00	1056,00	1161,60	1277,60
Telefonia Internacional	96,00	105,60	116,61	127,76
Internet	900,00	1320,00	1440,00	2160,00
Materiales de oficina	700,00	1560,00	4800,00	5160,00
Publicidad	10208,04	15312,00	22968,36	34452,54
Movilizacion	300,00	360,00	400,00	450,00
Uniformes				1200,00
Seguridad	330,00	330,00	360,00	432,00
Gastos de Viaje	500,00	500,00	2500,00	2200,00
Arriendo moto	840,00	840,00	1080,00	1080,00
Gasolina y mantenimeinto moto	300,00	300,00	360,00	400,00
Mantenimiento oficina	500,04	500,00	500,00	500,00
Regalos Cilente (navidad)	500,00	500,00	600,00	600,00
Agasajo empleados (navidad)	600,00	700,00	800,00	900,00
Articulos de Limpieza	360,00	360,00	420,00	500,00
Datafast	300,00	300,00	300,00	300,00
Varios	528,00	580,80	638,88	702,77
Depreciaciones	5901,33	5901,36	1038,00	1038,00
Amortizaciones	600,00	600,00	600,00	600,00
	0,00	0,00	0,00	
Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00	
Gastos Bancarios	70,00	80,04	90,00	100,00
Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00		
TOTAL	87165,01	105859,81	144652,08	202205,7347

4.- Cronograma de inversiones

Calendario de Inversiones

Concepto	Mes 0	Mes 1
Equipos de Oficina		
Muebles y Enseres		
Eq. Computacion, licencias y Progrmas		
Gastos de Constitucion		
Garantias		

5.- Calendario para la implantación del proyecto

Calendario de Implantacion del Proyecto

Concepto	Mes 0	Mes 1
Compra de Equipos		
Compra de muebles y enseres		
Compra de Eq de computacion		
Desarrollo pagina Web		
Plataforma e-commerce		

6.- Proyección de ventas año 1 al 5

Meses	Año 1			Año 2			Año 3		
	Libras	Valor	Total	Libras	Valor	Total	Libras	Valor	Total
Mes 1	0	6	\$ -	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 2	283,56	6	\$ 1.701,36	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 3	425,34	6	\$ 2.552,04	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 4	567,12	6	\$ 3.402,72	2698	6	\$ 16.188,00	4210	6	\$ 25.260,00
Mes 5	708,9	6	\$ 4.253,40	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 6	850,68	6	\$ 5.104,08	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 7	1276,02	6	\$ 7.656,12	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 8	1701,36	6	\$ 10.208,16	2698	6	\$ 16.188,00	4224	6	\$ 25.344,00
Mes 9	1559,58	6	\$ 9.357,48	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 10	1984,92	6	\$ 11.909,52	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 11	2268,48	6	\$ 13.610,88	2196	6	\$ 13.176,00	3210	6	\$ 19.260,00
Mes 12	2552,04	6	\$ 15.312,24	3196	6	\$ 19.176,00	5210	6	\$ 31.260,00
Total	14178		\$ 85.068,00	28356		\$ 170.136,00	42534		\$ 255.204,00

PROYECCION DE VENTAS AÑO 4, AÑO 5

Meses	Año 4			Año 5		
	Libras	Valor	Total	Libras	Valor	Total
Mes 1	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 2	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 3	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 4	5983	6	\$ 35.898,00	8641	6	\$ 51.846,00
Mes 5	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 6	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 7	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 8	5983	6	\$ 35.898,00	8641	6	\$ 51.846,00
Mes 9	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 10	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 11	4983	6	\$ 29.898,00	7641	6	\$ 45.846,00
Mes 12	6988	6	\$ 41.928,00	9651	6	\$ 57.906,00
Total			\$ 382.806,00			\$ 574.212,00

7.- Remuneración y comisiones año 1 al 5

CUADRO DE REMUNERACIONES 5 AÑOS

eBox.com.ec

	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com.Vtas	Remun. total aprox.	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com.Vtas	Remun. total aprox.	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com.Vta	Remun. total aprox.	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com.Vta	Remun. total aprox.	Remun. Mensual Directa	Remun. Mensual Indirecta Com.Vta	Remun. total aprox.
Personal															
Libras		14178			28356			42534			63801			95702	
Gerencia	900	319,01	1.219	990	638,01	1.628	1.089	957,015	2.046	1.307	1435,52	2.742	1.568	2153,30	3.721
Servicio al Cliente	390	94,52	485	429	118,15	547	472	177,225	649	566	265,84	832	680	319,01	999
Aux. Contable y Paq.	350		350	385	47,26	432	424	70,89	494	508	106,34	615	610	159,50	769
Bodeguero -Mensajero	300		300	330	23,63	354	363	35,445	398	417	53,17	471	501	79,75	581
Cobros										372,37		372	447	79,75	527
Mensajero										350		350	420		420
Paquetería													500		500
Servicio al Cliente													556		556
	1.940	413,53	2353,525	2.134	827,05	2961,05	2.347	1240,575	3587,975	3.521	1860,86	5.382	5.282	2791,31	6070

Comisiones Empleados Año 1

Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Libras	0	283,56	425,34	567,12	708,9	850,68	1276,02	1701,36	1559,58	1984,92	2268,48	2552,04	14.178
Comisión Gerente	0	76,56	114,84	153,12	191,40	229,68	344,53	459,37	421,09	535,93	612,49	689,05	3828,06
Comisión Servicio al Cliente	0	22,68	34,03	45,37	56,71	68,05	102,08	136,11	124,77	158,79	181,48	204,16	1134,24
Total comisiones	0	99,25	148,87	198,49	248,12	297,74	446,61	595,48	545,85	694,72	793,97	893,21	4962,30

Comisiones Empleados Año 2

Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Libras	2196	2196	2196	2698	2196	2196	2196	2698	2196	2196	2196	3196	28.356
Comisión Gerente	592,92	592,92	592,92	728,46	592,92	592,92	592,92	728,46	592,92	592,92	592,92	862,92	7656,12
Comisión Servicio al Cliente	109,8	109,8	109,8	134,9	109,8	109,8	109,8	134,9	109,8	109,8	109,8	159,8	1417,80
Auxiliar Contable	43,92	43,92	43,92	53,96	43,92	43,92	43,92	53,96	43,92	43,92	43,92	63,92	567,12
Bodeguero	21,96	21,96	21,96	26,98	21,96	21,96	21,96	26,98	21,96	21,96	21,96	31,96	283,56
Total comisiones	768,6	768,6	768,6	944,3	768,6	768,6	768,6	944,3	768,6	768,6	768,6	1118,6	9924,60

Comisiones Empleados Año 3

Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Libras	3210	3210	3210	4210	3210	3210	3210	4224	3210	3210	3210	5210	42.534
Comisión Gerente	866,7	866,7	866,7	1136,7	866,7	866,7	866,7	1140,48	866,7	866,7	866,7	1406,7	11484,2
Comisión Servicio al Cliente	160,5	160,5	160,5	210,5	160,5	160,5	160,5	211,2	160,5	160,5	160,5	260,5	2126,7
Auxiliar Contable	64,2	64,2	64,2	84,2	64,2	64,2	64,2	84,48	64,2	64,2	64,2	104,2	850,68
Bodeguero	32,1	32,1	32,1	42,1	32,1	32,1	32,1	42,24	32,1	32,1	32,1	52,1	425,34
Total comisiones	1123,5	1123,5	1123,5	1473,5	1123,5	1123,5	1123,5	1478,4	1123,5	1123,5	1123,5	1823,5	14886,90

Comisiones Empleados Año 4

Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Libras	4983	4983	4983	5983	4983	4983	4983	5983	4983	4983	4983	6988	63.801
Comisión Gerente	1345,41	1345,41	1345,41	1615,41	1345,41	1345,41	1345,41	1615,41	1345,41	1345,41	1345,41	1886,76	17226,27
Comisión Servicio al Cliente	398,64	398,64	398,64	478,64	398,64	398,64	398,64	478,64	398,64	398,64	398,64	559,04	5104,08
Auxiliar Contable	99,66	99,66	99,66	119,66	99,66	99,66	99,66	119,66	99,66	99,66	99,66	139,76	1276,02
Bodeguero	49,83	49,83	49,83	59,83	49,83	49,83	49,83	59,83	49,83	49,83	49,83	69,88	638,01
Total comisiones	1893,54	1893,54	1893,54	2273,54	1893,54	1893,54	1893,54	2273,54	1893,54	1893,54	1893,54	2655,44	22330,35

Comisiones Empleados Año 5

Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Libras	7641	7641	7641	8641	7641	7641	7641	8641	7641	7641	7641	9651	95.702
Comisión Gerente	2063,1	2063,07	2063,07	2333,07	2063,07	2063,07	2063,07	2333,07	2063,07	2063,07	2063,07	2605,77	25839,54
Comisión Servicio al Cliente	305,64	305,64	305,64	345,64	305,64	305,64	305,64	345,64	305,64	305,64	305,64	386,04	3828,08
Auxiliar Contable	152,82	152,82	152,82	172,82	152,82	152,82	152,82	172,82	152,82	152,82	152,82	193,02	1914,04
Bodeguero	76,41	76,41	76,41	86,41	76,41	76,41	76,41	86,41	76,41	76,41	76,41	96,51	957,02
Cobros	76,41	76,41	76,41	86,41	76,41	76,41	76,41	86,41	76,41	76,41	76,41	96,51	957,02
Total comisiones	2674,4	2674,4	2674,4	3024,4	2674,4	2674,4	2674,35	3024,35	2674,35	2674,35	2674,35	3377,85	33495,70

8.- Presupuesto de publicidad año 1 al 5

Presupuesto Año 1 Plataforma Web y Publicidad

\$ 10.000

Medios	Descripción	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Facebook	Banner ppc	300			400	400			300	300	500			\$ 2.200,00
Google Adw	Banner ppc	300			400	400			300	250	500			\$ 2.150,00
Windows live	Banner ppc				300				400					\$ 700,00
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios				300						400			\$ 700,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios				500						500			\$ 1.000,00
Vistazo on line	Banner				500						500			\$ 1.000,00
TV Cable	12.000 Insertos								300	300				\$ 600,00
Direct TV	12.000 Insertos								300	300				\$ 600,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Total Publicidad		600	0	0	2400	800	0	0	2150	1650	2400	0	0	\$ 10.000,00

Presupuesto Año 2 Publicidad

\$ 10.208

Medios	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Publicidad Facebook	Anuncios PPC	300			400	400			300	300	500			\$ 2.200,00
Google Adw	Anuncios PPC	300			400	400			300	250	500			\$ 2.150,00
Windows live	Anuncios PPC				300				400					\$ 700,00
Email masivos	Arte	50			50	50	50	50	50	50	50	50		\$ 450,00
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios									300	300	300		\$ 900,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios									350	350	350		\$ 1.050,00
Vistazo on line	Banner sección tecnología										300			\$ 300,00
TV Cable	12.000 Insertos								300	300				\$ 600,00
Direct TV	12.000 Insertos								400	400				\$ 800,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Total		650	0	0	1150	850	50	50	2300	2450	2000	700	0	\$ 10.200,00

Presupuesto Año 3 Publicidad

\$ 15.312

Medios	Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Publicidad Facebook	Anuncios PPC	100	200	200	300	500	200	200	300	200	300	200	100	\$ 2.800,00
Google Adw	Anuncios PPC	100	200	200	200	200	200	200	200	200	200	212	100	\$ 2.212,00
live	Banner						2000							\$ 2.000,00
Email masivos	Arte	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	\$ 600,00
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios				250					250	250	250		\$ 1.000,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios				250					300	300	300		\$ 1.150,00
TV Cable	12.000 Insertos				300				300	300	300			\$ 1.200,00
Direct TV	12.000 Insertos				300				400	400	400			\$ 1.500,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Revista Vistazo	Banner on line		400								400			\$ 800,00
Revista Vistazo	1/4 Pag. Derecha		500								500			\$ 1.000,00
														\$ -
Total		250	1350	450	1650	750	2450	450	1800	2200	2700	1012	250	\$ 15.312,00

Presupuesto Año 4 Publicidad

\$ 22.968

Medios		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Publicidad Facebook		168	200	200	300	500	200	200	300	200	300	200	200	2968
Google Adw		200	200	200	400	200	200	200	400	300	400	400	300	3400
Yahoo		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Windows live		166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67	2000
Email masivos		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios				250					250	250	250		\$ 1.000,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios				250					300	300	300		\$ 1.150,00
TV Cable	12.000 Insertos				300				300	300	300			\$ 1.200,00
Direct TV	12.000 Insertos				300				400	400	400			\$ 1.500,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Revista Vistazo	Banner on line		400								400			\$ 800,00
Revista Vistazo	1/4 Pag. Derecha			500							500			\$ 1.000,00
Revista Cosas	1/4 Pag. Derecha			500						500	500			\$ 1.500,00
Revista Dinners	1/4 Pag. Derecha			800						800	800			\$ 2.400,00
														\$ -
TOTAL		784,67	1216,67	2616,67	2216,67	1116,67	816,67	816,67	2366,67	3966,67	4566,67	1566,67	916,67	22968

Presupuesto Año 5 Publicidad

34.452,54

Medios		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Publicidad														
Facebook		152,54	200	200	300	500	200	200	300	200	300	200	200	2952,54
Google Adw		200	200	200	400	200	200	200	400	300	400	400	300	3400
Yahoo		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Windows live		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2000
Email masivos		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Banner El Comercio on line	Banner sección negocios				250					250	250	250		\$ 1.000,00
Banner El Universo on line	Banner sección negocios				250					300	300	300		\$ 1.150,00
TV Cable	12.000 Insertos				300				300	300	300			\$ 1.200,00
Direct TV	12.000 Insertos				300				400	400	400			\$ 1.500,00
Vanguardia	1/4 Pag. Derecha								550					\$ 550,00
Pc World	1/4 Pag. Derecha									500				\$ 500,00
Revista Vistazo	Banner on line		400								400			\$ 800,00
Revista Vistazo	1/4 Pag. Derecha			500							500			\$ 1.000,00
Revista Cosas	1/4 Pag. Derecha			500							500			\$ 1.000,00
Revista Dinners	1/4 Pag. Derecha			800						800	800			\$ 2.400,00
Radio 98 Mundo	Noticiero									2000	2000	2000		\$ 6.000,00
Radio Platinum	Noticiero									2000	2000	2000		\$ 6.000,00
Total		802,54	1250	2650	2250	1150	850	850	2400	7500	8600	5600	950	34452,54