ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Proyecto de Creación de una empresa con el Servicio de Supermercado Electrónico en la Ciudad de Guayaquil.

Ligia Leonor Alvear(1), Tania Elizabeth Bonilla Chuquimarca (2)
PhD. Victor Hugo Gonzalez(3) *
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
lalvear@espol.edu.ec(1), tbonilla@espol.edu.ec(2) ,vhgonzale@gmail.com(3)

Resumen

El estudio de este proyecto está basado en determinar la factibilidad de la creación de una empresa que brinde el servicio de un supermercado electrónico en la ciudad de Guayaquil: para lo cual tener los objetivos del proyecto bien establecidos, serán claves para el desarrollo de nuestro proyecto.

La descripción de la compañía, misión, visión y estrategias de la compañía servirán para determinar el tipo de negocio que se va a emprender. Los estudios de oferta, demanda y precios del mercado ayudarán a determinar la situación actual del mercado y si es factible el ingreso de éste tipo de negocio.

El estudio técnico, todos los costos que se requerirán para llevar a cabo el negocio como la mano de obra, maquinarias, vehículos, muebles de oficina, gastos de constitución, entre otros permitirán elaborar el flujo de caja de la empresa y la proyección a 5 años, con lo cual se determinará si el proyecto es rentable o no, se analizará el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Palabras Claves: Internet, Página Web, Flujo de caja, VAN

Abstract

The study of this project is based on determining the feasibility it gives on the creation of a company that offers the service electronic supermarket in Guayaquil city: for that reason is necessary have clear objectives of the project, they will be key for the development of our project

. The description of the company, mission, vision and strategies of the company will be good to determine the type of business that will undertake. The study of offer, study of demand and study of market prices will help to determine the current market situation and if it is feasible the income gives for this type of business.

The technical study, all the cost that will be required to carry out the business like the manpower, machineries, vehicles, furnitures, cost of constitution, among others; they will allow to elaborate the cash flow of the company and the projection to 5 years, that will determined if the project is profitable or no, the Present Value (NPV) and internal rate of return (IRR) will be analyzed

Key words: IRR, NPV, Offer, Demand, Internet

1. Introducción

Los servicios por internet se están posicionando en el mercado ecuatoriano, el tener las facilidades de realizar múltiples transacciones a través de él en un computador sin la necesidad de trasladarse de un lugar a otro es el interés común de las personas. Por ello, el estudio de nuestro proyecto es el brindar el servicio de un supermercado electrónico como prueba piloto en la ciudad de Guayaquil; en donde las personas en especial las amas de casa podrán realizar las compras que solían hacer en el supermercado, con sólo ingresar en el internet a la página de Shopping Express y realizar la orden de compra haciendo clicks en los productos que desee y esperar que le entreguen en la puerta de su hogar la compra sin cargos adicionales en los precios de los productos.

El sistema consiste en que el usuario ingrese a la página web, registre un login y una contraseña, y ya estará en la base de datos de clientes de la compañía. Además, definir la forma de pago que utilizará y si fuera el caso registrar su número de tarjeta de crédito y clave de débitos. Una vez dentro del sistema, el usuario registrado puede navegar por las distintas opciones de variedad de productos que se ofrecen, entre alimentos, bebidas, cosméticos, entre otros, eligiendo los productos que desee según sus propias necesidades.

El servicio de supermercado electrónico que se ofrece a los consumidores es de 12 horas al día, desde las 10 am a 10 pm.

Shopping Express brinda una manera más ágil, dinámica, amigable y práctica para realizar las compras a través del Internet.

2. Descripción de la empresa

2.1. Misión

Somos una empresa distribuidora de productos alimenticios y de cuidado personal, comprometida en brindar un eficiente servicio de calidad a los consumidores de la ciudad de Guayaquil, a través de la venta de los productos vía internet; ofreciendo así, un servicio de manera ágil, práctica y confiable al momento de realizar las compras.

2.2. Visión

Ser el supermercado y distribuidor electrónico líder en las principales ciudades del Ecuador, generando credibilidad en los consumidores y reconocimiento de marca.

2.3. Razón social de la compañía

La empresa tendrá como nombre o razón social:

- ***Shopping Express S.A.***

La cual operará legalmente como sociedad anónima (S.A.) bajo el reglamento jurídico correspondiente de las sociedades anónimas en el Ecuador, siendo las principales características de este tipo de sociedad:

- Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros.
- División del capital social en acciones.
- Negociabilidad de las participaciones.
- Estructura orgánica personal.
- Existencia bajo una denominación pública.

3. Analisis de factibilidad

3.1. Análisis de la demanda

Entre los factores que afectan al comportamiento del consumidor y por ende a la demanda del servicio tenemos:

- El precio,
- Las preferencias de los consumidores,
- El nivel de ingreso o gasto.

Según la teoría económica, la relación funcional entre el precio y la cantidad demandada es inversa; por ello, si aumentan los precios de nuestros productos en el mercado disminuirán las cantidades demandadas de los mismos, o en el caso, de disminuir los precios de los productos de los competidores con relación a los nuestros, nuestra demanda se verá afectada y ésta disminuirá.

El estar al tanto del por qué cambian las preferencias de los consumidores es esencial para identificar los futuros cambios que podría tener nuestra demanda; ya sea por el ingreso al mercado de productos mejorados que ofrezcan más beneficios al consumidor, o por cambios de moda que traigan consigo nuevos productos, como avances tecnológicos en los bienes o servicios sustitutos de mejor calidad, que provocarán que las preferencias por nuestros bienes y servicio disminuyan.

El nivel de ingreso de los consumidores es un factor determinante para nuestra demanda; a mayor ingreso las personas consumirán más productos y demandarán más nuestro servicio, el cual se basa en la venta de bienes normales. La crisis económica como inflación, crisis política y regulaciones del mercado como impuestos, también afectarán a los ingresos de los consumidores.

3.1.1. Demanda actual

La investigación de mercado realizada en el proyecto no permitió determinar la demanda esperada del mercado de nuestra empresa. Dicha investigación se la realizó utilizando el programa SPSS, en el cual se establecieron 28 variables en base a las 11 preguntas de la encuesta.

Se realizó un análisis univariado de cada pregunta y de correlación entre preguntas (edad-frecuencia de uso internet), (ocupación-frecuencia de uso internet). Se plantearon los resultados de la investigación mediante histogramas, diagrama de pastel y cuadro de barras para una mejor comprensión de los resultados obtenidos.

Entre los más relevantes preguntas obtuvimos, que el 65.3% de los encuestados conocen la opción de realizar compras por internet y el 64.9% está interesado en obtener mayor información sobre el negocio, aunque hay un alto porcentaje de personas que piensan que la opción de compra vía internet es riesgosa y no confiable, 53.1% y 91% respectivamente, por lo que nuestro plan estratégico de publicidad se basará en generar confianza y credibilidad en los consumidores.

3.2. Análisis de la oferta

Entre los factores que influyen al a cambios en la oferta en este mercado están:

- Valor de los insumos
- Desarrollo Tecnológico
- Valor de los servicios relacionados
- Valor de los servicios sustitutos

Si el valor de los insumos aumenta, los productores alimenticios no seguirán produciendo al mismo precio, dando lugar así a un incremento en los precios de los productos que la empresa ofrece.

El desarrollo de nuevas tecnologías, podrá significar una importante disminución en los costos de distribución y de comercialización para la empresa. Ocurriendo una efecto causal directo sobre la oferta sobre productos no agrícolas. Para el caso de los productos agrícolas la oferta tiende a ser inelástica por lo que los efectos de cambios tecnológicos se verán reflejados en periodos posteriores. El efecto tecnológico será también directo si el avance genera un servicio de mejor calidad.

También el mercado de venta y distribución de víveres cuenta con competidores parciales de servicios relacionados (venta de productos específicos) como son Farmacia Fybeca, Botica Inglesa y Pharmacy's que ofrecen una cantidad limitada de productos de acuerdo a su área empresarial.

Un factor fundamental en el comportamiento de la oferta es la existencia de servicios complementarios y sustitutos, que pueden significar una disminución en la cantidad ofrecida de uno con respecto a otro competidor.

3.2.1. Oferta actual

Actualmente existe en el país una empresa que ofrece un sistema similar a Shopping Express denominado "Despensa en línea" que distribuye alimentos, bebidas, alimentos de cuidado personal, utilices escolares, revistas, mascotas, audio, video, juguete, etc. Con un promedio de 24 horas de entrega de los productos. Actualmente esta empresa no cuenta con una importante campaña de marketing por lo que no es conocida en el mercado.

Existen otras empresa como "Discount center web" que vende productos electrónicos como computadoras, electrodomésticos, equipos industriales, libros, transporte ligero entre otras.

Despensa Nelson en la ciudadela Entre-ríos ofrece el servicio de venta de productos de primera necesidad en el área de Samborondon, pero únicamente bajo el sistema de ventas por teléfono a clientes frecuentes.

Botica Inglesa en el área de Urdesa ofrece el servicio a domicilio de medicamentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, snaks, productos de cuidado personal, etc.

Farmacia Fybeca ofrece también el servicio a domicilio principalmente de medicinas y adicionalmente de productos alimenticios de tipo snacks, perfumería y productos de cuidado personal.

3.3. Análisis de precios

La determinación de los precios de Shopping Express es de suma importancia, ya que éstos podrán influir en la percepción de los consumidores y en el comportamiento de la demanda del servicio que ofreceremos.

Los precios de envío por pedido serán:

- Compras < a $40, el costo de envío será de $2.
- Compras a partir de $40, el costo de envío será el 5% del monto total del pedido.

Los precios a los cuales ofreceremos cada uno de los productos serán los establecidos en el P.V.P.

Las promociones (en cuanto a precio y cantidad del producto) de nuevos productos introducidos al mercado serán informadas en la página de Shopping Express y vía mail a nuestros clientes V.I.P (registrados en nuestra base de datos).

Los descuentos que Shopping Express brindará a los consumidores serán de acuerdo al volumen de compra y pago en efectico, para órdenes de compra mayores a $100 o pagos en efectivo mayores a $100, el costo de envío será del 4%. Dichos descuentos son mutuamente excluyentes entre sí.

El tiempo empleado en entregar los productos a los consumidores dependerá del total monto del pedido:

- Compras < a $40, el tiempo de entrega al consumidor será de 1 hora.
- Compras desde $40 hasta $79.99, el tiempo de entrega al consumidor será de 3 horas.
- Compras a partir de $80, el tiempo de entrega será 6 horas.

4. Valoración económica de la compañía

A través de la valorización económica de la compañía, se determinará todo lo que se requiere para que el proyecto se lleve a cabo exitosamente; cuales son las características del servicio y el monto total de todos los recursos que se utilizarán para poner en marcha el negocio.

En gastos de vehículos se han colocados los valores de las motos de cargas que se van adquirir para realizar el servicio de entrega de productos a domicilio.

En cada uno de los locales se encontrar un computador para recibir vía electrónica los pedidos. Y adicionalmente la computadora del local de Urdesa, será la computadora matriz para el servicio de la página web.

Los gastos de publicidad incluidos en la inversión se refieren a la campana publicitaria que se realizara al momento de iniciar el proyecto, con el fin de hacerse conocer en el mercado.

Entre los gastos adicionales esta la compra de refrigeradores para mantener los productos que necesitan refrigerador. Adicionalmente se recibirá de proveedores congeladores para sus respectivos productos.Para cada uno de los locales, habrá un stock de productos de primera necesidad valorados en $25.000 por cada uno de los locales.

Finalmente el valor de depósito de arrendamiento, se refieren a las ley ecuatoriana de inquilinato que exige dos meses de arriendo como depósito por cada uno de los locales.

Las inversiones en activos fijos generalmente se adquieren por una sola vez y son utilizadas durante su vida útil, según lo establece el código de comercio y la Norma Ecuatoriana de Contabilidad (NEC) # 12.

Tabla 1. Inversiones

VALORACION ECONOMICA	
Detalle	**Valor**
Muebles de Oficina	$1,392.00
Equipos de Computación	$2,109.00
Vehículos	$7,095.96
Publicidad	$2,900.00
Gastos de Constitución	$365.00
Gastos Adicionales de Inversion	$5,162.00
Productos	$50,000.00
Deposito Arrendamiento	$3,000.00
TOTAL INVERSION	**$72,023.96**

4.1. Tamaño y localización

La decisión del tamaño se define por el nivel de inversiones y costos que se calculen el flujo de caja del proyecto. Y bajo las estimaciones de rentabilidad que generaría la implementación.

En base a la investigación de mercado se concluyo que la ciudad se dividirá en dos puntos estratégicos, los cuales serán zonificados. Para lo cual la empresa, necesita dos locales de venta y distribución ubicados dentro de las áreas mencionadas.

Bajo criterio económico, que maximice la rentabilidad del proyecto, y a criterios estratégicos de pre factibilidad Shopping Express estará ubicada en Ecuador, Región Costa, Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil. Lugar en el cual la empresa contará con dos locales ubicados en sectores estratégicos y de gran influencia de potenciales consumidores (Kennedy-Urdesa y Samborondón) escogidos bajo el criterio de pre factibilidad.

Criterios de Selección:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costos
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento y proveedores
- Cercanía del mercado consumidor objetivo
- Acceso en cuanto al tiempo y demoras, para llegar al destino final
- Disponibilidad de suministros
- Comunicaciones

Entre las diferentes alternativas se considero adicionalmente la cercanía con las fuentes de abastecimiento (productores, fabricantes y mayoristas) y fuentes de consumo. Se requieren vías en buen estado, menor problema de tráfico, conexiones que minimicen los tiempos y así poder cumplir los estándares de tiempo de entrega de productos ofrecidos al cliente.

5. Evaluación financiera

Para realizar el proyecto se requiere una inversión de $72.023,96, el cual se lo financiará 50% vía deuda y 50% vía inversión de los accionistas.

Dado este nivel de financiamiento el monto a financiarse será $36.011,98, a una tasa del 8.14% semestral del Banco del Pacifico y a un plazo de la deuda será de 5 años, los gastos por intereses, la cuota semestral del préstamo y la amortización del capital son los siguientes:

Tabla 2. Financiamineto

OPCION FINANCIAMIENTO	
Capital Propio 50%	$36,011.98
Financiamiento 50%	$36,011.98
TOTAL INVERSION	$72,023.96
*Tasa Activa	8.14%
GASTO INTERES SEMESTRAL	$2,930.64

*Fuente: Banco del Pacifico
Nota: Datos Semestrales

AMORTIZACION DE LA DEUDA	
Financiamiento	$36,011.98
Tasa	8.14%
# Pagos	10
CUOTA	**$5,400.29**

Nota: Datos Semestrales

5.1. Ingresos estimados

Estimación de ventas esperadas, en base a un promedio por pedido de $40 y un tiempo promedio de entrega de 3 horas y un tiempo de funcionamiento de cada uno de los locales, de doce horas diarias. En base a dos repartidores por zonas. Y una mínimo de entrega por salida de cada repartidor de 4 (pedidos).

5.2. Costos estimados

En base a un margen de utilidad del 25%, se estiman los costos en base a los estimados de los ingresos.

Tabla 3. Margen de utilidad

Margen de Utilidad (Ingresos - Costos)	25%

5.3. Criterios de evaluación del proyecto

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) de un proyecto generalmente toma como referencia la tasa máxima que ofrecen los bancos a una inversión a plazo fijo dado que existe inflación, por lo que se puede tomar como referencia el índice inflacionario.

Dado que el inversionista quiere que su dinero crezca más allá del índice inflacionario, hay otro factor que influye en la TMAR que es el premio al riesgo, que para el caso de estudio es el porcentaje de riesgo país.

La fórmula para el cálculo es la siguiente:

- TMAR = i + f
- i = premio al riesgo
- f = tasa de inflación

i = 8.09% anual, 4.11% semestral
f = 8.83% anual, 4.50% semestral
TMAR semestral = 4.11% + 4.50%
TMAR semestral = 8.61%

5.4. Valor actual neto

El VAN consiste en determinar el valor presente de los flujos de ingresos y gastos generados durante el período de vida útil del proyecto. Si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y gastos es mayor que cero, se considera la inversión realizada como atractiva; pues, se estará generando beneficios. Si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría sin asumir ningún riesgo. Y si la diferencia es menor que cero, el proyecto no es viable.

En el caso del proyecto de Shopping Express, resultó viable realizar la inversión y poner en marcha el negocio ya que se obtuvo un VAN mayor que cero $356,331.94 , el cual se muestra en el flujo de caja.

6. Bibliografía

[1] Banco Central del Ecuador
[2] Superintendencia de Compañías
[3] Servicio de Rentas Internas (SRI)
[4] Fundamentos de Administración Financiera, Principios Emery, Finnenty & Stocle
[5] Preparación y Evaluación de Proyectos, 4ta edición, Nassir Sapag, Mac Graw Hill
[6] Investigación de Mercados, 3era edición, Kinnear – Taylor
[7] Administración Estratégica, 13ª edición, Thompson – Strickland
[8] Banco de Guayaquil
[9] Banco del Pacífico
[10] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
[11] Despensa en Línea

7. Conclusiones

- Es un proyecto factible, que se desarrolla actualmente en un mercado en expansión, como lo es el electrónico.
- Es un proyecto que requiere poca inversión inicial, debido a que se trata de brindar un servicio vía internet, por lo que no se necesita de un establecimiento para dar al cliente el servicio; sino que, a través de la web se realiza todos los procesos operacionales.
- En las estrategias que nos basaremos serán en las de diferenciación de productos y de nicho, ya que ofreceremos productos de calidad y diferenciados y centraremos nuestros esfuerzos a un determinado sector.
- El análisis de encuestas muestra que es un tipo de negocio en el que se requiere invertir principalmente en publicidad para hacerlo conocer en el mercado, ya que se trata de un nuevo tipo de negocio, el online, del cual los consumidores no poseen mayor información.
- El nivel de deuda de la empresa es moderada, 50% de la inversión total, por lo que el nivel de pasivo no será alto, por lo que permitirá que no exista un mayor riesgo de incumplimiento de pago y el valor del negocio aumente.
- Se esperada que el nivel de ventas crezca a una razón mayor de la inflación del 8%.
- A través del análisis financiero se determinó que es un proyecto rentable, debido a que el VAN es mayor a cero $356,331.94 y tiene una TIR del 74% mayor a la TMAR, por lo que se aconseja al inversionista ejecutar el proyecto.