

Plan de Negocios de una empresa desarrolladora de productos y servicios orientados al comercio electrónico que ofrecerá un centro comercial virtual enfocado hacia PYMES

Grace Cornejo¹, Erick Lavid², Stalin De La Torre³, Ing. Victor Bastidas⁴
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo Velasco, 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador

¹Egresada de Ingeniería en Computación, email: gcornejo@fiee.espol.edu.ec

²Egresado de Ingeniería en Computación, email: elavid@uniplex.com.ec

³Egresado de Ingeniería en Computación, email: sdelatorre@uniplex.com.ec

⁴Director de Tópico, Ingeniera en Electrónica, Rector 1997 -2002, Escuela Superior Politécnica del Litoral, email: bajiresa@hotmail.com

RESUMEN

El uso de tecnologías de Comercio Electrónico se está convirtiendo en un pilar fundamental para la promoción de productos, incremento de ventas y expansión de las empresas.

“**SICESA**”, Sistemas para Comercio Electrónico Sociedad Anónima, será una empresa que ofrecerá productos y servicios relacionados con el comercio electrónico, enfocados a cualquier tipo de negocio. La empresa ofrecerá un centro comercial virtual a través de Internet llamado “**Aquihaydetodo.com**”, el cual está enfocado a la promoción y venta de los productos de las PYMES afiliadas al portal.

El servicio principal es el alquiler de espacios para tiendas donde se ofrecerán los productos que cada una vende. Al mismo tiempo se ofrece la gestión de venta por Internet, es decir que promocionaremos sus productos y receptaremos el pedido de cada consumidor e informaremos a la tienda respectiva para que inicie su proceso de venta.

La idea surgió luego de analizar el crecimiento de ventas por Internet e identificar que existen empresas en el Ecuador que no aprovechan este beneficio. Con esta idea apuntamos a una innovación en el servicio ofrecido actualmente, la cual está basada en la integración de varias PYMES en un solo sitio que incremente su competitividad a través del Internet.

ABSTRACT

The use of Electronic Commerce technologies as converting in a fundamental pillar to the products promotion, sales increase and companies expansion.

“**SICESA**”, Systems to Electronic Commerce Anonymous Society, will be an enterprise which will offer products and services related with the electronic commerce, focused to any kind of business. The company will offer a virtual commercial center through Internet called “**Aquihaydetodo.com**”, which is focus to the products promotion and products sell of PYMES which are affiliated to the portal.

The principal service is the rent of spaces to shops where will be offer the product which every shop sells. At the same time they offer sales management by Internet, namely we will promote their products and catch the consumer order of each consumer and will notify to the respective shop to start their sales process.

The idea started after to analyze the sales growth by Internet and identify that exists companies in Ecuador which doesn't take advantage of this benefit. Which this idea we aim to an innovation in the actually offered service, which is based in the integration of several PYMES in an only place which increase its competitiveness through Internet.

INTRODUCCION

En esta época donde los factores principales para el éxito son la información y la capacidad de usarla adecuada y velozmente, el Internet cumple un papel fundamental ya que nos permite comprar, vender, intercambiar información, capacitarnos, comunicarnos, entre otras; siendo específicamente el Comercio Electrónico esencial para toda empresa que desea enfrentarse a la velocidad del mercado actual y poder crecer en el futuro.

Analizando estos factores nos damos cuentas de las grandes transformaciones que ha tenido la forma de hacer negocio, pero lastimosamente muchas de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas no las están aprovechando básicamente por dos razones; la primera porque no poseen una adecuada infraestructura y la segunda porque no cuentan con capital para invertir.

El producto desarrollado “*Aquihaydetodo.com*” ayudará a fortalecer la competitividad de nuestros clientes a través del uso de las tecnologías de información y comunicaciones orientadas al comercio electrónico; lo cual permitirá incrementar sus mercados y aportar al crecimiento económico del país.

CONTENIDO

Descripción General del Negocio

“*SICESA*”, Sistemas para Comercio Electrónico Sociedad Anónima, es una empresa dedicada a ofrecer productos y servicios relacionados con el comercio electrónico enfocadas a cualquier tipo de negocio con deseos de promocionarse, expandirse y mejorar su competitividad en el mercado.

La empresa inicialmente ofrecerá al mercado ecuatoriano un centro comercial virtual a través de Internet llamado “*Aquihaydetodo.com*”, el cual está enfocado a la promoción y venta de los productos de las PYMES afiliadas al portal. A futuro se introducirán otros tipos de productos y servicios que permitirán a empresas más grandes iniciar independientemente su propio portal de comercio electrónico.

Misión

Fortalecer la competitividad de nuestros clientes a través del uso de las tecnologías de información y comunicaciones orientadas al comercio electrónico; lo que permitirá incrementar sus mercados y aportar al crecimiento económico del país.

Visión

Ser líderes en el mercado ecuatoriano del comercio electrónico a través de la confianza conseguida por nuestros diferentes productos y servicios, logrando la fidelidad de nuestros clientes para mantener una excelente relación a largo plazo.

Objetivos generales de la empresa

Ofrecer productos y servicios de calidad a nuestros clientes que permitan posicionarnos en el mercado ecuatoriano. Lograr que las empresas emprendan en el mercado competitivo del Internet para así poder enfrentarse a la globalización.

Encaminar a las empresas para que utilicen el comercio electrónico en sus ventas.

Aumentar la cobertura del servicio de nacional a internacional.

Análisis del sector y de la microempresa

En los últimos años las inversiones societarias nacionales y extranjeras sobre las empresas locales se han incrementado, lo cual permite deducir que la posibilidad de encontrar accionistas para el negocio es muy alta.

En el primer trimestre del 2005 el capital de inversión societario total se concentró en las ciudades de Cuenca (76%), Guayaquil (10,5%) y Quito (10%) y los sectores que captaron mayores montos fueron: electricidad (75%), comercio (10%), industrias (6%), servicios personales (4%) y servicios a empresas (2%); manteniendo las tendencias del 2004.

El sector Comercio es el enfocado en este plan y está entre uno de los más grandes que ha tenido en este periodo, el cual está distribuido especialmente en los sectores industrial (33%), servicios a empresas (30%), comercio (21%) y finalmente transportes y comunicaciones (10%).

En el año 2004 la inversión total en el país tuvo un crecimiento positivo en el cuarto sector más representativo el cual es Servicios a Empresas.

Para el primer trimestre del 2005 debido a la inversión extranjera ocupó el tercer puesto, esto nos indica que las empresas creadas con capital extranjero se forman con más capital demostrando de esta manera que existe una mejor confianza en el país para así cumplir con los objetivos trazados por las empresas afectando positivamente al sector en el cual nos estamos enfocando.

Adicionalmente, se evidencia un notable interés en actividades comerciales e industriales, especialmente en empresas nacionales antes que en sucursales de extranjeras.

Las tendencias económicas analizadas nos permiten inferir que el mercado al que pertenece “**SICESA**” (Servicios a Empresas) tiene apoyo de inversionistas nacionales y extranjeros.

Producto/Servicio

Desde el uso masivo del Internet, han ocurrido transformaciones importantes en la manera de hacer negocios, pero lastimosamente muchas de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas no las aprovechan. Las nuevas tecnologías de la información pueden ayudar a las empresas a solucionar algunos de los siguientes problemas:

- Ausencia de mecanismos de comunicación directa entre vendedor y comprador
- Altos presupuestos para hacer marketing de sus productos
- Falta de integración a los procesos de normalización y estandarización de los productos
- Carencia de un mercado interactivo
- Necesidad de integrarse al mercado globalizado

“**Aquihaydetodo.com**” es un producto desarrollado por “**SICESA**” que permite brindar el servicio de alquiler de espacios a las PYMES asociadas a este centro comercial virtual, y en cada espacio las empresas afiliadas podrán hacer publicidad y venta de sus productos o servicios como si fuera su propio sitio Web.

El éxito del centro comercial se debe a que es una idea totalmente nueva en el país, que permite resolver dos grandes inconvenientes relacionados al comercio de productos y servicios: el primero es la facilidad de los clientes en encontrar un producto determinado sin la necesidad de moverse y de perder tiempo; y el segundo es dar a conocer los productos o servicios que ofrecen empresas pequeñas y medianas, pero que no poseen una estructura tecnológica para darse a conocer en un medio tan competitivo.

Otros tipos de soluciones serán ofrecidas al mercado por la compañía “**SICESA**” manteniendo la misma orientación hacia el comercio electrónico tal como su primer producto, pero enfocados a empresas de mayor tamaño comercial, corporaciones o multinacionales.

Clientes

El mercado objetivo inicial de la compañía “**SICESA**” con su portal Web “**Aquihaydetodo.com**” son las PYMES de cualquier tipo de actividad comercial dentro de la ciudad de Guayaquil, cuyo porcentaje de participación en el comercio actual es amplio y está en crecimiento.

Las PYMES en el Ecuador son aproximadamente 15.000 con un promedio de 22 empleados, cuya concentración se encuentra en mayor proporción en las ciudades de Guayaquil y Quito con un 77%.

Para poder identificar las necesidades específicas de las PYMES elaboramos encuestas que reflejaron las siguientes necesidades:

- Precios accesibles.- Factor clave a la hora de contratar servicios externos
- Investigación de Mercados.- Identificar las necesidades y deseos de sus clientes
- Estrategia de Ventas.- Aumentar ventas a corto plazo
- Publicidad.- Captar la atención de sus clientes

Además se realizó una encuesta a los potenciales compradores del centro comercial para que los clientes puedan tener una mejor visión y darse cuenta de la importancia del producto para el crecimiento de su negocio. La encuesta indicó que el 70.83% de personas están dispuestas a comprar por Internet ya que entre sus principales problemas a la hora de comprar se encuentra: “*Falta de tiempo*”, “*Distancia*” y “*Desconocimiento de lugares*”; inconvenientes que son solucionados con el producto que ofrecemos.

Competencia

La *competencia directa* está conformada por algunas empresas que se dedican a actividades similares a lo ofrecido por el portal “*Aquihaydetodo.com*” cuyos servicios también están enfocados a PYMES aplicando publicidades y páginas personalizadas de cada una. Sin embargo no todas ofrecen a los usuarios una manera de comprar directamente el producto ofrecido; pero las que sí lo hacen re-direccionan hacia la página Web privada de la empresa vendedora, haciendo que se pierda la integración de las empresas en un solo sitio Web. Normalmente las empresas grandes tienen la suficiente capacidad de inversión para ello, siendo importante indicar que la mayoría de estos sitios son extranjeros. Algunos ejemplos de este tipo de competencia son:

<http://www.alpymes.net>
<http://ecuapymes.com/index.htm>
<http://www.carrefour.es/index.html>
<http://www.megustacomprar.com>
<http://www.todo1plaza.com>

La *competencia indirecta* se refiere a los sitios Web que ofrecen un servicio sustituto al ofrecido por “*Aquihaydetodo.com*”, que pese a que no son similares, los usuarios de Internet podrían acudir a ellos al momento de comprar. Principalmente están conformados por grandes cadenas comerciales que ofrecen mucha variedad de productos, pero todos son ofrecidos por una sola empresa. También están las páginas Web orientadas a que los usuarios compren o vendan los productos a través de servicios clasificados y mediante subastas, y pese que algunas son gratuitas, se debe publicar cada producto individualmente como un anuncio y no existe la publicidad necesaria para la empresa vendedora.

Algunos ejemplos de este tipo de competencia son:

<http://www.amazon.com>
<http://www.ebay.com>
<http://www.mundoanuncio.com>
<http://www.mercadolibre.com>

Adicionalmente, tenemos a empresas desarrolladoras de portales Web personalizados a cada cliente, en donde pueden incluir todo tipo de funciones en la página como publicidades de los productos y ventas en línea. Por ejemplo:

<http://www.ecuadirectorio.com>
<http://www.yage.com.ec>
<http://www.intermix.com.ec>
<http://www.siscom.com.ec>
<http://www.ecuanex.net.ec>
<http://guayaquilenlinea.com>
<http://www.impactovisual.com>

Tamaño de mi mercado

En el 2004 en la ciudad de Guayaquil se formaron alrededor de 3.034 empresas con diferentes tipos de actividad empresarial que representa el 57.5% de las compañías de Ecuador, mientras que desde Enero hasta Agosto del 2005 se han creado 2.527 empresas representando el 58.24% del total nacional.

Los datos indican que mensualmente se crean 315 empresas resultando en un crecimiento del 24% con respecto al 2004, cuya principal razón nace de la estabilidad monetaria lograda con la dolarización.

El mercado objetivo de “*SICESA*” son las PYMES de Guayaquil cuya actividad principal sea el Comercio (al por mayor o menor), las cuales representan aproximadamente el 37% de las 1025 que hay en el país en dicho sector. Sin embargo inicialmente la empresa se dedicara a obtener 116 clientes en los 3 primeros años de operación.

Análisis Económico

Para que “SICESA” pueda comenzar a operar en el mercado ecuatoriano, se va a necesitar una aportación económica de \$75,000.00. El capital inicial será distribuido de la siguiente manera:

Aporte de Emprendedores \$54,000.00 representando el 72% de acciones

Aporte de Socios Capitalistas \$21,000.00 representando el 28% de acciones

Evaluación Integral del Negocio

Después de haber analizado las tablas de Flujo de Caja, Balance General y Balance de Pérdidas y Ganancias, bajo la premisa de que se recuperará la inversión de los socios en el tercer año, se logra una tasa de retorno para el proyecto de 31%, es decir, que el proyecto es económicamente rentable.

En el tercer año el valor presente neto asciende a \$29,103.61 y el balance del proyecto indica que luego de 2,5 años se logra el periodo de recuperación.

CONCLUSIONES

El análisis de mercado realizado nos permite concluir que las PYMES tienen la necesidad de hacer crecer su empresa y fortalecer sus ventas para poder competir en una economía globalizada. Este nuevo reto presentado se logra a través del buen uso de las tecnologías de información.

Para llevar a cabo la idea de un negocio es importante que se realice un plan de negocios, el cual es la piedra angular para el éxito de una empresa.

Las ideas innovadoras no necesitan de la creación de nuevas tecnologías, también se las puede lograr con el uso adecuado de las existentes.

REFERENCIAS

a) Libro

1. Varela Rodrigo, Innovación empresarial (Printice Hall, 2001)

b) Artículo de una Revista

2. Julio José Prado departamento investigación IDE, “Análisis y Ranking de las PYMES”, Revista Económica del IDE (PERSPECTIVA), Febrero 2006, pp. 2-6

c) Referencias de Internet

3. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Enero 2005, Dirección de estudios económicos societarios de la superintendencia de compañías, <http://www.supercias.gov.ec>

4. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Enero 2004 - 2005, Informes y estadísticas sobre la constitución de empresas en el Ecuador,

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Mercado%20Valores/estadisticas/boletines/2005/boletin_enero_2005.xls

5. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2006, Instructivo para la constitución, aumento de capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la superintendencia de compañías, <http://www.supercias.gov.ec>

6. FUNDACION PARA LA CIENCIA Y TECNOLOGIAS, 2004, Red andina de transferencias de tecnologías limpias, <http://www.fundacyt.org.ec>

7. Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico, 2006, Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, http://www.corpece.org.ec/documentos/ley/ley_ce.htm

8. GESTIOPOLIS.COM LTDA., 2000-2006, Más que un análisis financiero: una cuestión de razones, <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%201/analisisfinanciero.htm>