

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE
INGENIERÍA COMERCIAL

DIEGO X. SUÁREZ C.

TEMA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UN SUPERMERCADO ONLINE Y MULTINIVEL**



INDICE

- **INTRODUCCIÓN**
- **ANÁLISIS DEL ENTORNO**
- **ESTUDIO DEL MERCADO**
- **ESTUDIO TÉCNICO**
- **ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN**
- **ANÁLISIS FINANCIERO**
- **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

INTRODUCCIÓN

PROBLEMA

¿Cómo desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un supermercado online y multinivel dedicado a la comercialización online de productos de primera necesidad y que forme redes de consumidores a través del multinivel?

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un Supermercado On-line y multinivel para satisfacer la necesidad de los clientes ahorrándoles tiempo en sus labores cotidianas.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA EN EL ECUADOR

La economía ecuatoriana esta en un franco proceso de recuperación iniciado en el año 2000.

La cifra oficial de crecimiento del PIB del Ecuador es el 3.6%, y la de la inflación a diciembre del 2010 en 3,33%.

Estos bdemuestran que se halla estable como consecuencia de la caída de la inflación, el equilibrio fiscal, el alto precio del petróleo y la estabilidad de la balanza comercial

ANÁLISIS DEL ENTORNO

USO DE INTERNET EN EL ECUADOR

Los primeros indicios de internet en el Ecuador se remontan al año de 1991. Sin embargo se puede determinar que de los 14.103.624 de habitantes para el 2011, solo el 30% accede al servicio de Internet pero pocos lo usan como medio de comercialización, la mayoría usa como medio de consulta.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

E-COMMERCE EN EL ECUADOR

El e-commerce en el país no existe en su real capacidad, lo que se ha visto son empresas con páginas Web en busca de clientes.

Sin embargo se ha ido incrementando las ventas por internet, especialmente para ventas de productos usados o importados, según un reporte del Diario el Hoy, comunicaban un incremento de las ventas en el año 2010 del 30% a comparación de años anteriores.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

MULTINIVEL EN EL ECUADOR

Surgió en la década del '40 con una filosofía basada en el apoyo a personas emprendedoras y no en acciones fraudulentas.

Se cambió la venta directa de "puerta en puerta", por la de un innovador esquema de comercialización en la que el "cliente satisfecho" podía convertirse en distribuidor para generar ingresos "extras", trabajando unas cuantas horas al día.

En nuestro país existen empresas internacionales con mucho éxito en multinivel como Omnilife, Herbalife, etc.

ESTUDIO DE MERCADO

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

- a:** Tamaño del Mercado.
- b:** Investigar los posibles clientes y la competencia
- c:** Necesidades de los clientes.
- d:** La aceptación de la propuesta comercial.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

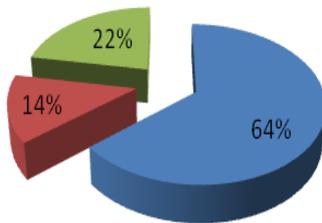
- Se estimará a la población económicamente activa en Quito, que es la gente de clase media-alta que poseen vivienda propia, según el (Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos).
- El método de selección de la muestra será aleatoria estratificada.

ESTUDIO DE MERCADO

CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO

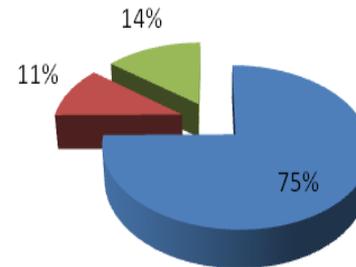
5.- ¿Le gustaría hacer sus compras de la canasta básica en un supermercado On-line?

■ Si ■ No ■ Talvez



6.- ¿Le gustaría que sus compras de la canasta básica le hagan llegar a su domicilio?

■ Si ■ No ■ Talvez

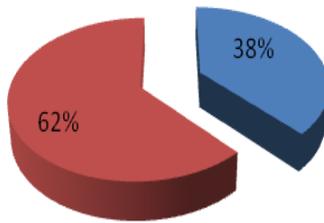


ESTUDIO DE MERCADO

CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO

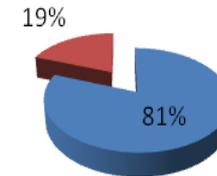
7.- ¿Tiene conocimiento o ha trabajado en alguna ocasión en una empresa multinivel?

■ Si ■ No

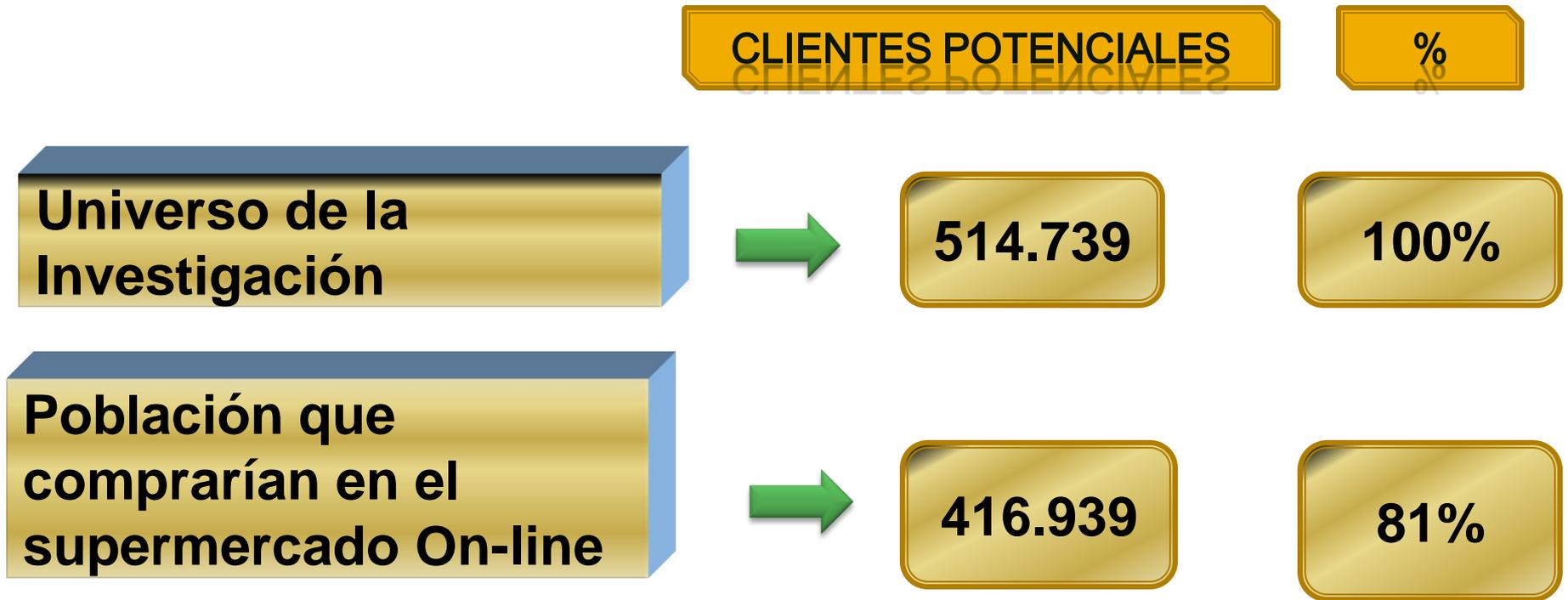


11.- ¿Si existiera un supermercado on-line, que le ofrezca servicio a domicilio y que le pueda generar ingresos extras por sus compras; lo utilizaría?

■ Si ■ No



DEMANDA



DEMANDA INSATISFECHA

**Demanda
potencial en
número de
consumidores**

514.739

**Venden sus
productos por
Internet, ofrecen
servicio a domicilio
y un sistema
multinivel de ganar
dinero**

0

**Demanda
insatisfecha
en número de
consumidores**

514.739

ESTUDIO TÉCNICO

PRODUCTO A OFERTAR



El cliente compra en la página Web del Supermercado



El supervisor imprime el pedido y entrega al despachador



El despachador toma el pedido, recolecta todos los productos y entrega al repartidor



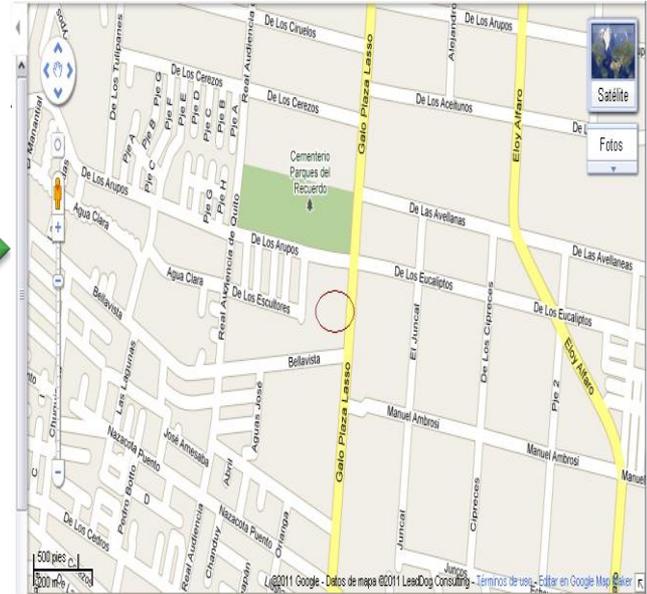
El repartidor recibe el pedido y procede a llevar al domicilio del cliente

LOCALIZACIÓN

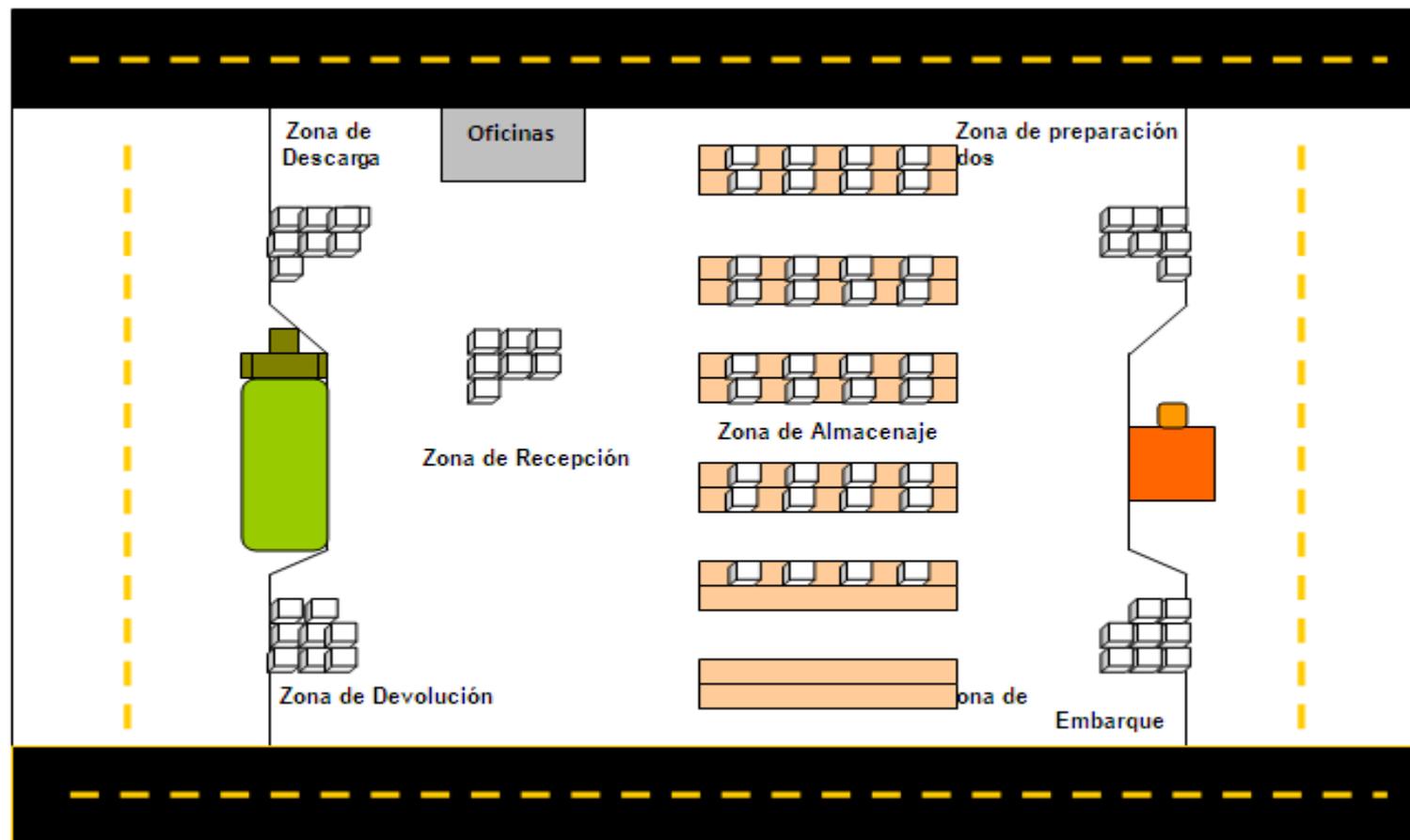
MACRO LOCALIZACIÓN

MICRO LOCALIZACIÓN

Centro norte de la ciudad
comprendido entre las Avenida
Galo Plaza Lasso y la Avenida los
Arupos, sector Barcino.



INFRAESTRUCTURA



PLAN DE COMPENSACIONES

Plan de Compensaciones

NIVEL	AFILIADO JR	DISTRIBUIDOR	GERENTE	DIRECTOR	DIRECTOR SEÑOR
	20 DÓLARES	50 DÓLARES 5 AFILIADOS JR	100 DÓLARES 10 AFILIADOS JR 500 DÓLARES	100 DÓLARES 15 AFILLIADOS JR 1000 DÓLARES	150 DÓLARES 20 AFILIADOS JR 3000 DÓLARES
1	5%	5%	5%	5%	5%
2		8%	8%	8%	8%
3			10%	10%	10%
4				5%	5%
5				4%	4%
6				3%	3%
7					3%

PLAN DE COMPENSACIONES

YO 5 afiliados Jr (100 dólares) = 500 dólares

YO

1er Nivel 5%

- a) Yo tengo en el 1er Nivel 5 afiliados Jr
Bono por afiliados directos (una sola vez) = 20 dólares
Consumo 500 dólares, ganancias = 300, YO = 15 dólares

2do Nivel 8%

- b) Cada Afiliado Jr del 1er Nivel tiene 2 afiliados

10 Afiliados Jr (100 dólares) = 1000 dólares

Consumo 1000 dólares, ganancias = 600 dólares, YO = 80 dólares

3er Nivel 10%

- c) Cada Afiliado Jr del 2do Nivel tiene 2 afiliados

20 Afiliados Jr (100 dólares) = 2000 dólares

Consumos 2000 dólares, ganancias = 1100 dólares YO = 110 dólares

TOTAL GANANCIAS

= 225

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

NOMBRE Y SLOGAN DE LA EMPRESA



ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN

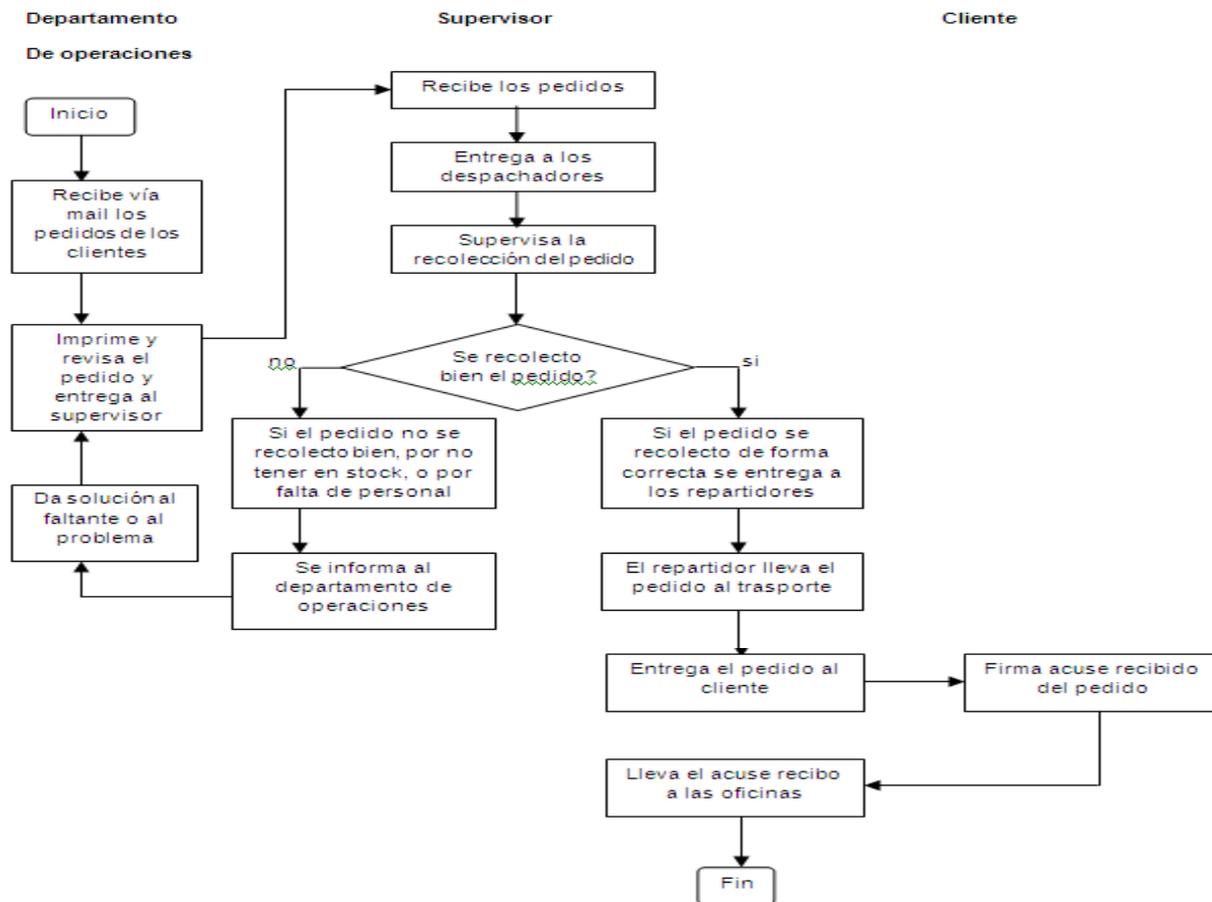
- La empresa planteada será de carácter limitado implicando así que cada socio aportante responde ante la ley y los acreedores hasta el monto en el que hizo su aportación en la compañía.
- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de treinta y ocho mil setecientos veinticuatro dólares de los Estados Unidos de América
- invierten personas naturales, jurídicas o extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



FLUJOGRAMA





ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

RUBROS	TOTAL
	INVERSION
ACTIVOS NO CORRIENTES	
Maquinaria y Herramientas	5.306,00
Muebles y Enseres	3.935,00
Vehículos	27.980,00
Equipos de Oficina	390,00
Equipos de Computación	3.432,58
Subtotal	41.043,58
ACTIVOS NO DIFERIDOS	
CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	22.204,33
Inventario	10.000,00
Subtotal	32.204,33
T O T A L	73.247,91

CAPITAL DE TRABAJO

TOTAL DE LA INVERSION	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS NO CORRIENTES	41.043,58
CAPITAL DE TRABAJO	32.204,33
TOTAL	73.247,91

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	
TOTAL FINANCIAMIENTO	51.043,58
TOTAL APORTE SOCIOS	22.204,33
TOTAL	73.247,91

FLUJO DE CAJA

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidades generadas	\$ -	\$ 1.051,14	\$ 2.827,77	\$ 8.390,28	\$ 17.944,06	\$ 24.955,03
+ Depreciaciones	\$ -	\$ 6.246,67	\$ 6.246,67	\$ 6.246,67	\$ 1.068,00	\$ 1.068,00
+ Amortizaciones	\$ -	\$ 1.442,40	\$ 1.442,40	\$ 1.442,40	\$ 1.442,40	\$ 1.442,40
Inversiones						
- Activos Fijos	\$ (26.216,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Activos Diferidos	\$ (7.212,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
- Capital de trabajo	\$ (23.460,66)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor de salvamento						
+ Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.340,00
+ Activos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.212,00
+ Recuperación de Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23.460,66
+ Financiamiento	\$ 28.444,33	\$ (4.697,57)	\$ (5.147,93)	\$ (5.641,47)	\$ (6.182,33)	\$ (6.775,03)
Flujo neto de caja	\$ (28.444,33)	\$ 4.042,64	\$ 5.368,91	\$ 10.437,87	\$ 14.272,14	\$ 56.703,06

VALOR ACTUAL NETO

RENTABILIDAD ANUAL PROYECTADA DEL NEGOCIO						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	73.247,91					
Utilidad		-11.746,43	3.137,07	20.442,59	41.129,74	65.933,95
Depreciación		8.272,89	8.272,89	8.272,89	7.128,70	7.128,70
Valor de Desecho						13.013,19
Capital de trabajo						22.204,33
Total	-73.247,91	-3.473,53	11.409,96	28.715,49	48.258,44	108.280,18
Flujo de Efec.Descontado		-2.994,43	8.479,46	18.396,80	26.652,71	51.553,60
Tasa de Descuento	16,00%					

VAN PROYECTO	28.840,23
---------------------	------------------

TASA INTERNA DE RETORNO

RENTABILIDAD ANUAL PROYECTADA DEL NEGOCIO						
DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	73.247,91					
Utilidad		-11.746,43	3.137,07	20.442,59	41.129,74	65.933,95
Depreciación		8.272,89	8.272,89	8.272,89	7.128,70	7.128,70
Valor de Desecho						13.013,19
Capital de trabajo						22.204,33
Total	-73.247,91	-3.473,53	11.409,96	28.715,49	48.258,44	108.280,18
Flujo de Efec.Descontado		-2.994,43	8.479,46	18.396,80	26.652,71	51.553,60
Tasa de Descuento	16,00%					

TIR	25,50%
------------	---------------

RELACIÓN COSTO-BENEFICIO

RELACION COSTO BENEFICIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	123.532,36	147.964,18	181.126,44	217.917,41	264.867,16
EGRESO ACTUALIZADO	116.619,64	123.313,17	128.499,68	132.241,53	139.173,58

RELACION COSTO BENEFICIO	<u>935.407,54</u>	1,46
	639.847,59	

CONCLUSIONES

Se busca brindar un servicio diferenciado con negocios no explotados en nuestro país, como: e-commerce, multinivel y servicio a domicilio. Los mismos que mejoraran la calidad de vida de las personas.

Considerando el restablecimiento de los principales indicadores económicos del país, se ha determinado una variación, lo cual significa, que mejoran las perspectivas de los consumidores para la adquisición de productos y mejoramiento del estilo de vida.

El 81% de las personas, les gustaría recibir un servicio online y con multinivel, genera confianza en la factibilidad del proyecto.

CONCLUSIONES

La Tasa Interna de Retorno obtenida en el flujo indica que el rédito posible a obtener en el desarrollo del proyecto es mayor a la de la realización de una inversión dentro de cualquier entidad bancaria dentro del país, (25.50% versus el 16% del costo de oportunidad).

El Valor Actual Neto del proyecto es de USD \$28.840,23 lo que indica que el valor actual presente de los flujos de efectivo que se espera recibir en el transcurso de los cinco años descontando la inversión inicial es positivo.

RECOMENDACIONES

Para la implementación de este tipo de empresas, es necesario determinar la capacidad de demanda a la que se quiere atender.

Determinar el mejor uso de la tecnología Web, E-commerce y el multinivel para optimizar recursos dentro de la prestación de servicios.

Se recomienda que como una de las estrategias de la empresa es el e-commerce, se adquiera un sistema informático y una página Web de muy buenas condiciones técnicas que permita una administración adecuada del sistema en lo que se refiere a la venta por Internet, La transaccionalidad de la página para que acepte tarjetas de crédito, así como la asociación con un buen banco, que nos brinde seguridad y eficiencia en este proceso y así evitar pérdidas por fraude.

**GRACIAS POR SU
ATENCIÓN**

