

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Plan de Negocios: Gift Delivery

María Elizabeth Rodríguez Espinosa

John A. Cartwright B., Director de Trabajo de Titulación

Trabajo de Titulación presentado como requisito para la obtención del título de Bachellor
en Administración de Empresas.

Quito, Enero del 2013

**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Administración para el Desarrollo**

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Plan de Negocios: Gift Delivery

María Elizabeth Rodríguez Espinosa

John A. Cartwright B.
Director de la Tesis

.....

Magdalena Barreiro, Ph.D.
Decana del Colegio de Administración para el Desarrollo

.....

Quito, Enero del 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: María Elizabeth Rodríguez

C. I.:0703476333

Fecha: Enero del 2013

DEDICATORIA

A mi esposo, padres y hermanos que han sido el pilar fundamental en el transcurso de mi vida y la fortaleza frente a las adversidades.

Ma. Elizabeth Rodríguez

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser la luz que llena mi espíritu día a día.

A mi esposo por ser la ayuda idónea en todo momento.

A mis padres por ser el ejemplo de vida, entrega y amor.

A mis hermanos y familiares por el apoyo incondicional.

Ma. Elizabeth Rodríguez

Resumen

Este proyecto que se denomina Gift Delivery consiste en la investigación y estudio de la factibilidad de implementar un negocio de una página web donde se pueda comercializar regalos a domicilio, enfocado principalmente en migrantes que deseen estar presentes en una fecha especial con un ser querido. El proyecto comienza con una investigación de los factores claves para el éxito del negocio, para posteriormente realizar un análisis macro y micro del entorno donde se desarrollará la empresa. Se realizará una evaluación interna y se propondrá las estrategias más adecuadas para el éxito del negocio. Adicional se realizará una investigación de mercado, del producto y se desarrollará un plan comercial. Por último se analizará la parte financiera, lo que nos permitirá conocer si el proyecto o la idea de negocio es viable.

Abstract

This project denominated Gift Delivery consists of a research and overall study on the feasibility of implementing an on line business through a web page where you may buy gifts to be delivered at specified addresses. It is mainly focused on migrants who wish to send presents to dear ones back home or elsewhere. The project begins with a research about Critical Success Factors for this type of business, followed by analyses of the macro and micro environments that affect the business. Then an internal evaluation will produce adequate strategies for the business success. A concept test will add information to product design. Finally financial projections complete the data necessary to evaluate a medium and longer term viability of the business.

PLAN DE NEGOCIOS

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo
2. Preconcepto
3. Factores clave para el éxito
4. Análisis externo, macro y micro
5. Análisis interno y competitivo
6. Análisis DAFO – objetivos estratégicos
7. Concepto estratégico
8. Concepto de producto/ servicio
9. El mercado y sus proyecciones
10. Plan de inversiones
11. Aprovechamiento de insumos
12. Plan comercial
13. Plan de recursos humanos
14. Proyecciones financieras

CONTENIDO DE ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista

TABLA 1: Fuentes de insatisfacción

TABLA 2: Influencia del entorno en la compra

TABLA 3: Negocio ideal

TABLA 4: Observaciones a estrategias propuestas

TABLA 5: Porcentaje de quien compran por internet

TABLA 6: Porcentaje de personas que compran regalos por internet

TABLA 7: Porcentaje de personas que acepten una empresa de compras de regalos por internet

TABLA 8: Inversión

TABLA 9: Descuentos a empleados

1.- Resumen ejecutivo:

ESTADO DE RESULTADOS GIFT DELIVERY			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	93430	100904	107967
EGRESOS	25440	26620	28820
UTILIDAD BRUTA	67990	74284	79147
Gastos administrativos	58260	58260	58260
Gastos de ventas	3500	3500	3500
UTILIDAD OPERACIONAL	6230	12524	17387
Intereses préstamo	3023	2802	1625
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3207	9722	15762
Participación trabajadores		1458,3	2364,3
UTILIDAD ANTES DE P. TRABA		8263,7	13397,7
Imp. a la renta		2065,925	3349,425
UTILIDAD NETA	3207	6197,775	10048,275

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

Según el análisis realizado de la empresa Gift Delivery es una buena oportunidad de negocio, puesto que hoy en día se fomenta el crecimiento de las micro empresas, la banca privada se encuentra abierta para otorgar créditos de capital de trabajo que faciliten iniciar un negocio. Adicional podemos mencionar que la inversión es pequeña y por ende su recuperación sería en un mediano plazo.

Actualmente el mercado de esta línea de negocio es competitivo, mas nuestra empresa se caracterizará por brindar un servicio de calidad que nos permita obtener la fidelidad de nuestros clientes, siendo la empresa número uno de preferencia para compras de regalos a un ser querido en Ecuador.

En el primer año de vida del negocio se estima tener ventas que sobrepasen los \$93.000 dólares, los que nos permitirá tener una utilidad de \$3207 dólares.

2.- Preconcepto:

El negocio fue pensado en un inicio como una empresa que tenga como objetivo la comercialización de detalles o regalos por internet, se enfocaba en migrantes que querían estar presentes en una fecha especial con un amigo o familiar en Ecuador. Con el avance del presente análisis se ha pensado en que el negocio puede crecer y ganar plaza ofreciendo el servicio para personas que están en Ecuador y no solo para migrantes.

3.- Factores clave para el éxito:

En base a las entrevistas realizadas, pudimos obtener los factores claves para el éxito de la empresa, los puntos elegidos por los consumidores fueron:

- **Facilidad al comprar un producto:** En el diario vivir no se tiene el tiempo suficiente como para salir a realizar la compra de un regalo, por lo que por medio de una empresa que brinde el servicio de compras por internet, nos permite facilitar de alguna forma las necesidades de nuestros clientes.
- **Servicio de calidad:** Siempre el cliente estará esperando ser atendido por un personal de alta excelencia, que sepa entender sus necesidades, generando un sentimiento de confianza entre el cliente y la empresa.
- **Diversidad de productos:** Las entrevistas reflejaron que los consumidores desean tener variedad de productos para poder elegir.
- **Productos de calidad:** Los clientes esperan que los productos que van adquirir sean de su agrado y de una excelente calidad.

4.- Análisis Externo, Macro y Micro:

INTRODUCCIÓN

El presente análisis está direccionado al establecimiento de un servicio de delivery a nivel nacional, dirigido principalmente a extranjeros, migrantes y de manera secundaria a ciudadanos ecuatorianos que requieran enviar detalles y regalos a un ser querido en el Ecuador.

ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO

- **Factores Económicos:**

INFLACIÓN

A finales de Septiembre del 2012, la inflación mensual alcanzó el 1.12% y la anual el 6.12%, mientras que a finales de Agosto la inflación anual fue del 4.88% (BCE, 2012), estas cifras muestran que el acelerado ritmo de crecimiento en los precios es muy significativo, afectando directamente a los productos que ofreceríamos en el negocio propuesto.

Tomando en cuenta que el producto final puede estar conformado por productos de primera necesidad, un incremento en los precios tiene un efecto directo en el costo del mismo y por tanto un impacto en el precio de venta.

PODER ADQUISITIVO

El poder adquisitivo define la segmentación de los consumidores de regalos y detalles en Gift Delivery, al ser productos que no responden a las necesidades básicas su demanda está dirigida a clientes que tiene un excedente importante y que están dispuestos a pagar por un servicio de entrega inmediata y personalizada.

ARANCELES

En el caso de los aranceles nos permite analizar el encarecimiento de los componentes importados de los regalos. Se tratará de fomentar el consumo de los productos nacionales, pero está presente la posibilidad de que los clientes demanden productos de afuera. Por lo que tenemos que pensar como se encarece nuestro servicio por el pago de aranceles en ciertos productos por parte de nuestros proveedores. Nosotros no seremos directamente los que debemos pagar un valor por aranceles, pero si debemos tomar como un factor que indirectamente nos afecta.

SALARIO MINIMO VITAL

A pesar de no tener un número de empleados significativo, debemos tomar en cuenta cual es el salario mínimo vital vigente en nuestro país, para poder cumplir nuestras obligaciones

como patronos. Obviamente el aumento del salario mínimo vital hace que nuestro servicio se encarezca a pesar de que no tenemos numerosa mano de obra.

Actualmente el salario mínimo vital en el Ecuador es de \$292 dólares (El Comercio, 2011).

TIPO DE CAMBIO

Nuestra base principal de clientes se encontraría en otros países, por lo que debemos analizar los tipos de cambio de los principales países donde existen migrantes, puesto que para clientes extranjeros o migrantes con diferente moneda puede subir el precio del servicio. Actualmente un EURO se puede cambiar por 1.3057 dólares (Banco central Europeo, 2012).

- **Factores Tecnológicos:**

SOFTWARE

Se requiere una plataforma con altos componentes para el manejo y control de la pág. Web. Necesitamos un Software adecuado para nuestras necesidades y de nuestros clientes, es muy importante tener una página que brinde seguridad a los usuarios. Contaremos con un carrito de compras y pagos en línea.

COBERTURA DE INTERNET

Define el mercado de clientes en el sector nacional, puesto que en el Ecuador no todas las personas tienen acceso a internet:

- **El 23,4% de los hogares posee computadora.**
- **El 7,7% tiene acceso a Internet (INEC, 2011)**

En el mercado Internacional no tendríamos mayor problema porque la gran mayoría de personas tienen acceso a internet:

Por ejemplo en España El 61,9% de los hogares españoles dispone de conexión de banda ancha a Internet en el 2011 (INE, 2011).

CAMBIOS TECNOLOGICOS

En nuestro negocio es muy importante estar al día en los cambios tecnológicos que se presentan con el paso del tiempo. Es importante tener una página actualizada y renovar los equipos según nuestras necesidades.

- **Factores Culturales:**

FACTOR TIEMPO

Las personas cada vez tienen menos tiempo para sus situaciones personales, por lo que en nuestro negocio garantizamos la entrega inmediata y en la fecha adecuada del obsequio deseado por el cliente, tomando en consideración ocupaciones laborales o distancias que muchas veces no permiten acceder a la compra del mismo.

- **Factores Legales:**

LEYES LABORALES:

Como empresa debemos afiliar a nuestros empleados al IESS, extender contratos a nuestros empleados y cumplir con todas las obligaciones como patronos como son decimo tercer y cuarto sueldo. Debemos conocer el código de trabajo para poder cumplir con todos los derechos de nuestros empleados.

5.- Análisis Interno y Competitivo:

ANALISIS DEL AMBIENTE COMPETITIVO

- **Barreras de entrada (Medio-Alto)**

Conocimiento del mercado.- Nos permite medir el numero de competidores, lo que buscamos es ganar posicionamiento a través de adwords en internet.

Economías de escala.- Nos permitiría entrar al mercado con precios competitivos, lo que nos llevaría a ganar la fidelidad de nuestros clientes.

Diferenciación del producto.- Lo que nos diferenciaría de la competencia es la opción de personalización del regalo según gustos y preferencias del cliente. Podemos conseguirle regalos que no estén en el catálogo común del negocio.

Buscamos crear una base de datos de nuestros compradores on line y tener registrados las fechas de festejos más importantes de nuestros clientes. Lo que buscamos con esto es alertar un tiempo antes a nuestros clientes de que se acerca alguna fecha importante y recordarles la compra del regalo, ofreciéndoles así nuestro servicio adicional.

Acceso a canales de distribución.- Debemos escoger los proveedores adecuados para poder atender correctamente a nuestros clientes.

AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	CALIFICACION
CONOCIMIENTO DEL MERCADO	4
ECONOMIAS DE ESCALA	3
DIFERENCIACION DEL PRODUCTO	3
ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCION	3
PROMEDIO	3,25

- **Barreras de salida(Bajo)**

No se identifican barreras de salida potenciales al ser un servicio vía web que no genera adquisición de inventario o activos fijos. Mencionaré algunas posibles:

Cancelación de contratos con proveedores y distribuidores.

Liquidación de nuestros empleados.

BARRERAS DE SALIDA	CALIFICACION
CANCELACION DE CONTRATOS CON PROVEEDORES	2
LIQUIDACION EMPLEADOS	3
PROMEDIO	2,5

Diagrama de Fuerzas competitivas.-

- **Rivalidad (Media-Alta)**

La rivalidad se define como media-alta tomando en consideración que el proyecto no requiere una alta inversión tanto en infraestructura como en personal. Así mismo, es fundamental diferenciar el servicio y productos que se van a ofertar, de manera que se salga del segmento regular de consumidores de este tipo de empresa y que por tanto no se pueda replicar las estrategias de mercado que se realicen.

Un aspecto fundamental en la competencia de este servicio es la publicidad y ranking de la página Web en los diferentes buscadores, debido a que el posicionamiento de la misma dependerá de la ubicación y acceso rápido.

Nuestros principales competidores serían:

ECUAREGALOS

ENVIA REGALOS

REGALOSECUADOR

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES ACTUALES	CALIFICACION
VARIEDAD DE COMPETIDORES	3
DISEÑO PAGINA WEB	3
POSICIONAMIENTO NO DEFINIDO	2
PROMEDIO	2,666666667

- **Amenaza de entrada de competidores (Alta)**

La entrada de nuevos competidores puede relacionarse con varios factores como la baja necesidad de inversión de capital para proveer de este servicio, así como también del costo

de oportunidad en temporadas altas como San Valentín entre otras festividades que evocan la compra y envío de regalos.

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	CALIFICACION
ECONOMIAS DE ESCALA	3
DIFERENCIACION DEL PRODUCTO	4
IDENTIDAD DE MARCA	3
ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCION	2
PROMEDIO	3

- **Amenaza de productos sustitutos** **(Alta)**

Los productos sustitutos para la empresa serían:

- 1.- Casillas de compras por internet donde uno hace sus compras directamente.
- 2.- Un familiar que pueda comprar el regalo y entregarlo.

AMENAZA DE SUSTITUTOS	CALIFICACION
EXISTEN EMPRESAS QUE ENTREGUEN REGALOS A DOMICILIO	3
COMPRAS POR MEDIO DE CASILLAS POSTALES	3
COMPRAS POR MEDIO DE FAMILIARES	4
PROMEDIO	3,333333333

- **Poder de negociación de proveedores** **(Alto)**

Negociar con los proveedores la definimos como de importancia alta, puesto que podemos tener acceso a gran variedad de proveedores de los diferentes artículos. Lo que nos permitirá negociar mejor precio para los clientes.

PODER DE NEGOCIACION CON PROVEEDORES	CALIFICACION
VARIEDAD DE PROVEEDORES	4
ACCESO FACIL A PROVEEDORES	3
VARIEDAD DE PRODUCTOS PARA VENTA	4
PROMEDIO	3,66666667

• **Poder de negociación de clientes** (Bajo)

La negociación con los clientes es baja, debido a que la disposición al pago es alta ya que el precio no se define por los productos sino por el envío y entrega personalizada.

PODER DE NEGOCIACION CON CLIENTES	CALIFICACION
REQUERIMIENTOS ADICIONALES DEL SERVICIO	2
VARIEDAD DE OFERENTES	2
PODER DE DECISION	3
PROMEDIO	2,33333333

La negociación con proveedores es muy alta, puesto que existen gran cantidad y se puede elegir el que sea mejor para la empresa. Los clientes al buscar un regalo están dispuestos a pagar y no tienen poder de negociación con la empresa, por eso es la fuerza mas baja que tenemos en el negocio

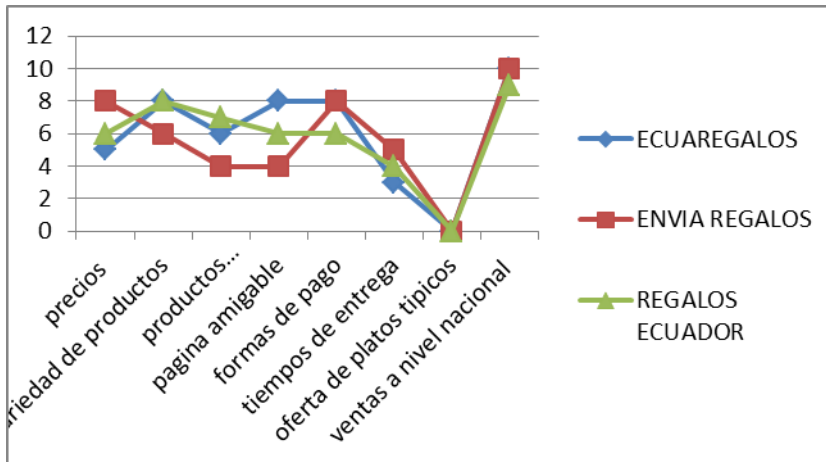
6.- Objetivos Estratégicos:

Tomando en cuenta los factores claves para el éxito del negocio, nos hemos podido plantear los siguientes objetivos estratégicos:

1. Optimizar tiempo y costo- beneficio de los clientes.
2. Ofrecer a nuestros clientes un servicio con altos estándares de calidad, tanto en la atención personalizada, como en los productos y tiempos de entrega.
3. Satisfacer las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo diversidad de nuestros productos.
4. Alcanzar una alta calidad en los productos que ofrecemos en el mercado, seleccionando a los mejores proveedores.

CUADRO ESTRATEGICO DE COMPETIDORES

Para el presente análisis se ha tomado en cuenta a los 3 competidores más importantes para la empresa, para lo cual se los ha calificado de 1 a 10 (siendo 1 el más bajo y 10 el más alto en importancia), los parámetros tomados en cuenta son los más importantes para medir el posicionamiento de la empresa en el mercado.



Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

Según el gráfico precedente podemos medir los precios, en los 3 casos están sobre la media pero la empresa Envía Regalos tiene los precios más altos, los tres presentan productos similares pero Ecuaregalos y Envía Regalos poseen productos diferentes a los típicos de este tipo de negocio. Las páginas no son complicadas en su uso, pero la más amigable es Ecuaregalos y en las formas de pago las tres tienen las mismas opciones, con la diferencia que Regalos Ecuador no tiene la opción para realizar depósitos en cuentas. Los tiempos de entrega no son muy buenos en los 3 casos, por lo que sería un punto a mejorar. Y por último ninguna de las 3 empresas ofrece productos típicos del Ecuador como para ganar otro tipo de mercado.

Antes ello, la propuesta es crear nuevas líneas de catálogos, tomando en cuenta a los clientes migrantes y extranjeros; generar una línea de catálogo alimenticio, de manera que en el Ecuador, familiares y amigos puedan acceder a la misma comida que envía el comprador. Asimismo ampliar la gama no sólo de compras y envío del extranjero sino generar una nueva línea de catálogo para productos nacionales que se puedan enviar al extranjero.

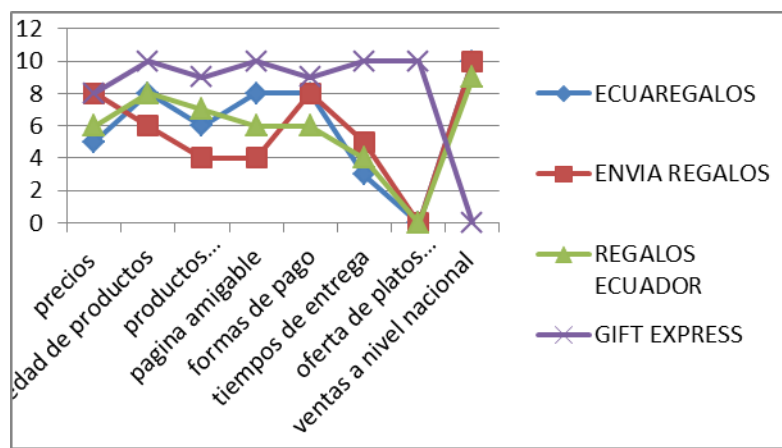
Para ello se debe ampliar el volumen de proveedores, que no incrementa los costos, debido a que es un aspecto mercerizado, aunque como anteriormente se analizó, la dependencia no se puede mitigar.

Incrementar las opciones de pago para los consumidores, como el canje a nivel nacional e internacional, considerando solamente se obtienen productos nuevos.

<u>ELIMINAR</u> Eliminar el servicio de venta de detalles y regalos, a nivel nacional.	<u>INCREMENTAR</u> Incrementar la gama de productos, es decir la oferta de productos
<u>REDUCIR</u> Tiempos de entrega de productos	<u>CREAR</u> Crear un catalogo que oferte platos típicos de Ecuador y del país del comprador.

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

ESTRATEGIA SELECCIONADA



Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

Las estrategias que usaremos en Gift Delivery es disminuir ventas a detalle en Ecuador, así como mejorar los tiempos de entrega y proponer una nueva línea donde se encuentren artesanías y platos típicos del Ecuador. Mucha gente no conoce nuestra cultura, nuestros productos y por eso lo esencial es fomentar el consumo de nuestros productos. Nos interesa diferenciarnos de la competencia ofreciendo productos innovadores y novedosos para así ir ganando un número importante de clientes.

INFORME FINAL DE ENTREVISTAS

1. CONTEXTO

El presente informe tiene como propósito el conocer el posible rumbo de la compañía en base a la propuesta de cambio como estrategia de Océano Azul. Para ello se requiere evaluar de una manera cualitativa los diferentes cursos de acción identificados en torno a la situación de decisión del proyecto:

- ✓ Crear un catalogo que oferte platos típicos de Ecuador y del país del comprador.
- ✓ Incrementar la gama de productos, es decir, la oferta de productos
- ✓ Eliminar el servicio de venta de detalles y regalos, a nivel nacional.
- ✓ Aumentar la línea de detalles y regalos a nivel internacional
- ✓ Lanzar catálogo de productos artesanales ecuatorianos para venderlos como producto de Web.

Se realizaron 10 entrevistas a diferentes directivos de compañías de entrega y ventas por Internet, así como de ventas por catálogo y a pedido. Estas entrevistas se realizaron durante la semana del 26 al 30 de noviembre de 2012. Así mismo se aplicó un proceso e grupo focal con consumidores de este tipo de productos y visitantes de páginas similares; las mismas fueron objeto de una grabación en audio y de cuya transcripción se detallan continuación las conclusiones respectivas.

2. OBJETIVOS

Es importante recalcar que la metodología seguida para recopilar la información cualitativa se encuentra en total concordancia con varios de los objetivos de la investigación de mercados, detallados a continuación:

Objetivo general:

Establecer los servicios que debería brindar Gift Delivery en el futuro.

INFORME FINAL DE CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS

1) Fuentes de insatisfacción:

Para los consumidores entrevistados, en el mercado electrónico, de ventas por Internet y delivery en general se presentaron algunas observaciones interesantes en sus frases; dentro de lo que se puede destacar que en un 61% de las frases se comentó que “se encuentran satisfechos con los servicios prestados”, considerando cualidades como la “comodidad y facilidad de compra.”

Así mismo en un aspecto más técnico, las excelentes propuestas publicitarias, y los beneficios financieros para proponer innumerables productos es un excelente beneficio. De igual manera el manejo de fidelidad de los clientes por promociones, variedad de productos y la facilidad para terminar una compra, manteniendo en el tiempo los precios, genera satisfacción en los consumidores.

Lo que genera insatisfacción en los consumidores es “el temor a ser estafados y la inseguridad que sienten en las formas de pago.” Además los entrevistados consideran que afecta al comprador el hecho en ocasiones de “no poder ver el producto físicamente”. (VER TABLA 1)

2) Influencia del entorno en la compra:

Para la compra, los entrevistados atribuyeron a influencias en su compras y la de consumidores primordialmente a la Familia, seguida de su pareja en relación, concluyendo que la familia es el único factor incidente en qué, cuando y donde comprar. Indicando que “cualquier decisión lo hace siempre en conjunto.” (VER TABLA 2)

3) Cómo Hacer el negocio ideal

Los entrevistados, reflejaron en sus respuestas características que pueden acercar al negocio en análisis a la excelente, basado principalmente en la mejora del servicio considerando aspectos como: seguridad en las compras y certeza el producto será entregado. Ante este aspecto es importante mencionar que en este tipo de negocios, “es fundamental generar fidelidad de los clientes, y para ello es primordial cumplir las entregas.”

“La calidad de los productos” ofertados también es importante para los entrevistados, ya que reflejará la calidad de empresa o negocio que es en base a lo que vende. Dentro de las consideraciones de los entrevistados, se pudo observar que el precio no es tan incidente en “el negocio ideal”, aunque puede no estar siendo analizado como consumidor. “La rapidez, que por lo general es un tema imprescindible en las compras de Internet”, es asumido con un servicio básico, además que es un aspecto relativo considerando que depende de instituciones públicas como la Aduana para el despacho y entrega de ciertos productos. (VER TABLA 3)

4) Observaciones a estrategias propuestas

Los entrevistados presentaron en concreto reacciones favorables a las propuestas del Océano Azul, considerando que más del 80% de las frases registradas fueron favorables a las propuestas.

Respecto a eliminar el servicio de detalles y regalos que se maneja actualmente en el Ecuador solamente, considerando que es “ampliar mucho la línea de negocio”, y que esto puede afectar la instauración como marca de la Web, como un servicio de compras por Internet a nivel internacional; esto para los entrevistados es perjudicial debido a que “el mercado está presente y sería una pérdida no atender el mismo”. Los consumidores lo que harían es buscar otra empresa que les ofrezca lo que nuestra Web dejaría de hacer. Este aspecto permite concluir que en ese tipo de mercados, ofrecer más representa un plus o diferenciación.

En cuanto a crear, se deben considerar 3 aspectos: La creación del servicio de venta de comida típica por catálogo, la creación de catálogo de productos nacionales como artesanías para venta en la Web y finalmente crear nuevas líneas de productos, es decir introducir nuevos catálogos. El 100% de los entrevistados argumentaron que les gusta las propuestas, lo que “ampliaría el mercado en estudio y crearía nuevos clientes”, tanto nuevos como fieles pasivos.

La propuesta de aumentar el servicio de detalles y regalos para ecuatorianos que quieran enviar algo al exterior, igualmente fue 100% aceptada, pero con comentarios de “limitaciones en cuanto a contactos en el país de destino de los regalos.” (VER TABLA 4)

Se puede concluir una aceptación general a las nuestras estrategias. Considerando que una estrategia fue rechazada.

Las conclusiones que se pueden obtener de las entrevistas realizadas, y el cual se basaron en una estructura de preguntas abiertas basadas y que se hizo netamente a consumidores del mercado.

7.- Concepto estratégico:

Paso 1: Imaginar como quisiéramos que se encuentre el negocio en 5 años

Es esta etapa vamos a realizar un análisis de diferentes variables que nos permitirán hacernos una idea de cómo quisiéramos que se encuentre nuestra empresa en 5 años:

Nuestra proyección para el primer año es entregar 750 unidades mensuales en cada una de las ciudades más grandes del país. A partir del segundo año aumentar a 1500 unidades mensuales y en el cuarto y quinto año entregar 2500 unidades mensuales.

En lo que respecta al número de clientes el primer año pensamos tener 200 clientes, en el segundo y tercer año aumentarlos a 400 clientes y en el cuarto y quinto año llegar a tener un número de 800, lo importante es mantener a nuestros clientes actuales y buscar la fidelidad en ellos.

Contaremos con personal altamente capacitado y comprometido con el bienestar de la empresa y de nuestros clientes, para lo cual seleccionaremos personas profesionales y eficientes dispuestas a brindar su mejor servicio.

En lo que respecta a nuestros proveedores se elegirán a los mejores en cada uno de los productos ofrecidos, esta decisión la tomará la Gerencia Administrativa. Pensamos tener 80 proveedores buscando siempre el que nos brinde mejor calidad, precio y servicio.

En los años posteriores pensaremos ir elaborando nuestros propios productos, para lo cual cambiaremos de tipo de proveedores, integrándonos verticalmente.

Iremos guardando en nuestra base de datos fechas importantes y gustos de nuestros clientes, lo que nos permitirá irles haciendo recordatorios de que se acerca un día memorable.

Tendremos el servicio de hacer regalos personalizados y si quieren aumentar algo de la tutoría del cliente recogeremos en el sitio acordado para entregar todo en un solo paquete.

Daremos un regalo a cada cliente que nos de referidos y se dará preferencia a clientes frecuentes en fechas especiales.

En cuanto al Marketing nos enfocaremos en hacerlo de forma electrónica por medio de redes sociales, marketing viral y boletines electrónicos.

En los años posteriores buscaremos realizar Marketing de buscadores, buscando posicionarnos de mejor forma en Google. Buscaremos convenios con las embajadas para que nos permitan dejar publicidad en cada una de sus localizaciones.

Paso 2: Construir visión de la empresa al 2017

Nuestra visión es formar parte de las 5 empresas mas grandes en el comercio de regalos en la web en Ecuador, enfocándonos en tener cobertura en las 15 ciudades de más movimiento comercial a nivel nacional y tener una comunicación eficaz con nuestros clientes y proveedores.

Manejaremos un amplio portafolio de productos que nos permitirá tener 800 clientes fieles a nuestra marca. Contaremos con los mejores proveedores del país y un número de 60 empleados capacitados para brindar un servicio de excelencia.

Paso 3: Delimitar los lineamientos estratégicos

1. Cobertura nacional de nuestro servicio por medio de una logística adecuada.
2. Elaboración de nuestros propios productos.
3. Desarrollo de 2 nuevos servicios.
4. Incremento de clientes y nivel de ventas.

Paso 4: Construcción de la misión del negocio

Gift Delivery es una empresa que brinda el servicio de comercio electrónico de productos a domicilio, brindando a los clientes propuestas de productos innovadores de manera confiable, puntual y eficaz.

Nuestra empresa está dirigida a cada una de las personas que busquen excelencia en sus compras y quieran demostrar sus sentimientos por medio de un detalle elaborado por nuestros mejores proveedores.

Nos destacamos por nuestra dedicación a la formación, capacitación y desarrollo de nuestros empleados, respeto integral al medio ambiente y compromiso con el desarrollo del país.

Paso 5: Delimitación de la filosofía institucional

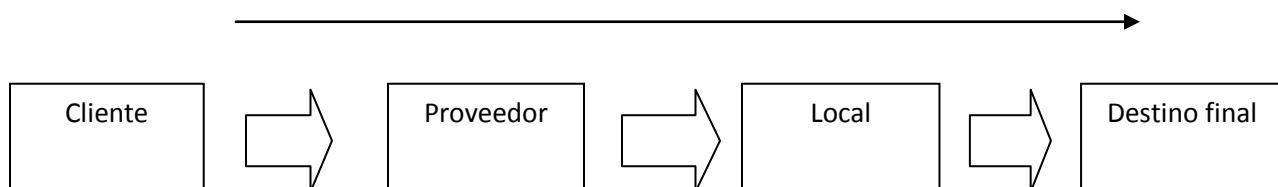
Somos una empresa de servicio creada para impulsar la unión de los seres queridos mediante un detalle de excelencia, lo cual nos permite desarrollar un vínculo sentimental con nuestros clientes. Creamos procesos de calidad empresarial, tecnología y Marketing virtual que fortalezcan lasos con nuestros clientes y sus seres especiales.

Nuestro compromiso es a largo plazo, de permanencia y continuidad, ya que estamos conscientes de nuestra participación para el mejoramiento de las relaciones sociales, desarrollando siempre servicios y productos de vanguardia.

Paso 6: Delimitación de los valores organizacionales

- Compromiso: Comprometerse con los lineamientos de la empresa.
- Responsabilidad: Cumplimiento de todas las políticas y funciones por cada uno de los miembros de la empresa.
- Ética: Fomentar actos correctos y morales dentro del manejo de la empresa.
- Calidad: Exigencia de trabajo a nuestros empleados que nos permita brindar un servicio de calidad.

CADENA DE VALOR NEGOCIO



La cadena de valor del negocio se inicia con la necesidad del cliente que reside en el exterior y desea entregar un regalo o detalle a un familiar, amigo o pareja en Ecuador. Nosotros como empresa le ofrecemos un catálogo de productos variado para que el cliente pueda seleccionar el detalle más a fin a su gusto o necesidad. Nuestro personal se encarga de asesorar al cliente y personificar cualquier sugerencia que el cliente proponga para su obsequio.

Una vez elegido el regalo por el cliente, nos encargamos de solicitar al proveedor el producto, al siguiente día es entregado en nuestro local y por último preparado por nuestro personal para la entrega en el domicilio del destinatario final. Posteriormente realizamos un servicio postventa consultando si el regalo llegó en condiciones de excelencia y como les pareció el servicio brindado.

8.- Concepto de Producto y servicio:

Gift Delivery ofrecerá una gama de productos que serán segmentados de acuerdo a las diferentes ocasiones en las que una persona puede necesitar de un obsequio: cumpleaños, aniversarios, nacimientos, día de la madre, día del padre, San Valentín, Navidad, graduación y otros.

De acuerdo a las categorías mencionadas existirá un link de enlace, donde automáticamente se mostrará la variedad de opciones que tenemos para la ocasión escogida. Los productos ofrecidos en primera instancia serán: arreglos florales, arreglos frutales, canastas navideñas, desayunos, pasteles, galletas, chocolates, serenatas, mimos, joyería, libros.

Posteriormente realizaremos una investigación de mercado para ampliar nuestra gama de productos, lo que nos permitirá ver si nos conviene incrementar nuestra cartera con los siguientes productos: perfumes, gafas, relojes, artesanías, comida típica.

9.- El mercado y sus proyecciones:

En un inicio empezaremos con el delivery en Quito y Guayaquil para posteriormente introducirnos en las ciudades más importantes y de mejor comercio en el país, logrando así una cobertura a nivel nacional.

Nuestro mercado objetivo en los primeros años será para migrantes que quieran enviar detalles a personas en Ecuador, de cualquier edad aunque para realizar las compras electrónicas necesiten tener mayoría de edad. Además personas que necesiten asesoría para elegir un detalle para ser regalado en una fecha especial. En años posteriores pensamos atender a ecuatorianos que quieran enviar comida típica y artesanías dentro y fuera del país.

Los consumidores objetivos de nuestro negocio serán personas que puedan tener acceso a Internet desde cualquier lugar y que tengan una fuente de ingreso económico media – alta como para cubrir su necesidad. Realizamos entrevistas por e- mail a familiares y amigos que viven en el exterior, podemos notar que no todas las personas compran por internet, pero sin duda esto cada vez va aumentando debido a la falta de tiempo y al incremento tecnológico de nuestro mundo actual, de lo cual pudimos obtener que el 35% de ellos compran por internet y el 65% no realiza compras por internet (VER TABLA 5). Adicionalmente pudimos obtener que el 45% de los consultados compra regalos por internet y el 55% de ellos no compra regalos por internet. (VER TABLA 6). Además podemos mencionar que la idea de negocio es aceptada y les llama la atención tener una empresa que les brinde el servicio, teniendo una aceptación del 85% de los encuestados. (VER TABLA 7)

Construcción de las metas

Metas:

- Estar entre las 5 empresas principales en Ecuador en su categoría para el año 2015.
- Para el año 2017 implementar el servicio de 2 nuevos productos (venta de artesanías y comida típica).
- Vender 30.000 unidades para el año 2015
- Para el año 2018 tendremos nuestro propio local y buscaremos inversionistas que se quieran asociar en las ciudades más grandes.
- En el tercer año de funcionamiento tener utilidades que superen los \$ 10.000 dólares.

- Capacitación continua de acuerdo a las necesidades del empleado, serán mínimo 2 veces al año.
- Colaborar con 1 fundación anualmente con el fin de realizar ayuda social.

10.- Plan de Inversiones:

Definir donde se va a ubicar la empresa

El punto de venta matriz se ubicará en la Av. América y NNUU, será un local de tamaño medio, que nos permita almacenar y distribuir los productos de una manera adecuada.

En el resto de ciudades habrá locales de tamaño pequeño que se encontrarán en lugares céntricos para tener una logística mas adecuada.

En cuanto al diseñador web y el técnico de sistemas podrán realizar trabajos desde su casa sin necesidad de estar físicamente en el local.

Qué equipos se van a comprar?

Se comprarán computadoras, motocicletas, herramientas de oficina, teléfonos, radios portátiles, copiadora, escáner.

Qué tecnología se va a implementar?

Usaremos un software especial para comercio electrónico, contendrá web hosting, registro de dominio, cuentas Email, certificado SSL, dirección IP dedicada, sello de sitio seguro, carrito de compras y 2CO para recibir pagos en línea.

Instalaremos la aplicación Joomla VirtueMart que incluye: administración de productos y categorías a través de un panel de control, buscador de productos, sistema de pagos paypal, 2co, etc., esto nos permitirá optimizar contenido para los buscadores.

INVERSIÓN

Se procede a realizar cotizaciones de todo lo que se va a necesitar para ejecutar el negocio, tomando en cuenta los precios actuales del negocio. La inversión total necesaria para

empezar a funcionar es de \$13.100 (VER TABLA 8), cuya representación mas alta corresponde a las motos, que es parte esencial del negocio.

La inversión necesaria será cubierta en un 50% por capital propio y el otro 50% se obtendrá por medio de un crédito Banco Pichincha

11.- Aprovechamiento de Insumos:

Debemos indicar que en el caso de nuestra empresa vamos a comprar productos terminados, en este caso serían los regalos que los clientes nos van a solicitar, por ende no tenemos necesidad de tener un proveedor de materia prima y materiales.

Adicional no tendremos un inventario permanente, puesto que iremos adquiriendo los productos a medida que los clientes nos hagan los pedidos, por eso solicitaremos que los pedidos se hagan con 5 días de anticipación mínimo.

A continuación voy a detallar los principales proveedores para nuestra empresa:

En lo que se refiere a arreglos florales, frutales, desayunos y mimos tendremos 3 empresas: BOMFLOR, DI FIORI Y CARICIAS Y DETALLES.

Las canastas navideñas se obtendrán en la DISTRIBUIDORA DELGADO Y FRANCISCO VERA OSORIO.

En lo que respecta a pasteles, galletas, chocolates nos brindará el servicio CATERING NITY Y MA. AUGUSTA FALCONI.

Los encargados del servicio de serenatas serán las empresas MARIACHI CIELO MEXICANO Y ORO DE MEXICO.

La negociación realizada con todos nuestros proveedores es de 1 mes, se cancelará el último viernes de cada mes en nuestra oficina por medio de cheque.

12.- Plan Comercial:

En las ciudades de Quito y Guayaquil existen tiendas, centros comerciales, bazares donde se pueden adquirir obsequios para un familiar o amigo, nuestro servicio se enfoca en

facilitar las necesidades de nuestros migrantes y familiares, haciendo que ellos puedan comprar sus regalos en una página web y nosotros nos encargamos de entregar en el destino requerido, haciendo de esa fecha especial aún mas emotiva con la presencia del ser querido que se encuentra lejos.

El regalo será entregado al domicilio, lugar de trabajo o cualquier lugar indicado por nuestros clientes para que su homenajeado lo pueda recibir, el obsequio será llevado por un repartidor capacitado que haga de ese momento aún mas agradable.

Actualmente existen varias empresas en el mercado que brindan el servicio, nuestra empresa se diferenciará en la calidad del producto, servicio brindado y atención personalizada de asesoramiento. Por medio de esto nos ganaremos la fidelidad de nuestros clientes y referencias futuras que harán que nuestra empresa vaya creciendo en el mercado.

La distribución de los productos se realizará por medio de motocicletas, para lo cual tendremos 2 motorizados en Guayaquil y 2 en Quito. En fechas especiales donde tendremos mayor demanda se contratará personas que tengan motos y nos puedan ayudar con el servicio.

Las ventas se realizarán por medio de la página web, por lo que esta será nuestra forma de enseñar los productos ofrecidos. Nuestra web se actualizará quincenalmente y siempre habrá una persona encargada de asesorar a nuestros clientes para que encuentren el detalle deseado.

La empresa será promocionada por medio de canales electrónicos y el voz a voz, usaremos mails, facebook, twitter y volantes en lugares claves de la ciudad. Es muy importante las buenas referencias que tengan nuestros clientes del servicio y que de esta forma nos puedan recomendar nuevos clientes.

Cuando iniciemos el funcionamiento de la empresa se harán 5 pruebas con amigos y familiares que viven en el exterior. Se les indicará que realicen sus pedidos en la página web y nos encargaremos de entregar a las personas elegidas, esto no tendrá un costo para ellos, solamente será una forma de probar el servicio y ver los tiempos óptimos en los cuales podremos atender a los clientes. Adicional verificaremos que los productos

entregados por nuestros proveedores sean de la calidad esperada para satisfacer a nuestros consumidores.

En cuanto al precio, podemos indicar que al ser un servicio de calidad que busca la aceptación y total satisfacción de nuestros clientes los precios estarán dentro de los propuestos por el mercado, será un producto accesible a una clientela de ingresos medios – altos que tendrán la disponibilidad económica para cancelar por un servicio especializado.

Los precios se marcarán en base a los costos del producto terminado que nos ofrecen nuestros proveedores y que nos permitan tener un margen de ganancia adecuado. Los precios serán universales y dependerán del producto elegido.

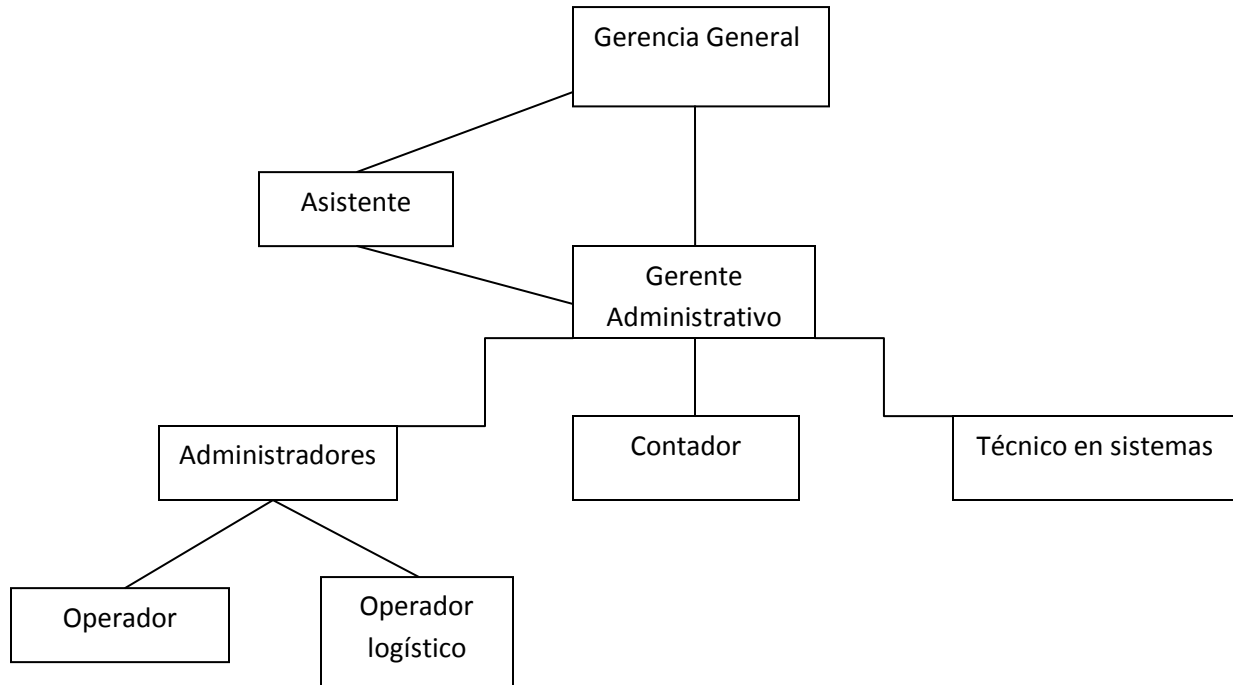
No tenemos una cartera por recuperar, puesto que nuestros clientes cancelarán al momento de comprar el producto y antes de la entrega del regalo, por lo que nuestra recuperación de valores será inmediata.

13.- Plan de Recursos Humanos:

Por medio de este análisis definiremos el personal que formará parte de la empresa Gift Delivery, sabemos que el recurso humano será parte importante para el desarrollo y buen manejo de la empresa, ya que de esto dependerá la atención de calidad brindada a nuestros clientes.

Si bien es cierto nuestra empresa no es de gran tamaño, se organizará la empresa dependiendo de las funciones de cada uno de los empleados, con el fin de poder cumplir con las metas y objetivos planteados por la empresa.

Definir el organigrama



Detallar el personal que se deberá contratar y sus funciones

Se contratará personal calificado para cada una de las funciones que se necesitan para el correcto desenvolvimiento de la empresa. Contaremos con el siguiente personal:

Gerente General: Delegar las funciones de cada integrante de la empresa, implementación de estrategias, control de metas, cumplimiento de objetivos, marketing.

Gerente Administrativo: Manejo de proveedores, será el encargado del buen funcionamiento del negocio, control de administradores y puntos de ventas, reclutamiento de personal y capacitación, pedidos a proveedores.

Administrador: Se encargarán del funcionamiento de su punto de venta, control del personal a su cargo (uniformes, horarios, tareas), manejo de cumplimiento en entregas, reportes diarios de ventas, contactos con clientes por la web (sugerencias, consultas), manejo de caja chica.

Asistente: Asistencia de la gerencia, consolidación de reportes de los administradores, pagos de servicios básicos y asistencia en general.

Técnico de sistemas / Diseñador de páginas web: Mantenimiento de la página web, actualización de catálogo, mantenimiento de equipos, compra de nuevos equipos.

Contador: Contabilidad del negocio, manejo de bancos, pago de rol, control de cuentas bancarias y afiliaciones al IESS.

Operador: Recepción de productos de los proveedores, organizar pedidos y entrega de productos a Motorizados

Operador Logístico: Entrega de los pedidos y limpieza de los locales.

Definición de las políticas Institucionales

- Se trabajará 8 horas diarias según el horario dispuesto por el Gerente Administrativo.
- Cada empleado tendrá media hora de almuerzo.
- Asistir puntualmente a las jornadas de trabajo, se podrá tener atrasos hasta de 10 minutos.
- Registrar diariamente su entrada y salida al trabajo.
- Ningún empleado podrá faltar o salir del sitio de trabajo en las horas de labor sin permiso de su jefe inmediato superior.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas en horas de trabajo.
- Fumar dentro de las instalaciones de la Compañía.
- Prohibido realizar actividades ajenas a su labor.
- Pago puntual de remuneraciones.

Políticas del área de Administración

- Utilizar uniformes, credenciales, materiales y herramientas entregados por la Compañía, con el debido cuidado y los objetivos para los cuales fueron asignados.
- Mantener limpio y en orden su puesto de trabajo.
- Capacitaciones anuales para los empleados.
- Organizar calendario de vacaciones anuales de los empleados.
- Actualizar anualmente información personal de los empleados.

- Realizar controles semanales de ventas.
- Realizar mensualmente estadísticas de productos mas vendidos.
- Monitorear semestralmente cumplimiento de metas de los empleados.

Políticas del área de Sistemas

- Actualizar anualmente programas de uso básico para los empleados.
- Mantenimiento trimestral de equipos.
- Prohibido entregar claves de uso personal a terceros.
- Respaldo semanalmente información de computadores.

Políticas del área de Logística

- Mantenimiento mensual de motocicletas.
- Mantenimiento trimestral de radios portátiles.
- Obtener y mantener en vigencia licencia de conducir.
- No prestar a terceros motocicleta, sin autorización de su superior.

Remuneraciones

Las remuneraciones se entregarán a cada uno de nuestros empleados por medio de una transferencia a una cuenta de ahorros personal, este pago se lo realizará mensualmente, a fines de cada mes en curso.

En el posible caso de que la fecha mencionada se de en fin de semana o feriado se realizará el pago del sueldo el último día de labores.

Adicional los trabajadores contarán con los beneficios amparados por la ley (VER TABLA 9).

Los empleados tendrán descuentos mensuales en su remuneración que corresponderá al 9.35 % del aporte de afiliación al IESS

Hay que tener en cuenta los cambios en las leyes laborales de nuestro país, todos nuestros empleados deberán estar obligatoriamente afiliados al IESS. Debemos considerar la posibilidad de un alza en el salario mínimo vital, por ende subiría los costos fijos de la empresa, haciendo que nuestro producto encarezca.

14.- Proyecciones Financieras:

En esta parte realizaremos un análisis de la factibilidad económica del proyecto y su rentabilidad en un periodo determinado. Así mismo se analizará si el negocio es viable, de acuerdo a la investigación realizada a lo largo del proyecto.

En primer lugar obtendremos los costos operativos y no operativos de la empresa:

COSTOS OPERATIVOS		
RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Costo producto terminado	2030	24360
Costos varios		
Agua	10	120
Luz	20	240
Otros		
gasolina	60	720
TOTAL	2120	25440

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

COSTOS NO OPERATIVOS		
RUBROS	MENSUAL	ANUAL
Administrativo		
Sueldos	4318	51816
Servicios		
Teléfono	15	180
Internet	22	264
Suministros		
Varios	50	600
Inmobiliario		
Alquiler	350	4200
Publicidad		
Varios	100	1200
TOTAL	4855	58260

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

Posteriormente realizamos el cálculo del Estado de Resultados por un periodo de 3 años, donde se detalla claramente ingresos y gastos para poder identificar las utilidades o pérdidas del negocio en un periodo de 3 años.

ESTADO DE RESULTADOS GIFT DELIVERY			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	93430	100904	107967
EGRESOS	29225	30620	32480
UTILIDAD BRUTA	64205	70284	75487
Gastos Administrativos	52000	53260	54321
Gastos de ventas	3500	3500	3500
UTILIDAD OPERACIONAL	8705	13524	17666
Intereses préstamo	3023	2802	1625
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	5682	10722	16041
Participación trabajadores		1608,3	2406,15
UTILIDAD ANTES DE P. TRABA		9113,7	13634,85
Imp. a la renta		2278,425	3408,7125
UTILIDAD NETA	5682	6835,275	10226,1375

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

FLUJO DE CAJA

Se realizó un flujo de caja proyectado a 3 años donde consta el efectivo y gastos de la empresa a lo largo del periodo indicado:

FLUJO DE CAJA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS			
Operativos	93430	100904	107967
TOTAL INGRESOS	93430	100904	107967
EGRESOS			
Costos operativos	25440	26620	28820
Costos no operativos	58260	58260	58260
TOTAL EGRESOS	83700	84880	87080
UTILIDAD BRUTA	9730	16024	20887
(-Gastos financieros)	3023	2802	1625
(-Amortización)	1500	2000	2200
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART. UTILIDADES	5207	11222	17062
(-15%)		1683,3	2559,3
		9538,7	14502,7
(-25%)		2384,675	3625,675
FUJO EFECTIVO	5207	7154,025	10877,025

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

CALCULO DEL VAN Y TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INVERSION INICIAL	-13.100,00			
INGRESOS		93.430,00	100.904,00	107.967,00
COSTOS Y GASTOS		83.700,00	84.880,00	87.080,00
GASTOS FINANCIEROS		4.523,00	4.802,00	3.825,00
FLUJOS ANUALES	-13.100,00	5.207,00	7.154,02	10.877,02

VAN	3.468,79
TIR	30,43%

TASA DE DESCUENTO	15%
-------------------	-----

ANEXOS

Anexo 1: ENTREVISTA PAGINA WEB DELIVERY

- Cómo ha ido evolucionando en los últimos años el negocio de compras por internet?
En el caso particular de webs delivery que conoce de su crecimiento y evolución?
- Cuáles son las fortalezas de las principales páginas web de catálogo o delivery que se encuentran en el mercado? Cuáles son sus principales debilidades?
- Qué tan satisfechos cree usted que están los consumidores con relación a lo que les ofrecen las páginas web existentes tanto a nivel nacional como internacional?
Cuáles son los principales reclamos que hacen?
- A qué factores del servicio web le dan mayor importancia los clientes?: precio, acceso, facilidad de uso, la ambientación visual? Por qué?
- Qué tanta importancia le dan los clientes de una web delivery a los siguientes aspectos?
 - Que sucedería si dentro de los productos ofrecidos se incluye platos típicos tanto del país del comprador como del receptor?
 - Que sucedería si se amplía la gama de catálogos a productos nacionales para llevarlos al exterior, y no solamente ser receptores de productos en el Ecuador? Como por ejemplo un catálogo para artesanías. Aumentaría el nivel de satisfacción de los clientes?
 - Qué pasaría si se elimina el servicio para clientes del Ecuador, para envío de detalles y regalos?
 - Qué pasaría si se amplía el servicio de regalos y detalles a nivel internacional?

- Y si decidimos ofrecer más catálogos de productos? Incrementaría la satisfacción de los clientes? Aumentaría el número de clientes?
- Qué recomendaría usted que se debe hacer para incrementar el nivel de satisfacción de los mismos? Qué otros cosas deberían ofrecer las web delivery para satisfacer de mejor manera a los mismos? Qué cosas nuevas deberían implementar? Nuevos servicios?, nuevos productos?
- Quién cree usted que influye más en la elección de compra? Amigos, familia, la pareja, los compañeros de trabajo, seguridad?
- Imagine que existe una web delivery ideal para la compra de productos y entrega en otro país? Cuáles serían sus principales características?
- Si usted tuviera total libertad, para definir el funcionamiento de la página web, Qué cosas implementaría? Qué innovación propondría? Qué productos y catálogos tendría? Para qué tipo de personas? Utilizaría precios altos o bajos? Cómo la promocionaría?

TABLA 1

Tabla resumen de la fuente de insatisfacción		
Respuestas	Percepción competidores	Percepción competidores
	en número de frases	(en % de frases)
Fuentes de satisfacción	11	61%
Fuentes de insatisfacción	7	39%
Total frases	18	100%

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 2

Tabla resumen sobre quien influye más		Tabla resumen sobre quien influye más
Respuestas	Quien influye en número de frases	Quien influye (en % de frases)
Amigos	0	0%
Familia	7	58%
Pareja	5	42%
Compañeros trabajo	0	0%
Total frases	12	100%

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 3

Tabla resumen sobre negocio ideal		Tabla resumen sobre negocio ideal
Respuestas	Negocio ideal en número de frases	Negocio Ideal (en % de frases)
Rapidez	1	6%
Seguridad	8	50%
Calidad	4	25%
Precio	3	19%
Total frases	16	100%

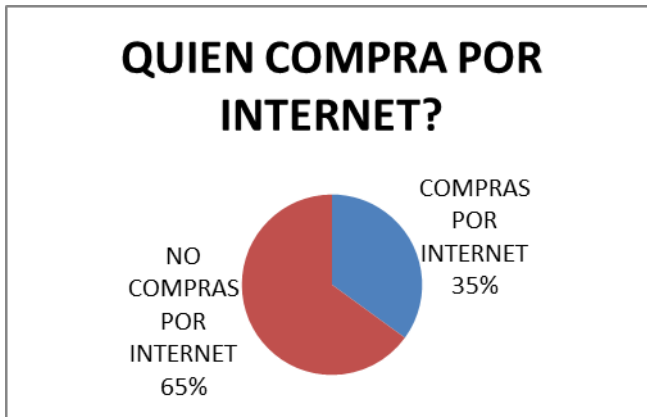
Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 4

Tabla resumen sobre la opinión de Océano Azul		Tabla resumen sobre la opinión del Océano Azul
Respuestas	Océano azul en número de frases	Océano azul (en % de frases)
Opinión eliminar	3	16%
Opinión crear	5	26%
Opinión reducir	0	0%
Opinión aumentar	11	58%
Total frases	19	100%

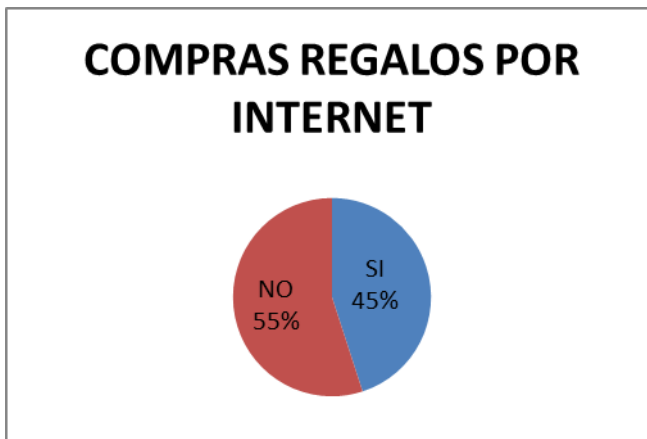
Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 5



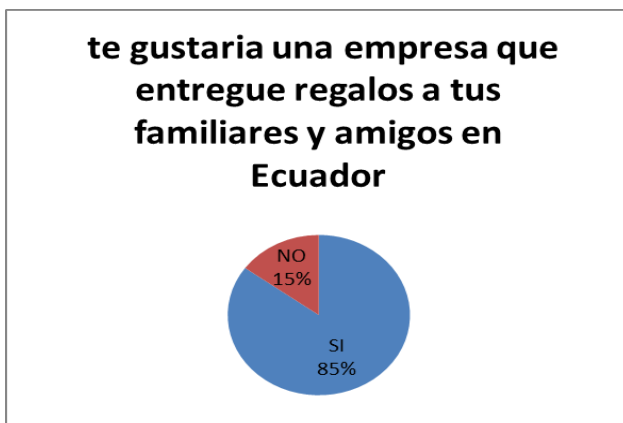
Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 6



Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 7



Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 8

MOTOS	6000
EQUIPO Y MAQUINARIA	1500
ADECUACIONES	1500
EQUIPOS DE OFICINA	1200
EQUIPOS DE COMPUTACION	2100
PAGINA WEB	800
TOTAL INVERSION	13100

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

TABLA 9

DECIMO TERCERO
DECIMO CUARTO
UTILIDADES
VACACIONES

Elaborado por: Rodríguez Ma. Elizabeth

BIBLIOGRAFIA

<http://www.bce.fin.ec/>

(http://www.elcomercio.com/negocios/nuevo-salario-basico-USD_0_617938246.html)

Fuente: Banco Central Europeo (BCE)

Fuente: Informe INEC

(<http://www.ine.es/prensa/np678.pdf>)

(<http://www.ecuaregalos.com/>)

(http://www.envia-regalos.com/cafe_ecuatoriano.shtml)

(<http://www.regalosecuador.com/productos/portaretratos.html>)