

**[www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com)**

**JUAN SEBASTIAN ORTEGA VELLOJIN  
JOSE URREGO MEJIA**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR  
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.  
NOVIEMBRE 23 DE 2007**

**[www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com)**

**JUAN SEBASTIAN ORTEGA VELLOJIN  
JOSE URREGO MEJIA**

**Monografía para optar por el título de economía y  
administración de empresas**

**ASESOR  
RAUL ACOSTA  
Economista**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
MINOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACION EMPRESARIAL  
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.  
NOVIEMBRE 23 DE 2007**

Noviembre 23 del 2007

**Señores:**

Dirección De Investigaciones  
Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa De Economía y Administración De Empresas  
Universidad Tecnológica De Bolívar  
Cartagena

Distinguidos señores:

De la manera más atenta nos dirigimos a ustedes, con el propósito de solicitar la revisión y evaluación del trabajo de grado que entrego anexo a la presente y que lleva el siguiente título "www.mitienda24x7.com", como requisito para obtener el título de profesional en Economía y Administración de Empresas.

En espera que esta cumpla con las normas pertinentes establecidas por la Universidad.

Cordialmente,

**Juan Sebastián Ortega**  
Cod. 01-12-003

**José Urrego Mejía**  
Cod. 04-16-06

Noviembre 23 del 2007

Señores:

Dirección De Investigaciones

Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas

Programa De Economía y Administración De Empresas

Universidad Tecnológica De Bolívar

Cartagena

Distinguidos señores:

***Por medio de la presente me permito informarles que he aceptado ser el director de proyecto de monografía titulada “www.mitienda24x7.com”, que será presentado por los estudiantes, Juan Sebastián Ortega y José Urrego Mejía.***

Al respecto me permito comunicar que asesore el desarrollo del citado proyecto el cual considero de gran importancia y utilidad.

Atentamente,

**Raúl Acosta**

Docente De Tiempo Completo

Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Tecnológica De Bolívar

## **AUTORIZACION**

**Cartagena de Indias, D.T. y C.**

Yo, JUAN SEBASTIAN ORTEGA VELLOJIN identificado con la cedula de ciudadanía número 73.195.146 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la Biblioteca.

**JUAN SEBASTIAN ORTEGA VELLOJIN**

## **AUTORIZACION**

**Cartagena de Indias, D.T. y C.**

Yo, JOSE URREGO MEJIA identificado con la cedula de ciudadanía número 79.981.009 de Bogotá, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo online de la Biblioteca.

**JOSE URREGO MEJIA**

## CONTENIDO

	Página
0. Diseño de la propuesta.....	1
0.1 Descripción de la idea.....	1
0.2 Objetivos.....	2
0.2.1 General.....	2
0.2.2. Específicos.....	2
0.3 Justificación.....	2
0.4 Antecedentes de investigación.....	3
0.5 Metodología de trabajo.....	4
0.6 Logros esperados.....	5
1. Características y concepción del negocio.....	6
1.1 La nueva economía y la TIC en Colombia.....	6
1.2 Marco legal en Colombia.....	11
1.3 TIC en Colombia.....	12
1.4 Tipos de negocios electrónicos y experiencias exitosas.....	14
1.5 Concepción de negocio de la tienda virtual “mitienda24x7.com” .....	16
2. Análisis de las condiciones de mercado.....	19
2.1 Situación de la oferta de artículos electrónicos y prendas de vestir por e-commerce.....	19
2.1.1 Sitio Web más representativo.....	20
2.1.2 Sistemas e-commerce mas utilizado (ventajas y desventajas).....	20
2.2 Nivel de competencia y nuevas oportunidades.....	21
2.3 Condiciones de demanda.....	22
2.3.1 Evolución de volúmenes de clientes y composición.....	23
2.3.2 Preferencias principales de los clientes.....	23
3. Esquema operativo del negocio.....	27
3.1 Estado de desarrollo.....	27

<b>3.2 Proceso de implementación del nuevo negocio.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Proceso de Producción del bien o servicio.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Montaje en pagina Web y publicación en medios de venta (deremate o mercadolibre).....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Proceso compra, pago y envío.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6 Necesidades y requerimientos.....</b>	<b>28</b>
<b>3.7 Situación tecnológica de la empresa.....</b>	<b>29</b>
<b>3.8 Proceso de compras e insumo.....</b>	<b>29</b>
<b>4. Análisis financiero y de viabilidad de la empresa.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Costo de producción.....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Estudio financiero y de viabilidad.....</b>	<b>32</b>
<b>4.3 Análisis de beneficios.....</b>	<b>35</b>
<b>4.4 Política de cartera.....</b>	<b>36</b>
<b>5. Propuesta organizativa de la empresa.....</b>	<b>37</b>
<b>5.1 Organigrama.....</b>	<b>37</b>
<b>5.2 Organigrama grafico.....</b>	<b>39</b>
<b>Anexo A.....</b>	<b>40</b>
<b>6. Conclusiones.....</b>	<b>43</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>46</b>

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1 ocio a consumidor en millones de dólares americanos.....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 2 Navegantes compradores en América latina.....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 3 Resumen encuesta.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 4 Resumen encuesta.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 5 Resumen encuesta.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 6 Resumen encuesta.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 7 Resumen encuesta.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 8 Infraestructura.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 9 Egresos.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 10 Ingresos.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 11 Beneficios.....</b>	<b>35</b>

## **Diseño de la propuesta**

### **0.1 Descripción de la Idea**

Nuestra propuesta de negocio esta basada en una tienda virtual, para hacer ventas netamente por Internet. Este es un negocio que en Colombia no ha sido implementado completamente, pero es una tendencia en que queremos incursionar para ser prácticamente pioneros en el campo.

El negocio seria prácticamente una página Web en donde diferentes productos importados sean ofrecidos y vendidos a través de esta, una pagina que sea seguro para los clientes y que al contrario de las páginas que existen en el momento, que sea una pagina que ofrezca seguridad a la hora de comprar. La idea es volver a esta pagina Web en una tienda como cualquier otra que se encuentre en un centro comercial, en el sentido en que la gente sabe que lo que escoge es lo que va a recibir, y que al momento de pagar su plata no se va a perder o va a terminar en manos de las personas equivocadas.

Este es un negocio que busca la facilidad en todo sentido tanto para los compradores como para nosotros.

El mercado americano conoce este tipo de negocio a la perfección y en Colombia la tendencia es esta, vender por Internet y hacer todas las negociaciones que sean posibles por este medio, ya que es un medio económico y bastante rápido. Los costos fijos son mínimos en comparación a negocios que necesitan locales y personal para que puedan funcionar. Es aquí donde aparece nuestra ventaja sobre los otros negocios, ya que pensamos que lo que nos estamos ahorrando en gastos fijos es el ahorro del comprador.

Básicamente el negocio es una página Web con diferentes tipos de artículos y sus respectivas fotos y explicaciones de cada producto, en el que los clientes podrán preguntar acerca de tallas, colores y otros estilos que ellos deseen y así adquirir a un precio muy bajo lo que a ellos les gusta.

Considerando los anterior se pretende realizar un estudio para fundamentar la posibilidad de poner en marcha esta idea de negocio.

## **0.2 Objetivos**

### **0.2.1 General**

Identificar los distintos aspectos de la concepción del negocio, su mercado, operación y viabilidad.

### **0.2.2 Específicos**

- Elaborar la concepción y visión del nuevo negocio.
- Desarrollar un completo estudio de mercado para así poder establecer potencialidades del negocio.
- Diseñar un esquema técnico de operación del negocio.
- Analizar la operación financiera y de viabilidad del negocio, para establecer lo rentable que puede llegar a ser este.
- Diseñar una propuesta organizativa para el negocio.

## **0.3 Justificación**

Existen distintas ideas que permiten desarrollar un plan de negocios todas estas ideas las tendremos en cuenta en el momento de realizarlo.

El mundo globalizado que se conoce hoy día es muy veloz y económico, las necesidades de los cartageneros como mercado objetivo inicial es en muchos casos vestir bien y poseer algunos de los distintos accesorios que se ofrecen en “MITIENDAVIRTUAL.COM” , pero estos adquiridos en sus lugares de distribución oficial son muy costosos, ya que estos tienen unos costos que esta empresa no tiene, con lo anterior mencionado lo que se pretende es satisfacer las necesidades de estos cartageneros sin romperles los bolsillos.

Con un buen plan de negocio como el que se esta realizando, se pretende también plasmar claramente como alcanzar los objetivos trazados y de esta forma encontrar una forma de vida.

#### **0.4 Antecedentes de investigación**

Internet constituye, además del medio de comunicación y la fuente de información más avanzada y económica, una oportunidad real de desarrollo económico y profesional, para personas creativas y trabajadoras.

La tecnología se hace cada día mas fácil de usar, sin necesidad de poseer profundos conocimientos técnicos para llevar acabo proyectos de negocios virtuales, basta con tener ideas de negocio, ganas de hacerlas realidad y una gran capacidad de trabajo.

Ejemplos abundan sobre la aparición de empresas "virtuales" como Amazon, donde el modelo de negocio que manejaban las librerías físicas fue revolucionado. Las empresas tradicionales no vieron más allá de la oferta de servicio que prestaban y permitieron que un desconocido en el mundo de los libros hiciera tanto en la participación de mercado. En este caso, Amazon ha sido pionero en el uso de la Internet para el manejo de la relación con el cliente y con el proveedor. El producto en sí mismo no es muy distinto del mismo libro que se puede adquirir en cualquier librería, pero permite darle valor agregado mediante servicios complementarios como el empaque y la tarjeta para un regalo, además del despacho al destinatario deseado.

La excelente virtualización del negocio de Dell donde le permite al usuario, mediante la utilización de la Internet casi armar los equipos que desea como si estuviera ante el Gerente de Producción de la empresa, es otra forma de impactar el contacto entre el cliente y la empresa. En este caso, se permite la interacción con el producto para hacerlo casi a la medida, pero con costos de producción en masa. El impacto fue tan grande, que empresas como Compaq nunca pudieron despegar su venta por Internet, y terminaron siendo absorbidos por otra empresa.

En estos dos casos anteriores, todavía se conserva la legalidad del negocio. Es decir, tanto Amazon como Dell cumplen con los requisitos básicos de los negocios en donde a todo el que se le tiene que pagar recibe su dinero.

Hay otros casos, como la reproducción de información, bien sea de libros, música, vídeo, juegos, etc. Las cuales por su nueva forma de distribución prácticamente cambian todo el entorno del negocio. En el caso específico de la música por ejemplo, se inició con Napster, y ahora domina Kazaa. La primera fue ordenada cerrar por mantener almacenados en sus equipos música sin pagar derechos por ellos. La segunda, resistió el embate jurídico debido a que no almacena nada realmente en sus equipos, y ahora la Asociación de Industriales del Disco en Estados Unidos está persiguiendo a los usuarios del sistema para cobrarles multas por uso indebido de información.

**0.5 Metodología de trabajo** (Organización de la propuesta por etapas, en las cuales se detallan los métodos y técnicas de análisis para trabajar los componentes del Plan de Negocios.)

Establecer etapas para obtener información y documentación que permita desarrollar los objetivos específicos.

Determinar y especificar cual es el nuevo concepto de venta con especificidad.

Crear una encuesta electrónica para entender más el mercado y las preferencias de los consumidores.

De una forma argumentativa implementar un esquema técnico de operación del negocio. Analizando los conceptos varios que se tienen en cuenta a la hora de hacer un análisis financiero se llegaría a una buena toma de decisión en el momento de confrontar los resultados obtenidos en los aspectos individuales del negocio tales como la rotación de inventario o la rotación de cartera. Y tomando en cuenta el tamaño del negocio se tomarán las decisiones a la hora de plantear una estrategia organizativa y jerárquica para el óptimo funcionamiento del nuevo negocio.

## **0.6 LOGROS ESPERADOS**

Los logros que nosotros esperamos conseguir de esta propuesta es básicamente obtener un buen plan de negocios consistente de tal forma que permita darle vida esta gran idea de negocio que aquí se plantea.

### **1. Características y Concepción del Negocio**

#### **1.1. La nueva economía y la TIC en Colombia**

El Internet como muchos adelantos tecnológicos ha venido generando una serie de cambios en las relaciones sociales y en los medios de producción de los que el hombre se vale para transformar la realidad y obtener lo que requiere para satisfacer sus necesidades. La guía para el ámbito empresarial actual esta dada por la eficiencia en costos y tiempo. Cada vez se desea ser el mejor obteniendo mayores ganancias, lo que ha guiado a los empresarios y a las corporaciones a generar toda una serie de dinámica alrededor de la investigación y desarrollo, que permita alcanzar dichos objetivos.

La tecnología en el mundo ha venido cambiando constantemente. Es un hecho el que ahora nos enfrentemos a nuevas herramientas para hacer negocios que cada vez son más sofisticadas y

especializadas. Todas las cuales están encaminadas a mejorar eficiencia, productividad, generar economías de escala cada vez mayores y cambiar los factores que consideramos importantes en el comercio internacional.

Citemos por ejemplo el uso de los celulares. Estos artefactos, los cuales han permitido acercar a las personas y ponerlas en contacto permanentemente, han hecho que los negocios se hagan de una manera más rápida. Desde su invención a finales de los años 80, los celulares han evolucionado de manera impresionante, pasando de ser pesados, con baja calidad de voz, deficiente cobertura de señal e incómodos de llevar, a ser pequeños, livianos y muy poderosos en prestaciones para los usuarios. En el momento actual, un ejecutivo puede utilizar su teléfono celular (aparato que posee más funciones que transportar voz) para revisar su correo electrónico, descargar de esta la base de datos de sus clientes, ubicar un pedido pendiente, comunicarse vía voz por medio de la tecnología PoC<sup>1</sup> con su grupo de distribuidores simultáneamente, los cuales le proveen el número de guía de envío de este y ubicarlo en tiempo real por medio de posicionamiento satelital GPS en su teléfono móvil, mientras sostiene una videoconferencia con su cliente final, al cual le informa el estado de su pedido. Esto si bien parece una escena de un filme de ciencia ficción, es la realidad de los negocios en muchos países desarrollados como Japón, donde la tecnología celular UMTS es un estándar. Y todo esto ocurre fuera de su país de origen. Como vemos es impresionante como la tecnología ha permitido que los negocios funcionen de manera más sincronizada, lo cual se traduce en reducción de costos y eficiencia, lo que termina afectando el factor precio y la calidad del servicio al cliente que una empresa presta.

No solo los celulares han permitido que se presente un cambio drástico en la manera en que los negocios se realizan. El Internet, por ejemplo ha hecho que las personas puedan comunicarse de manera instantánea sin importar en que punto del mundo se encuentre cada parte. Su nacimiento se remonta a la década de los 70's con Arpanet, un proyecto del Departamento de Defensa estadounidense que pretendía obtener una red de comunicaciones segura que se pudiese mantener

---

<sup>1</sup> Tecnología que permite usar una línea celular similar a las prestaciones de un radioteléfono Avantel.

entre computadores ubicados en distintos puntos geográficos. El Internet, ha sido desde entonces objeto de transformaciones para convertirse en lo que es ahora, un medio para comunicar personas, obtener información y hacer negocios. Esto no hubiese sido posible sin la creación del navegador de Internet Netscape, el cual hizo que la Internet fuera atractiva para el público en general debido a que ahora se presentaba de manera amena e interesante; con interfaces graficas e interactivas. Pero su aplicación a los negocios vino a ser importante a partir de la creación de los protocolos de seguridad y cifrado digital, los cuales permitieron que la información que era transmitida por Internet no pudiese ser interceptada durante el proceso de transmisión de un terminal a otro. A partir de este avance tecnológico, se dio nacimiento a la banca electrónica, a las compras por Internet con tarjetas de crédito, el mercado de compra y venta de títulos valores y monedas OTC (over the counter), el MEC de la BVC, el SEN del Banco de la Republica y Forex (foreing exchange) y a sistemas de información en tiempo real como Bloomberg. Los cuales además se reforzaron por la reciente tecnología VoIP que permite la transmisión de voz vía Internet y que actualmente en Colombia ha venido reemplazando el servicio de larga distancia que prestan los operadores telefónicos.

El Internet ha permitido que la empresa y el cliente se conecten de una manera más cercana y constante. Por eso es que es posible observar que el cliente puede acceder en cualquier momento a la pagina Web de su empresa proveedora y ver el producto, consultar precios, realizar comparaciones, entre otras opciones, en cualquier momento del día, no limitándose a el horario de atención, lo que permite que no solo el cliente este mas informado, sino que constituye un reto para la empresa al tener que satisfacer las necesidades de un cliente cada vez mas exigente en cuanto al producto o servicio que adquiere.

Muchas empresas utilizan de distinta manera la Internet. Sus usos van desde brindar información de la empresa hasta la personalización de producto y su posterior compra en línea, tal como es el caso de Dell o Chevrolet con su modelo "Corsa Active". Esto, algunos años atrás no lo veíamos posible debido al estado de la tecnología y al imaginario de las personas, quienes ven como complicado y poco seguro un proceso de compra en línea, donde el comprador no tiene certeza

sobre la transacción y el compromiso del vendedor. Sin embargo, los avances en la tecnología relacionada con estas transacciones ha venido mejorando, brindando a las partes una mayor disposición a realizar estas operaciones.

El internet no se ha limitado solo al campo de los negocios, sino que se ha extendido a los mercados financieros y de valores, donde las transacciones se realizan de manera instantánea por medio de computadores conectados entre si y que solo requieren de un clic para transferir sumas millonarias a través de continentes. Lo cual ha permitido que las economías se interrelacionen de una manera mas cercana, contribuyendo y retroalimentado un cada vez mas profundo proceso de globalización.

Consecuentemente a esta evolución, muchos países han experimentado cambios en sus actividades económicas. Para evidenciar como esto, veamos el caso de la economía Irlandesa<sup>2</sup>. Hace veinte años su tasa de desempleo era cercana al 18%, situación que ha cambiado radicalmente, ya que hoy se encuentra en pleno empleo (4,6%) y ha experimentado un incremento promedio en el PIB del 8% anual durante la década de los noventa, teniendo así el segundo PIB per cápita de la Unión Europea. La razón de su éxito radica en la atracción de empresas relacionadas en tecnologías de la información y del conocimiento, altos niveles de formación universitaria y profesional en carreras relacionadas con tecnología y en una apuesta clara y explícita del gobierno a favor de la sociedad de la información y del conocimiento. Y todo esto lo ha logrado alcanzar teniendo deficientes carreteras, sistemas de transporte público, alto costo de la vivienda y sistemas de pensiones y sanidad deficientes. Entonces, vemos como la tecnología ha cambiado la forma en que los países y economías logran ser exitosos.

Por consiguiente, ya no es necesario tener una importante dotación de recursos naturales, ya que la tecnología permite suplir esta deficiencia. Japón, es otro ejemplo de esto. Los pocos recursos naturales, especialmente tierra, con los que cuenta este país, por ser una isla, han puesto a sus

---

<sup>2</sup> Gestipolis. [www.gestipolis.com](http://www.gestipolis.com)

habitantes a idear la manera una manera de cultivar plantas que sea consecuente con su condición. Por esto desarrollaron los cultivos hidropónicos, los cuales permiten a las plantas crecer en agua sin necesidad de utilizar tierra donde alojarlas. De nuevo, el ingenio humano permite romper las barreras que la naturaleza impone.

Sin embargo, las tecnologías de la información, han sufrido de un importante ataque. Este tiene que ver con los delitos informáticos, los virus, la piratería (violación de derechos de autor) y los Hackers. Estas amenazas para el nuevo orden económico mundial, han sido contraproducentes para la expansión y liberalización del comercio electrónico. Muchos bancos internacionales han sufrido de ataques informáticos que han puesto en evidencia la vulnerabilidad que poseen sus sistemas. Por citar un ejemplo, el Y2K, el cual si bien no fue un acto de una persona o grupo, fue un descuido de los programadores de sistemas informáticos, los cuales al escribir los códigos de sus programas, en los relojes y calendarios internos dejaron fijos los dos primeros dígitos del año, lo cual implicaría que al pasar al nuevo milenio los computadores reconocerían el año 2000 como el año 1900, lo cual tendría efectos nefastos en los sistemas bancarios mundiales, y esto solo por citar un ejemplo.

Por esto, no podemos dejar de lado, lo preocupante que es ver como los sistemas operativos informáticos están monopolizados por un solo fabricante y producto. El Windows, de Microsoft, si bien ha establecido una plataforma estándar para el desarrollo de los computadores, que ha permitido un gran avance en estos, supone una gran vulnerabilidad para el mundo, ya que cerca del 80%<sup>3</sup> de los equipos de cómputo mundiales operan bajo este sistema. Se supone entonces una gran responsabilidad para Microsoft en proveer medios para evitar que ataques importantes se presenten a su “monopolizador sistema operativo”.

En consecuencia, la tecnología también impone nuevas amenazas para las empresas. Un mundo más interconectado significa más vulnerabilidad en el sentido de que la información confidencial

---

<sup>3</sup> Fuente: Cnet. [www.cnet.com](http://www.cnet.com)

de las organizaciones se encuentra expuesta al mundo. Es un hecho el que los sistemas informáticos y computadores en las organizaciones estén conectados permanentemente a Internet, lo cual requiere implementar medidas de seguridad informática. Por esto términos como AntiSpam, Firewall, Anti-virus, Anti-Phishing, entre otros, hacen parte del argot de los administradores de sistemas de las organizaciones de cualquier nivel y tamaño. Las empresas Colombianas han sido víctimas de esto. La organización Bancolombia, sufrió hace poco un ataque de Phishing<sup>4</sup> a sus usuarios. Situación que ha sido puesta bajo control sin mayores consecuencias.

Por otro lado, a propósito de estos cambios, el marketing mix ha evolucionado conjuntamente con los nuevos desarrollos tecnológicos. La plaza, el precio, la publicidad y el producto han progresado. Ahora, es posible comprar por Internet, usando una tarjeta de crédito, el nuevo álbum de un artista, mientras se observa la publicidad de su gira de conciertos en un banner en el borde superior de una página web. Actualmente, se ha creado una nueva categoría de productos, los digitales (como ocurrió en la industria musical). Los cuales también han creado nuevos canales de publicidad y plaza donde son vendidos. Ejemplo de esto es el software del reproductor de musical digital Ipod. El cual en su tienda virtual Itunes permite acceder a una base de datos descomunal donde se pueden comprar canciones y videos de artistas a precios atractivos, los cuales además pautan en este medio. Sin embargo, estos adelantos imponen nuevos retos en cuanto a derechos de autor y propiedad intelectual, es aquí donde se hace necesario avanzar en el tema de nuevas tecnologías. Desarrollar un estándar mundial que permita garantizar que los intereses de los agentes económicos no sean ignorados es lo que muchos anhelan.

Los adelantos tecnológicos han permitido que la economía evolucione hacia nuevas esferas. Lo que antes conocíamos como realidad económica ha cambiado. Los agentes económicos han creado nuevas herramientas para llevar a cabo sus actividades productivas. El outsourcing de call centers, las videoconferencias, la nanotecnología y personas que trabajan en distintos países en el

---

<sup>4</sup> Modalidad de ataque informático en el cual los pertenecientes a una base de datos bancaria son engañados vía e-mail para que suministren información confidencial de sus cuentas.

que viven son la realidad actual del mundo. El futuro solo esta limitado por la imaginación e ingenio del hombre, lo cual le da un alto grado de incertidumbre pero a la vez genera gran expectativa por lo que nos depara.

Por esto, se requiere un alto grado de adaptabilidad y aceptación hacia estos cambios, ya que si no evolucionamos con estos, quedaremos rezagados y excluidos del nuevo ambiente de la economía, el cual es dinámico, crea, destruye y muta a nuevas realidades, que por muy confusas que parezcan son las que guiaran nuestro proceder.

## **1.2 Marco Legal en Colombia**

En Colombia, se expidió la ley número 527 de 1999 de comercio electrónico, la cual reglamenta:

- Aplicación de los requisitos jurídicos de los mensajes de datos;
- Comunicación de los mensajes de datos
- Comercio electrónico en materia de transporte de mercancías
- Firmas digitales
- Certificados Digitales
- Entidades de certificación
- Suscriptores de firmas digitales
- Funciones de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Esta ley ha generado controversia desde su expedición debido a que requiere que se enmarque más al contexto colombiano con el fin de lograr una adecuada asimilación por el sector. Es por esto que no ha logrado generar el impacto que se esperaba a pesar de que el avance de la tecnología requería este tipo de normatividad.

Las transacciones en la actualidad no se encuentran reguladas, por lo que la actividad se encuentra en cierto grado de incertidumbre frente a la contraparte, la cual es desconocida para cada quien. La ley actual hace énfasis en la firma digital, en sus características, aplicaciones y demás temas relacionados con ella, lo cual es de relativa poca utilidad para el contexto de las compras y ventas en línea, ya que factores como la poca facilidad para adquirir firmas digitales para las partes o para el usuario promedio resulta ser un proceso desconocido y a la vez poco práctico.

La masificación de la firma digital, acompañada de un conjunto de disposiciones sobre los derechos y obligaciones de los participantes en las transacciones en este medio, permitirían la existencia de contratos digitales, los cuales podrían facilitar la implementación de una legislación entre las partes que sea de mayor utilidad para la actividad, ya que es algo de lo cual adolece, limitándose esta a la “confianza” que se tenga en que la contraparte cumplirá con lo acordado. Por esto el comercio electrónico en Colombia requiere de un replanteamiento jurídico para impulsarlo de manera adecuada.

### **1.3 TIC en Colombia**

El comercio electrónico, al igual que los negocios realizados por este medio en Colombia, han venido aumentando su volumen de manera importante. Los beneficios, como reducción de costos, posibilidad de obtener respuestas oportunas y utilizar más eficientemente los recursos, son las principales razones por las cuales se ha generado toda la **dinámica observada alrededor de estas actividades**. Sin embargo, no podemos dejar de lado que es cada vez mayor la penetración del Internet en Colombia, ha permitido que la base de potenciales clientes o consumidores de servicios o productos en línea se expanda y se cree un nuevo afluente a las fuentes de ingresos de estas compañías. Como se observa en la tabla 1 Colombia a tenido un aumento bastante agresivo en el consumo del mercado electrónico, antes del año 2000 Colombia tuvo un aumento del 873.91% y después entre el periodo del año 2000 hasta el año 2003 Colombia tuvo un incremento del 745.72% la cual no es la misma proporción del aumento del periodo anteriormente señalado

pero aún así no deja de ser un aumento bastante significativo. Lo cual nos muestra el potencial que Colombia tiene con respecto al consumo de aparatos electrónicos en el futuro. Por otro parte observamos en la tabla 2 el nivel de compradores por Internet en América Latina en el cual Colombia ocupa el tercer puesto, arriba de países fuertes como lo es Argentina, Chile y Venezuela. Tan solo superado en este ítem por Brasil y México los cuales son países mucho mas grandes geográficamente hablando.

#### **1.4 Tipos de Negocios electrónicos y experiencias exitosas**

En la actualidad existen una amplia variedad de negocios virtuales, los cuales utilizan el Internet como base para su funcionamiento. Así, encontramos, buscadores (google, yahoo), sitios de redes sociales (Facebook, Myspace, Hi5, Second Life), de entretenimiento (2nigth.com, msn.com) tiendas de música (Itunes, Rhapsody), correo electrónico (Gmail, Hotmail, Yahoo), venta de artículos electrónicos (Radioshack, Newegg, Alienware, Dell), víveres (virtualexito, carulla.com.co), librerías (amazon), software (Mcafee, Adobe, Apple, Microsoft), servicios de

información y bases de datos (Bloomberg, internacional Financial Statistics, EBSCO), entre otras muchas variedades de negocios.

Algunos a simple vista resultan no ser considerados negocios por no cobrar algún cargo a sus visitantes o porque no ocurre una transacción entre este y la compañía o sitio web. Sin embargo, no es el visitante el que paga por acceder a los servicios prestados, ya que se ha diseñado una manera de obtener ingresos a partir de publicidad, lo que permite a muchos de estos sitios ofrecer sus bienes y/o servicios de manera gratuita al usuario colocando avisos publicitarios al interior de sus paginas. Asegurando no solo la sostenibilidad del sitio web, sino la generación de ingresos importantes que permiten la expansión de la empresa.

Una experiencia muy exitosa de venta de artículos por Internet es la de Amazon.com, la cual empezó siendo un sitio en Internet en el cual se compraban libros que eran ofrecidos para el mercado de Estados Unidos y en la actualidad se ha expandido a otros mercados mundiales a la vez que ha diversificado su oferta a ropa y accesorios, computadores, artículos de oficina, alimentos, cuidado personal, jardinería, juguetes, herramientas, accesorios para automóviles y artículos deportivos entre otros.

### Historia Amazon.com

Fundada como Cadabra.com por Jeff Bezos en 1994 y lanzada en 1995, cadabra.com comenzó como una librería online. Tenía más de 200.000 títulos y estos se podían pedir también por e-mail. Tiempo después la bautizó amazon, por el río sudamericano del mismo nombre, y ya que en ese momento circulaban listados ordenados alfabéticamente, Amazon aparecería en los primeros lugares.

El 15 de mayo de 1997 amazon.com salió a la bolsa, específicamente a la NASDAQ con el símbolo AMZN y a un precio de 18 dólares la acción. El primer plan económico de amazon era inusual: La compañía no cambió nada en 4 o 5 años; tiempo después, pensando en retrospectiva,

la estrategia funcionó bien. Tiempo después, la compañía se decidió a crecer, y lo hizo bien: En 2002 logró un beneficio de 3.900 millones de dólares, 5.300 millones en 2003, 6900 millones en 2004, 8500 millones en 2005 y 10.700 millones en 2006. Además, la prestigiosa revista Time Magazine calificó a Bezos como la persona del año en 1999, por ser dueño de Amazon, que se había vuelto muy popular.

En la actualidad está totalmente diversificada en diferentes líneas de productos, ofreciendo DVDs, CDs de música, software, videojuegos, electrónica, ropa, muebles, comida, libros, etc.<sup>5</sup>

Los tentáculos de Amazon no han dejado de crecer después de la 'burbuja.com'. Sucursales 'web' en EEUU, Canadá, Reino Unido, Alemania, Austria, Francia, China —gracias a la compra de 'Joyo.com'— y Japón.

En 1999, su fundador, Jeff Bezos, fue escogido por la revista 'Time Magazine' como el hombre del año. Desde entonces, su compañía sigue con paso firme: competir con las grandes —Google, Yahoo! o Microsoft— siempre ha sido uno de sus objetivos, para ello en septiembre de 2004 lanzó la versión definitiva de su buscador A9.

La compañía tampoco deja de lado su aspecto social y solidario. Como otras grandes compañías colaboraron para recaudar dinero para aliviar las consecuencias del 'tsunami' en el sudeste asiático. Amazon y Cruz Roja de Estados Unidos acordaron una alianza para la ayuda a las familias afectadas y la reconstrucción de las zonas destruidas por el maremoto, con la que recaudaron más de 14 millones de dólares.<sup>6</sup>

### **1.5 Concepción de negocio de la Tienda Virtual “Mitienda24x7.com”**

Mitienda24x7.com nace como una nueva propuesta de negocio, la cual es resultado de observar el fenómeno de la masificación de la compra y venta de distintos tipos de mercancías (en su gran mayoría artículos electrónicos) vía Internet, el cual es un medio que permite acceder a una gran y

---

<sup>5</sup> Consultado de Wikipedia

<sup>6</sup> Tomado de [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es) “Una década en la red, 10 años de Amazon” Julio 16 de 2005.

creciente cantidad de personas, que no requiere de inversiones muy cuantiosas, resulta tener costos operativos muy bajos y por lo tanto es rentable a groso modo.

La idea de negocio de [mitienda24x7.com](http://mitienda24x7.com), consiste en tener un sitio web ([www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) o las correspondientes [www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com) o [www.deremate.com](http://www.deremate.com)), en el cual se muestran relojes, ropa, accesorios y artículos electrónicos, que se encuentran disponibles para la venta vía Internet. Luego que se decide el cliente por el artículo deseado, el cliente oferta por el artículo, quien recibe en su correo inmediatamente los siguientes datos de [mitienda24x7.com](http://mitienda24x7.com) en su correo electrónico:

- Información general de la empresa
- Pasos para culminar la transacción
- Persona a Contactar
- Teléfono fijo y celular
- Domicilio de la empresa
- Información bancaria (entidades, numero de cuenta, tipo de cuanta, valores adicionales, entre otros)
- Información sobre el envío (empresa de mensajería, precios, seguros, fletes, tiempo estimado, entre otros)
- Valor de la compra

Seguido a esto, el comprador debe realizar el pago por el medio pactado entre las partes por el valor que se encuentra publicado en la página web, al cual se establecerá o no un aumento de acuerdo a otros cargos (fletes, seguros, comisiones bancarias, entre otros) que se incluyan dentro de este. Posteriormente, este debe suministrar al vendedor los datos sobre la realización del pago.

Concluida esta obligación del comprador, el vendedor luego de confirmar el pago procede a despachar la mercancía, suministrar la información de la guía a la contraparte y a calificar al

comprador mediante un sistema de control que existe en las páginas web [www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com) y [www.deremate.com](http://www.deremate.com). Por su parte el comprador al recibir su artículo debe realizar la misma operación de calificación. Así, de esta manera termina una operación de compra-venta en la tienda virtual [mitienda24x7.com](http://mitienda24x7.com).

Este es un buen negocio porque ofrece muchas características diferentes e innovaciones con respecto a lo que se considera el proceso de compra y venta de bienes. Como valor agregado para las partes, el Internet ofrece muchas más opciones informativas sobre el producto que se pueden acceder a cualquier hora y en cualquier momento desde un dispositivo con acceso a Internet. El vendedor puede de esta manera, entonces tener una presencia constante con su tienda para el público y asegurar un mayor número de visitas; y el comprador puede encontrar mayor información y realizar sus compras de una manera más rápida, fácil, segura y cómoda, ya que en muchas ocasiones no tendrá que salir de casa para realizar una compra en el sitio.

Estas características se traducen en unos menores costos y un mayor grado de efectividad en los gastos requeridos para el funcionamiento, ya que la relación costo/beneficio, logra ser menor. Así, costos como el de tener un local comercial en una zona de alto tráfico y que asegure un volumen de ventas suficiente para sostener el negocio no es un factor importante, ya que la presencia física pierde importancia para dar paso a la presencia virtual. La cual no requiere de grandes inversiones, ya que su costo es relativamente bajo. Adicionalmente, este tipo de negocios pueden ser realizados desde el hogar, permitiendo a su propietario además de tener los beneficios monetarios anteriormente mencionados, una tranquilidad y calidad de vida superior, al no tener que desplazarse de su vivienda para ir a su lugar de trabajo, situación que puede cambiar en la medida en que el negocio crezca y requiera un espacio físico más amplio para el almacenamiento de mercancía.

Su relación con otros negocios está dada por la utilización de los sitios [www.mercadolibre.com.co](http://www.mercadolibre.com.co) y [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) como medios para acceder a un mayor mercado de manera organizada y con ciertos mecanismos que permiten que el negocio tenga

credibilidad tanto para el comprador como para el vendedor. La relación de estos sitios con [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) se explico anteriormente, sin embargo, la diferencia entre estos sitios no se ha mencionado. Esta consiste en que mercadolibre.com y deremate.com son sitios que no ofrecen directamente venta o compra de artículos. Son simplemente espacios virtuales en los cuales confluyen tanto vendedores como compradores para realizar transacciones de mercancías. Al interior de estos, podemos encontrar competidores que ofrezcan los mismos servicios que mitienda24x7.com, por lo que constituyen elementos a tener en cuenta dentro de las amenazas del negocio.

## **2. Análisis de las condiciones de Mercado**

### **2.1 Situación de la oferta de artículos electrónicos y prendas de vestir por e-commerce**

En la actualidad, el e-commerce, se ha expandido hacia campos en los que antes no existían las condiciones para que esta nueva alternativa de realizar negocios tuviese una oportunidad. Es así, como este nuevo canal de distribución permite la venta de prendas de vestir. Un tipo de artículo que por sus características resultaba tener ciertas restricciones al momento de entrar a ser transado por esta vía. Situación que no fue así para los artículos electrónicos, los cuales empezaron a ser transados vía Internet mucho antes que las prendas de vestir.

La razón por la cual ocurre esto es, como se mencionó antes, las características de cada tipo de bien. Los artículos electrónicos requieren en menor medida la presencia física para tomar la decisión de compra, ya que con conocer las especificaciones técnicas o con una imagen, podemos saber si es lo que satisface nuestras necesidades. En el caso de las prendas de vestir, no resulta ser así, ya que no es algo “genérico” que sea igual para todos. Esto significa que una camisa, por

ejemplo, se tiene que ser probada por la persona que desea comprarla, ya que así sabrá si le gusta o no. Requiriéndose la presencia física del artículo.

Esto resulta ser mucho más acentuado en el caso de las mujeres, las cuales al momento de comprar ropa, prefieren siempre probarla. Para los hombres es un poco más fácil la decisión de compra de este tipo de artículos porque para ellos, estos bienes están más estandarizados.

En la actualidad, los artículos electrónicos resultan ser los bienes mayormente transados vía e-commerce. Estos están siendo ofrecidos como por los mismo fabricantes en sus paginas Web, como por distribuidores, mayoristas y vendedores minoristas en paginas Web propias o en portales especializados en la compra y venta de artículos vía internet. Tal como [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) o [www.mercadolibre.com.co](http://www.mercadolibre.com.co) . Este nuevo canal de distribución, permite en el caso de los fabricantes, dar una información mas detallada sobre su producto al posible comprador. A la vez que le permite personalizar el mismo articulo con el fin de adaptarlo a sus necesidades específicas y lograr una mayor satisfacción de las mismas. Lo que muchas veces se traduce en un consumidor mas leal a la marca.

Las prendas de vestir han venido ganando poco a poco popularidad dentro de los sitios Web dedicados a su venta. El tipo de prenda de vestir que mayormente se esta transando de acuerdo a datos de [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) son zapatos y camisas tipo polo. Estos bienes han logrado llegar a cierto grado de estandarización que permite que los consumidores sepan de antemano, y antes de realizar la compra como son, lo que se traduce en una mayor disposición a acercarse a este innovador medio de compra aplicado a las prendas de vestir.

### **2.1.1 Sitio Web más representativo**

El sitio Web más representativo dentro de la compra y venta de artículos por internet es [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) . El cual adquirió el sitio [www.mercadolibre.com.co](http://www.mercadolibre.com.co) , sitios Web que poseen la misma base de datos de usuarios y artículos pero que funcionan con distinto nombre.

En cuanto a venta de artículos individuales o de una marca específica, Dell computers es el que posee una mayor participación y reconocimiento del mercado como sitio de compra de computadores. Esto lo ha logrado por su decisión de eliminar intermediarios y la presencia física de tiendas de venta de sus computadores y accesorios, y basarse en un sistema de negocio que utiliza exclusivamente un canal electrónico para sus ventas. Este modelo le ha permitido reducir costos de manera importante y poder satisfacer las necesidades del cliente de una manera que pocos fabricantes de artículos electrónicos han podido lograr. Es así, el cliente puede de manera intuitiva y con cierto grado de conocimiento de computación armar su computador a la medida de sus necesidades. Lo que convierte a Dell en una empresa innovadora en su proceso de fabricación y venta de computadores y accesorios.

En cuanto a la venta de prendas de vestir, [www.mercadolibre.com.co](http://www.mercadolibre.com.co) y sus usuarios inscritos como vendedores, son los más representativos como sitio Web dedicado a esta actividad, ya que como se mencionó en el punto anterior, las características de estos bienes y de su proceso de compra, no ha permitido hasta el momento se masifique la utilización del internet como canal de distribución de estos.

### **2.1.2. Sistemas e-commerce más utilizado (ventajas y desventajas)**

El sistema de e-commerce más utilizado es el de la utilización de sitios o portales en los cuales confluyen compradores y vendedores todo tipo de artículos (dentro de la legalidad). En estos, una persona se puede registrar y mirar dentro de una base de datos los artículos que otros usuarios están vendiendo, a la vez que puede ofrecer algún artículo que tenga para la venta. Es así, el usuario puede ser tanto comprador como vendedor. Estos sitios utilizan diversos medios de pago. Entre los cuales se encuentra pago contra entrega, consignación en cuenta bancaria, giro, tarjeta de crédito y paypal (sistema internacional de pagos online). Siendo la más utilizada la consignación en cuenta bancaria para el caso nacional, y para el internacional el giro.

La consignación en cuenta bancaria posee varias ventajas:

- Certidumbre de la realización del pago
- Existe un documento soporte y registro donde se establece detalladamente la realización del pago
- No requiere del encuentro con la contraparte
- Se verifica la existencia del vendedor por medio de la información de su cuenta
- Se puede realizar por medio de transferencias electrónicas vía Internet (banca virtual)

Sus principales desventajas son:

- Requiere en muchos casos el traslado a una oficina bancaria para realizar el pago
- Se paga el artículo antes de recibirlo
- No se tiene certeza de que el vendedor va a enviar el artículo en los términos acordados
- Se desconoce el grado de compromiso del vendedor
- Si es una suma de dinero muy alta, puede ser inseguro el proceso de traslado a la oficina bancaria y su posterior consignación
- Esta sujeto a los horarios de atención de las oficinas bancarias

Para el caso de los fabricantes y distribuidores especializados con un sitio Web propio, el medio de pago predominante es la tarjeta de crédito. Esto es porque estos sitios y los fabricantes tienen una reputación e imagen ante los compradores, lo que les permite tener un grado mayor de confianza al realizar compras por tarjetas de crédito, las cuales en cierta medida son menos seguras que otras opciones de pago.

## **2.2 Nivel de competencia y nuevas oportunidades**

La principal competencia que tiene mitienda24x7, se describe a continuación:

- Otras tiendas virtuales: Otras tiendas virtuales que venden a través de mercadolibre.com, deremate.com y ebay.com constituyen una competencia directa, ya que poseen el mismo canal y medios de llegar al cliente que posee mitienda24x7.com.
- Tiendas virtuales de proveedores: Las tiendas virtuales de los proveedores de artículos que se venden en [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) entran a competir debido a que pueden lograr establecer precios menores, sin embargo, [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) puede llegar a tener un conocimiento de su cliente mayor debido a que se tiene un mayor contacto con este, lo cual se puede utilizar para satisfacer de una manera mas adecuada las necesidades que tengan. El saber los gustos locales es lo que diferencia [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) de las ventas directas de los proveedores.
- Tiendas y almacenes no virtuales: Los establecimientos ubicados en las ciudades donde se encuentren los compradores son competencia directa de la tienda virtual debido a que los compradores pueden encontrar en estas los mismos artículos que compran en [mitienda24x7.com](http://mitienda24x7.com). Sin embargo, el comprador se tiene que desplazar hasta este para realizar la compra, mientras que si lo hace por medio de internet, recibe su compra a domicilio de a manera mas cómoda y segura. Siendo esta la principal característica diferenciadora.

### **2.3 Condiciones de demanda**

Los potenciales consumidores de la tienda virtual “[www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com)”, en primera instancia, son los navegantes de Internet, quienes ya tienen cierto grado de familiaridad con el funcionamiento de esta herramienta.

Por segmentación de edades, serían hombres y mujeres entre 18 y 50 años, estando concentrado el grueso de compradores en las edades más jóvenes del rango (18 a 35 años) debido a su mayor exposición y uso del Internet a la vez que son más abiertos al uso de nuevos métodos que el segmento superior del rango.

Por nacionalidad, serían todas las personas ubicadas en territorio Colombiano, comprendiendo sus 32 departamentos con sus ciudades y principales municipios.

Por nivel económico, sería la población que se encuentre en los estratos 3 al 6, quienes son los que pueden tener acceso a internet de manera periódica desde sus hogares, cafés internet o desde su lugar de trabajo.

### **2.3.1 Evolución de volúmenes de clientes y composición**

Los principales clientes de estos sitios ([mercadolibre.com.co](http://mercadolibre.com.co) y [deremate.com.co](http://deremate.com.co)) son latinoamericanos. Desde sus inicios en 1999, en Argentina, se expandió hacia México, Colombia y Venezuela. En la actualidad ha logrado tener presencia en la mayoría de los países latinoamericanos hispanohablantes y Brasil y más recientemente la alianza con el líder de compra y venta de artículos por internet Ebay, ha permitido alcanzar un mercado importantísimo, que es Estados Unidos y Puerto Rico. Vale la pena hacer la aclaración que en Ebay no solo confluyen agentes económicos de Estados Unidos. En este portal, existen personas registradas de muchos lugares del mundo, incluso de Latinoamérica.

MercadoLibre.com tiene operaciones en 12 países de América latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Al 30 de junio de 2007, MercadoLibre contaba con un total de 21,55 millones de usuarios registrados confirmados. En el segundo trimestre de 2007, se registraron más de 1,57 millones de usuarios.

### 2.3.2 Preferencias principales de los clientes

En 2006, la cantidad de ítems vendidos a través de MercadoLibre.com superó los 13,8 millones. En el segundo trimestre de 2007, se superaron los 4,2 millones de ítems vendidos a través del sitio. Para ese mismo año, el volumen de transacciones alcanzado GMV (es una medida del valor total de productos comprados y vendidos a través de la plataforma de MercadoLibre exceptuando las categorías servicios, vehículos, embarcaciones, aeronaves y propiedades inmuebles) fue de U\$S 1,075.1 millones. En el segundo trimestre de 2007, el GMV fue superior a los U\$S 343 millones.

Los artículos más populares publicados en los diferentes países en donde MercadoLibre opera son computación y electrónica. Exceptuando las transacciones relacionadas con autos, náutica, aviación, inmuebles y servicios, aproximadamente el 79.1% de las transacciones realizadas a través de MercadoLibre fue de productos nuevos y aproximadamente el 88.8% se realizó a precio fijo.<sup>7</sup>

De acuerdo a una encuesta realizada en la ciudad de Cartagena, dirigida en su mayoría a persona entre los 19 y 30 años de edad y para personas ubicadas entre los estratos 3 y 6 ya que estas son las que poseen mas poder adquisitivo y además tienen mas la posibilidad de tener acceso a Internet, la encuesta es sobre las preferencias de compradores por Internet, en base a esta encuesta se obtuvieron los siguientes datos:

- Las mujeres poseen una menor exposición o disponibilidad de acceso a Internet, ya que el 63.63% de las encuestadas no posee acceso a Internet en su hogar o lugar de trabajo.

---

<sup>7</sup> Tomado de [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) “Sobre deremate”

- Los hombres poseen una mayor predisposición a comprar ropa por Internet que las mujeres. En el caso de los hombres el 75% de estos le gustaría comprar ropa por este medio, y de las mujeres el 64,7%.
- Existe una preferencia mayor por el pago contra entrega como medio de pago (33,3%), seguido por la consignación bancaria con 26,67% y por el pago con tarjeta de crédito (33,3%).
- Para las personas encuestadas, el desconocimiento de la contraparte es la respuesta mas popular al explicar porque consideran inseguras las compras por Internet, seguida por la entrega del producto en mal estado y porque el producto comprado no es igual a exhibido.
- La mayoría de los encuestados no ha realizado compras por Internet (57.57%), pero solo el 90.9% del total le gustaría hacer compras por Internet en algún momento.
- Los jóvenes en su totalidad les gustaría compra en Internet en algún momento, mientras que el 37,5% de los mayores de 40 años, no esta interesado en este canal de compra.
- Mas de la mitad de los encuestados les gustaría comprar ropa y aparatos electrónicos por Internet con unos valores de 69.70% contra un apenas 30.30% de encuestados que dijeron que no les interesa adquirir estos elementos vía Internet o a través del comercio electrónico. Al ver estas cifras se puede observar lo significativo que son las preferencias de los consumidores mediante esta vía de compra.
- Enfocados mas al negocio también se observan resultados en la encuesta bastante alentadores en pro de obtener buenos resultados en las ventas de estos artículos mediante esta vía, este tipo de ropa tiene mucha aceptación a nivel de Colombia ya que si nos fijamos bien, esta es la forma de vestir mas frecuente de los Colombianos, es decir con este estilo de camisas, específicamente estilo POLO y también el incremento en las ventas en artículos electrónicos es inminente. Los colombianos estamos cada vez mas comprometidos a estar a la vanguardia con los equipos electrónicos disponibles en el mercado. Como lo muestran las cifras en la encuesta que se muestra a continuación tenemos que la gente en 66.67% esta dispuesta a comprar estos artículos específicos mediante esta vía, y tan solo un 33.33% se abstuvo de confiar en este método para adquirir ciertos artículos ofrecidos en la red.

A partir de estos, vemos como existe una marcada disposición por los jóvenes para la realización de compras vía Internet que en comparación con los adultos, los cuales si bien no son totalmente reacios a este medio de compra, si son mas reservados en cuanto a este asunto. Igualmente, vemos como el pago contra entrega es el medio de pago mayormente aceptado seguido por la consignación bancaria. Sin embargo, el pago contra entrega en una opción de pago que no es ampliamente utilizada por los vendedores, lo que la hace poco accesible a los compradores.

**TABLA 1****Comercio Electrónico** Negocio a Consumidor en millones de dólares americanos.

Año	América Latina	Colombia
1997	36	2.3
1998	167	7.7
1999	459	22.4
2000	1,059	56.2
2001	2,390	134.2
2002	4,649	269.8
2003	8,021	

Fuente: IDC

**TABLA 2**

Navegantes compradores en América Latina 1999

País	Navegantes Compradores
Argentina	9%
Brasil	17%
Chile	12%
Colombia	14%
México	15%
Venezuela	13%
Otros Países	13%
Total Región	16%

Fuente IDC Latin America 1999 Internet and e-commerce Strategies

**TABLA 3**

Acceso a Internet y compras por Internet							
1. acceso a Internet		2. ha hecho copras por Internet		3. le gustaría comprar por Internet		4. le gustaría comprar su ropa favorita por Internet	
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
96.96%	3.03%	42.42%	57.57%	90.90%	9.09%	69.69%	24.24%

Fuente: Encuesta realizada electrónicamente

Ver formato encuesta: Anexo A

**TABLA 4**

Confiabilidad y seguridad al comprar por Internet										
5. le es confiable comprar por Internet		6. porque cree ud. que es confiable comprar por Internet								
SI	NO	a	bdc	be	c	d	e	f	fe	x
36.36%	57.58%	3.03%	3.03%	3.03%	3.03%	3.03%	6.06%	9.09%	3.03%	63.64%

7. porque cree ud. que no es seguro comprar por Internet								
ac	ad	b	bcd	c	d	db	e	x
3.03%	6.06%	3.03%	3.03%	3.03%	18.18%	3.03%	21.21%	39.39%

Fuente: Encuesta realizada electrónicamente

Ver formato encuesta: Anexo A

**TABLA 5**

Forma de pago									
8. cual es la forma de pago que mas le gustatia utilizar al comprar por internet									
a	ac	ace	ae	b	be	c	d	e	x
12.12%	3.03%	6.06%	3.03%	3.03%	3.03%	21.21%	9.09%	21.21%	18.18%

Fuente: Encuesta realizada electrónicamente

Ver formato encuesta: Anexo A

**TABLA 6**

Preferencias concretas sobre gusto de compra			
9. le gustaria a ud. comprar ropa y aparatos electronicos por internet		10. ud. compraria por internet ropa marca polo ralph lauren, tommy hilfiguer y aparatos electronicos como Mp4 y Mp3	
SI	NO	SI	NO
69.70%	30.30%	66.67%	33.33%

Fuente: Encuesta realizada electrónicamente

Ver formato encuesta: Anexo A

**TABLA 7**

Hombre y mujeres encuestados	
H	M
36.36%	63.63%

Fuente: Encuesta realizada electrónicamente

Ver formato encuesta: Anexo A

### **3. Esquema operativo del negocio**

#### **3.1 Estado de desarrollo**

La página WEB se encuentra actualmente en funcionamiento. Esta diagramada y esta disponible para todos los navegantes de Internet, los cuales pueden acceder desde cualquier parte del mundo a [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) completándose la transacción por medio de las páginas [www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com) o [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co). Estas últimas páginas igualmente permiten conocer los artículos que están a la venta.

#### **3.2 Proceso de implementación del negocio:**

El proceso comienza en el momento en que se compra la mercancía en el exterior, toda la mercancía que se le compra a un distribuidor autorizado en Estados Unidos es enviada a una oficina en Miami que es la encargada de realizar los envíos y de nacionalizar la mercancía. Una vez la mercancía llega a Colombia se comienza con el proceso de nacionalización, al mismo tiempo nos hacen entrega de la mercancía acá en Cartagena. Este proceso puede durar máximo 10 días. La cantidad de mercancía que se compre depende de la demanda que se tenga en el momento de la compra.

Teniendo en cuenta lo anterior vale aclarar que la mercancía o artículos que se importan hacia Colombia para después ser distribuidos están totalmente legalizados, y por la parte legal con respecto a los derechos de las marcas para ser vendidos en el territorio nacional se tiene el aval del distribuidor en los Estados Unidos para ser traídos y ser vendidos en Colombia.

#### **3.3 Proceso de producción del bien o servicio:**

Se cancela el valor de la mercancía y el respectivo envío al domicilio de la empresa en Cartagena.

En caso de que la mercancía provenga de otro país, es necesario realizar los trámites de importación respectivos de la mercancía y pagar los derechos de entrada al país.

### **3.4 Montaje en página web y publicación en medios de venta (deremate y mercadolibre):**

Con la mercancía disponible se realiza en montaje en la página Web. Este consiste en mostrar fotografías del artículo, establecer el precio, cuantas cantidades están disponibles y realizar una descripción de las características de este donde se informe al potencial comprador sobre especificaciones técnicas, color, tamaño, talla, garantía, medio de pago, empresa de mensajería, entre otra información relevante para el proceso de compra.

### **3.5 Proceso compra, pago y envío**

El comprador cuando se decide por realizar la compra, recibe información sobre el vendedor ([www.mitienda24x7](http://www.mitienda24x7)) para comunicarse con la empresa y así completar el proceso de compra. La transacción se realiza por medios electrónicos (transacción bancaria).

Cuando el comprador realiza el pago, este debe contactar a la empresa para brindar información acerca de la consignación o transferencia bancaria y se procede a su verificación. El pago debe incluir el valor de la mercancía y el envío a la ciudad de destino.

El comprador debe suministrar información acerca de la dirección de entrega de la mercancía. Esta debe contener ciudad, barrio, dirección completa, teléfono y a nombre de quien se despachara la mercancía.

Para efectos de control en las transacciones en las páginas [www.mercadolibre.com](http://www.mercadolibre.com) y [www.deremate.com](http://www.deremate.com) poseen un sistema de control de las operaciones realizadas, en el cual, compradores y vendedores califican a su contraparte con el fin de crear una reputación que sirva de referencia para futuras compras y/o ventas. Este procedimiento se realiza por medio de las páginas anteriormente mencionadas.

### **3.6 Necesidades y requerimientos**

Los insumos y materias primas básicamente corresponden a inventario de mercancías. Ropa, accesorios, televisores, mp3, mp4 y demás artículos electrónicos.

Internet, montaje de páginas Web, cuentas bancarias con manejo electrónico, móviles celulares.

Computador con acceso a Internet, bodega pequeña, comunicaciones (celulares).

Se requiere mantenimiento de la pagina Web, montar los nuevos artículos en esta y en [www.deremate.com.co](http://www.deremate.com.co) y [www.mercadolibre.com.co](http://www.mercadolibre.com.co) a medida que estos vayan llegando. Igualmente el computador en el cual se realizan las operaciones requiere de mantenimiento semestral.

### **3.7 Situación tecnológica de la empresa:**

La empresa se encuentra en una situación de vanguardia con la tecnología de compra y venta de artículos en Internet.

Se requiere acceso a Internet de alta velocidad y una atención de los clientes en el momento en que estos realizan la compra, ya que la tienda no posee un horario establecido de atención. Como su nombre dice 24 horas los 7 días de la semana.

El tamaño y la localización no juegan un papel muy importante dentro de la empresa. Sin embargo, el estar localizada en una ciudad puerto, reduce los costos de importación de la mercancía.

Se requiere de personas con conocimiento en el montaje de páginas Web, ya que el negocio se basa en esta para realizar su actividad. Sin embargo, esta actividad esta tercerizada por la empresa [www.estrategiasdepublicidad.com](http://www.estrategiasdepublicidad.com).

### **3.8 Proceso de compras e insumo**

Basado en el Plan de Producción. Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; planeación de compras; Control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

La relación de producto e insumo es igual a 1, ya que la actividad de la empresa es la comercialización de distintos artículos, para vender una unidad requiere comprar a sus proveedores una.

#### 4. Análisis financiero y de viabilidad de la empresa.

##### 4.1 Costos de producción:

###### Infraestructura:

**TABLA 8**

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Computador	1	\$1'200.000	1'200.000
Acceso a Internet banda ancha	1	\$60.000(por mes)	60.000
Bodega (arriendo mensual)	1	\$300.000	\$300.000
Escritorio	1	\$200.000	\$200.000
Silla	1	\$120.000	\$120.000

###### Presupuesto de la mezcla de mercadeo:

Los costos de este negocio son los siguientes:

Publicaciones en página WEB:	250.000.oo Mensuales
Publicaciones en otras Páginas:	200.000.oo Mensuales
Otros:	80.000.oo Mensuales

## 4.2 Estudio financiero y de viabilidad

En un país económicamente estable como lo es Colombia hoy en día, suponemos que Colombia aumentará su crecimiento económico lo cual le permitirá a mucho mas Colombianos tener acceso a muchos artículos, los cuales antes podrían considerarse inalcanzables o como un bien de lujo. Teniendo igualmente como base de la información la recopilación del negocio que ya se encuentra en marcha, los datos fueron tomados empíricamente para el primer año y los datos siguientes se obtuvieron después de realizarle un aumento a las cantidades en promedio al crecimiento económico de los últimos dos años, el cual ah estado oscilando entre el 6 y el 7 %.

**TABLA 9**

AÑO 1	Meses												
EGRESOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Incremento 3.32%EA													
Arriendo, luz y TEL.		650,000	652,730	655,471	658,224	660,989	663,765	666,553	669,352	672,164	674,987	677,822	680,669
Costo de venta		8,000,000	8,025,664	8,051,410	8,077,239	8,103,151	8,129,146	8,155,224	8,181,386	8,207,632	8,233,962	8,260,377	8,286,876
Inversión Inicial	10,000,000												
Préstamo	10,000,000	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250
Salarios Inc A. 6.5%		3,200,000	3,217,280	3,234,653	3,252,120	3,269,682	3,287,338	3,305,090	3,322,937	3,340,881	3,358,922	3,377,060	3,395,296
Total egresos	20,000,000	13,485,250	13,530,924	13,576,785	13,622,834	13,669,072	13,715,499	13,762,117	13,808,926	13,855,927	13,903,121	13,950,509	13,998,091

### AÑO 2

EGRESOS	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Incremento 3.32%EA													
Arriendo, luz y TEL.		683,527	686,398	689,281	692,176	695,083	698,003	700,934	703,878	706,834	709,803	712,784	715,778
Costo de venta		8,313,460	8,340,130	8,366,885	8,393,726	8,420,653	8,447,667	8,474,767	8,501,954	8,529,228	8,556,590	8,584,039	8,611,577
Inversión Inicial													
Préstamo		1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250
Salarios Inc A. 6.5%		3,413,631	3,432,064	3,450,598	3,469,231	3,487,965	3,506,800	3,525,736	3,544,775	3,563,917	3,583,162	3,602,511	3,621,965
Total egresos		14,045,869	14,093,843	14,142,014	14,190,383	14,238,951	14,287,719	14,336,687	14,385,857	14,435,230	14,484,805	14,534,585	14,584,570

### AÑO 3

EGRESOS	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
---------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Incremento 3.32%EA
Arriendo, luz y TEL.
Costo de venta
Inversión Inicial
Préstamo
Salarios Inc A. 6.5%
Total egresos

715,778	718,784	721,803	724,835	727,879	730,936	734,006	737,089	740,185	743,293	746,415	749,550
8,611,577	8,639,203	8,666,917	8,694,721	8,722,613	8,750,596	8,778,668	8,806,830	8,835,082	8,863,425	8,891,859	8,920,384
1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250
3,641,524	3,661,188	3,680,958	3,700,835	3,720,820	3,740,912	3,761,113	3,781,423	3,801,843	3,822,373	3,843,014	3,863,766
14,604,128	14,654,425	14,704,929	14,755,641	14,806,562	14,857,694	14,909,037	14,960,592	15,012,359	15,064,341	15,116,538	15,168,950

#### AÑO 4

EGRESOS
Incremento 3.32%EA
Arriendo, luz y TEL.
Costo de venta
Inversión Inicial
Préstamo
Salarios Inc A. 6.5%
Total egresos

37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
749,550	752,698	755,860	759,034	762,222	765,424	768,638	771,867	775,108	778,364	781,633	784,916
8,920,384	8,949,000	8,977,709	9,006,509	9,035,402	9,064,388	9,093,466	9,122,638	9,151,903	9,181,263	9,210,716	9,240,264
1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250
3,884,630	3,905,607	3,926,698	3,947,902	3,969,220	3,990,654	4,012,204	4,033,870	4,055,653	4,077,553	4,099,572	4,121,710
15,189,814	15,242,556	15,295,516	15,348,695	15,402,095	15,455,715	15,509,558	15,563,624	15,617,914	15,672,430	15,727,171	15,782,140

#### AÑO 5

EGRESOS
Incremento 3.32%EA
Arriendo, luz y TEL.
Costo de venta
Inversión Inicial
Préstamo
Salarios Inc A. 6.5%
Total egresos

49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
784,916	788,213	791,523	794,847	798,186	801,538	804,905	808,285	811,680	815,089	818,512	821,950
9,240,264	9,269,907	9,299,645	9,329,478	9,359,407	9,389,432	9,419,553	9,449,771	9,480,086	9,510,498	9,541,008	9,571,616
1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250	1,635,250
4,143,967	4,166,344	4,188,842	4,211,462	4,234,204	4,257,069	4,280,057	4,303,169	4,326,406	4,349,769	4,373,258	4,396,873
15,804,397	15,859,714	15,915,260	15,971,038	16,027,047	16,083,289	16,139,765	16,196,476	16,253,423	16,310,606	16,368,028	16,425,689

Fuente: Datos obtenidos empíricamente de [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) (solo el primer año)

**TABLA 10****AÑO 1**

<b>INGRESOS</b>	<b>Meses</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Incremento anual 6%													
Ventas	0,00	20,550,000	20,652,750	20,756,014	20,859,794	20,964,093	21,068,913	21,174,258	21,280,129	21,386,530	21,493,462	21,600,930	21,708,934

**AÑO 2**

<b>INGRESOS</b>	<b>Meses</b>	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Incremento anual 6,5%													
Ventas	0,00	21,826,163	21,944,024	22,062,522	22,181,659	22,301,440	22,421,868	22,542,946	22,664,678	22,787,067	22,910,117	23,033,832	23,158,215

**AÑO 3**

<b>INGRESOS</b>	<b>Meses</b>	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Incremento anual 5%													
Ventas	0,00	23,254,784	23,351,757	23,449,134	23,546,917	23,645,107	23,743,707	23,842,719	23,942,143	24,041,982	24,142,237	24,242,910	24,344,003

**AÑO 4**

<b>INGRESOS</b>	<b>Meses</b>	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Incremento anual 6,5%													
Ventas	0,00	24,475,460	24,607,628	24,740,509	24,874,108	25,008,428	25,143,473	25,279,248	25,415,756	25,553,001	25,690,987	25,829,719	25,969,199

**AÑO 5**

<b>INGRESOS</b>	<b>Meses</b>	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Incremento anual 6%													
Ventas	0,00	26,099,045	26,229,540	26,360,688	26,492,492	26,624,954	26,758,079	26,891,869	27,026,328	27,161,460	27,297,267	27,433,754	27,570,923

Fuente: Datos obtenidos empíricamente de [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) (solo el primer año)

### 4.3 Análisis de beneficios

**TABLA 11**

<b>AÑO</b>	1	2	3	4	5
<b>Ingresos Totales</b>	253,495,807	269,834,531	285,547,398	302,587,516	321,946,399
<b>Egresos Totales</b>	184,879,055	171,174,032	178,000,284	185,162,379	192,678,351
<b>BENEFICIOS</b>	68,616,752	98,660,499	107,547,114	117,425,137	129,268,048
<b>Incremento anual</b>		30.45%	8.26%	8.41%	9.16%

Fuente: Datos tomados de las tabla 9 y 10 anteriormente mostrada.

Como se observa claramente en la tabla de egresos se puede apreciar que estos se comportan de manera ascendente como es de esperarse, esto es debido al incremento de los precios de los artículos ya que estos están sujetos a unos estándares de internacionales de precios. Lo que lleva a la empresa [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) a un aumento inevitable en sus costos de funcionamiento, pero a su vez se ve obligada a subir sus precios de ventas, de esta forma compensaría en términos de beneficios sus aumentos en los costos por aumentos en los precios de ventas los que a la postre los llevaría a un resultado aun mayor dado a que sin importar que el aumento sea exactamente proporcional, los beneficios tenderán a ser mayores porque la demanda de artículos que aquí se ofrecen tiene tendencia a aumentar, tal como se ve en las tablas anteriormente presentadas.

En la tabla de beneficios observamos que hay unos niveles sobre el incremento de los beneficios bastante altos, como se observa al principio del estudio (entre el primer y segundo año de funcionamiento) el incremento porcentual es bastante alto, esto es debido a que la gente siente el boom del nuevo mercado, después ventas comienzan a nivelares un poco mas, aunque siguen aumentando pero ya no en tan gran proporción, como se ve en la tabla este margen tiende a la baja pero también se ve muy Claramente lo rentable que es el negocio ya que no tarda demasiado tiempo en reactivar sus incrementos en los benéficos debido a unos aumentos bastante notables en las ventas.

#### **4.4 Política de cartera:**

En algunos casos especiales estamos en la capacidad de otorgar créditos a los clientes, en estos casos no se conceden descuentos (que normalmente ofrecemos) y el plazo máximo de pago es de 15 días.

Los clientes en la mayoría de los casos están sujetos a la oferta disponible, ya que este tipo de artículos como la ropa marca Polo Ralph Lauren y algunos equipos electrónicos como lo pueden ser Mp4, Mp3 y televisores Lcd siempre o en la mayoría de los casos se pueden adquirir en una tienda pero el costo de este es mucho mas elevado. Ya que estas tiendas o almacenes tienen que incurrir en gastos adicionales los cuales [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) no tiene que hacer como gastos de arriendos más elevados, personal de ventas etc. Esto conlleva a al empresa de venta por artículos por Internet a estar preparada para una oferta bastante elevada, para esto la empresa siempre mantiene un stock de capital constante, por lo cual su rotación de artículos es alta, y los artículos deben cancelados inmediatamente o en plazo máximo de 15 tal como se menciona en la parte superior del párrafo.

## 5. PROPUESTA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

En este nuevo negocio encontramos el siguiente organigrama:

### 5.1 Organigrama

**Gerente general y director comercial: José Urrego.**

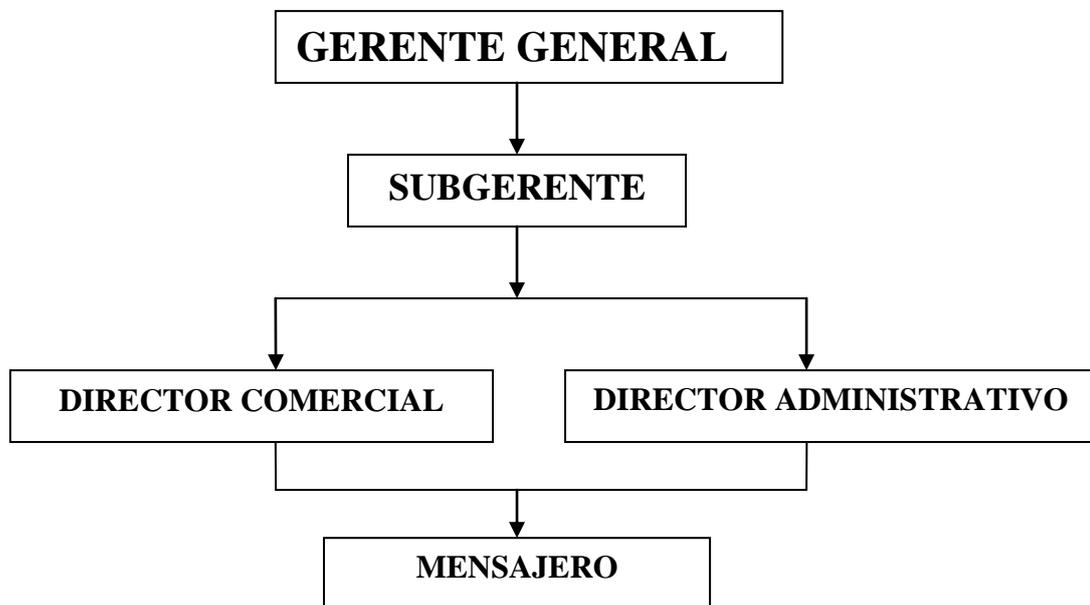
**Subgerente y director administrativo: Juan Sebastián Ortega**

Funciones:

- **Gerente General:** Es el encargado de tomar las decisiones definitivas ante una situación o adversidad que se presente dentro de la empresa, la decisión podría ser sugerida por un subalterno, en este caso el Subgerente o director administrativo el cual es la misma persona. En caso de una situación de crisis o problemas financieros el encargado de cuestionar las decisiones o el estudio que realiza únicamente el director administrativo.
- **Subgerente:** Es el encargado de analizar los aspectos macro de empresa, ya que esta depende directamente de las tasas de cambio con respecto al dólar estadounidense, de esta forma deberá estar atento para así saber cuando y a quien se le deben hacer los respectivos pedidos de la mercancía. También tendrá la potestad suficiente para tomar decisiones menores como lo pueden ser aumentar la cantidad de camisas de cierto color, ya que la demanda lo esta exigiendo en ese momento, así como también debe estudiar la posibilidad de aumentar el stock de mercancías dependiendo directamente de la demanda actual o potencial de la misma.
- **Director Comercial:** Se en encarga de la planificación con respecto al ingreso del producto hacia nuestro país, se tiene que encargar de la legalización del mismo, de crear nuevas alianzas estratégicas para así minimizar los costos de los insumos de la empresa y obtener mayores beneficios. Así como también debe diseñar estrategias de mercadeo (Rifas y Promociones) las cuales serán sometidas a aprobación del **GERENTE GENERAL** y el **SUBGERENTE**. Para de esta forma poder aumentar nuestro posicionamiento en el mercado.

- **Director Administrativo:** Se encarga únicamente de tomar decisiones con respecto a los costos de funcionamiento, como lo es la parte operativa del ingreso de la mercancía a la bodega, ya que se puede en su momento reajustar el valor de este costo adquiriendo contratos con nuevas empresas transportadoras que ofrezcan mejores precios pero que mantengan los mismo o mejores estatus de calidad del servicio para así no poner en riesgo la calidad y la presentación de la mercancía.
  
- **Mensajero:** Es el encargado de la correspondencia de la empresa.
- Realizar las consignaciones pertinentes a los proveedores (excepto en el caso de transferencias electrónicas (mayoría de los casos)).
- Coordinar y realizar los envíos oportunos de los productos por medio de las compañías correspondientes a los compradores.

5.2 Organigrama Gráfico [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com)



## ANEXO A

### ENCUESTA

#### Preferencia de compradores por Internet

Fecha:\_\_\_\_\_ Nombre Completo:\_\_\_\_\_

Edad:\_\_\_\_\_ Sexo:\_\_\_\_\_ Estrato:\_\_\_\_\_ Ciudad y País:\_\_\_\_\_

Ocupación:

- a. Ama de Casa
- b. Estudiante
- c. Empleado
- d. Independiente
- e. Maneja su propio negocio
- f. Pensionado
- g. Otro

#### RESPONDA MARCANDO CON UNA (X)

1. ¿Tiene acceso a Internet en su Hogar/Lugar de trabajo?  
a. SI\_\_\_\_\_ b. NO\_\_\_\_\_
2. ¿Ha hecho compras por Internet?  
a. SI\_\_\_\_\_ b. NO\_\_\_\_\_
3. ¿Le gustaría a ud. Hacer compras por Internet en algún momento?  
a. SI\_\_\_\_\_ b. NO\_\_\_\_\_

**SI RESPONDE NO A LAS PREGUNTAS 2 Y 3 ABSTENERSE DE CONTINUAR CON LA ENCUESTA, SI RESPONDE SI A LA 3 CONTINUAR CON LA ENCUESTA.**

4. Le gustaría comprar su ropa favorita de marca a muy bajos precios por Internet?  
a. SI\_\_\_\_\_ b. NO\_\_\_\_\_

5. Le es confiable comprar por Internet?

- a. SI \_\_\_\_\_ b. NO \_\_\_\_\_

**SI RESPONDIO SI A LA ANTERIOR PREGUNTA, ESCOJA UNA O MAS DE LAS SIGUIENTES OPCIONES**

6. Porque cree Ud. que es seguro comprar por Internet?

- a. Forma de pago \_\_\_\_\_
- b. Calidad del producto \_\_\_\_\_
- c. Servicio a domicilio \_\_\_\_\_
- d. Disponibilidad del producto \_\_\_\_\_
- e. Sistema de reputación de vendedores en sitios especializados \_\_\_\_\_
- f. Todas las anteriores \_\_\_\_\_
- g. Otros \_\_\_\_\_

**SI RESPONDIO NO EN LA PREGUNTA NO. 5, ESCOJA UNA O MAS DE LAS SIGUIENTES OPCIONES**

7. Porque cree Ud. Que no es seguro comprar por Internet

- a. El producto comprado no es igual a exhibido \_\_\_\_\_
- b. Entrega del producto en mal estado \_\_\_\_\_
- c. La forma de pago \_\_\_\_\_
- d. Desconoce a la contraparte \_\_\_\_\_
- e. Todas las anteriores \_\_\_\_\_

8. Cual es la forma de pago que mas le gusta al realizar compras por Internet

- a. Consignar o transferir a una cuenta bancaria \_\_\_\_\_
- b. Consignar en agentes internacionales especializados en remesas \_\_\_\_\_
- c. Pago con tarjeta de crédito \_\_\_\_\_
- d. Pago con tarjeta debito \_\_\_\_\_

e. Pago contra entrega \_\_\_\_\_  
9. ¿Le gustaría a ud. comprar ropa y aparatos electrónicos por Internet?

a. SI \_\_\_\_\_ b. NO \_\_\_\_\_

**SI RESPONDIO NO A LA PREGUNTA ANTERIOR (9.) FAVOR ABSTENERSE DE RESPONDER LA SIGUIENTE PREGUNTA.**

10. Ud. como comprador electrónico, ¿estaría dispuesto a comprar artículos específicos por Internet como lo pueden ser las camisas POLO Ralph Lauren y los aparatos electrónicos como Mp3, Mp4 y televisores LCD?

a. SI \_\_\_\_\_ b. NO \_\_\_\_\_

## 6. Conclusiones

El negocio o las ventas por Internet se hacen cada vez mas comunes y es cada vez mas usado por mas personas alrededor de todo el mundo, esto es debido a que es posible comprar cualquier cosa desde cualquier parte del mundo a un precio mas bajo comparado con el que las personas nos encontramos en las tiendas o almacenes, debido a los grandes avances tecnológicos que se presentan hoy en día nos permiten tener acceso a un sinnúmero de sitios Web en los cuales se adquieren estos artículos y muchos mas. Los celulares son un ejemplo claro de este fenómeno tecnológico, estos han avanzado desde simplemente realizar y recibir llamadas hasta enviar correos electrónicos, reproducir música, reproducir y grabar videos etc.

Cuando las personas compran por Internet sin darse cuenta están siendo calificados como compradores confiables o no confiables, esto es para saber a que personas se les esta ofreciendo determinado articulo, también se observa muy a menudo estudios de mercado realizados a través de encuestas tal cual como se hizo en este plan de negocios, para obtener resultados bastante concretos sobre cuales exactamente son las cosas o artículos que las personas mas prefieren o que están tendiendo en su mayoría el deseo de adquirir cierto artículos. La tendencia de vestir en las distintas regiones del mundo como ya es bien sabido son bastante distintas entre culturas, países, hasta inclusive dentro del mismo país, en el caso de Colombia nos encontramos con que las personas en la Costa Atlántica se visten de una manera muy distinta a las personas nacidas en el interior del país, dependiendo de este y muchos otros factores de ofrece o no algunos artículos determinados.

En este tipo de mercado nos encontramos con unas ventajas y desventajas, ventajas como precios mas asequibles para mas personas, mas posibilidades de satisfacer mas necesidades de muchas personas, también es mas fácil para los clientes o usuarios cibernautas saber exactamente donde buscar lo que buscan con unas especificaciones claras, en este tipo de paginas nos encontramos con una descripción completa con foto incluida de los artículos disponibles, en algunos casos una foto no es suficiente, en este caso el vendedor esta obligado para su propio beneficio mostrar las especificaciones, como por ejemplo para un computador portátil el cual resulta muy difícil saber exactamente que modelo es, que programas contiene y que clase de artículos adicionales incluye la compra de dicho computador portátil o cualquier otro articulo con especificaciones parecidas, gracias a esta forma encuestas nos dimos cuenta que la mayor parte de las personas a las cuales esta dirigido el servicio cuenta con servicio o acceso a Internet con 96.96%, aunque notamos que mas de la mitad de estas personas no han

tenido la oportunidad de comprar aunque si les gustaría lo que los convierte en clientes potenciales de la empresa, estos clientes tienen unos gustos y unas preferencias específicas, las cuales se pueden satisfacer de una forma rápida, segura y mucho más barato que comprar estos artículos en tiendas específicas, ya que estas tienen que incurrir en una serie de gastos que [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) no tiene, como lo es el arriendo de un local, el consumo de servicios públicos más elevados, nómina de un personal más grande etc. Al tener este fenómeno en términos de aumento en el consumo de este tipo de artículos llegamos a un punto importante que es la forma de pago, en la cual se obtuvo un resultado de que a la gente le gusta más y se les hace más fácil cancelar y adquirir sus productos a través del servicio de pago con tarjeta de crédito, en términos generales la población encuestada está realmente dispuesta a comprar a adquirir este tipo de artículos mediante este medio como lo es el comercio electrónico.

En estos momentos como se mencionó anteriormente esta empresa ya se encuentra en funcionamiento, por lo cual es mucho más fácil estimar los ingresos y los egresos de la operación de este, teniendo en cuenta todo el proceso que va desde el contacto con el proveedor hasta la entrega final al cliente cuanta con un sistema de pasos a seguir, los cuales se deben seguir estrictamente. La calidad de este producto está totalmente garantizada y certificada por el proveedor. Teniendo en cuenta todo el proceso operativo podemos concluir que es realmente económico, lo que conlleva a decir con certeza que la viabilidad del nuevo negocio está directamente relacionada con la fluidez que tengan los procesos ya mencionados, lo barato que pueden llegar a ser estos y el incremento de la demanda son los factores principales que influirían en las tomas de decisiones, ya sea para aumentar el stock de capital, como también lo podría llegar a ser en un momento dado, contactar y renegociar las tarifas y los precios de los insumos, el cual como ya se mencionó antes son productos ya terminados los cuales simplemente se colocan a alcance de todos.

En cuanto a la viabilidad financiera de la nueva empresa en este nuevo mercado, se concluye que al tomar información del primer año de funcionamiento que al proyectarla a los 4 años siguientes que los egresos se mantienen en constante aumento, pero al observar los ingresos vemos claramente que estos tienen un proceso de aumento mucho más acelerado que el de los egresos, esto es debido a que cada vez hay más gente en el mundo y cada vez hay más personas con acceso a Internet, cada vez las personas están más dispuestas a adquirir sus artículos preferidos a un menor precio, lo cual nos lleva a un aumento significativo de la demanda por ende de las ventas y toda esta cadena de incrementos y aumentos nos lleva a tener cada vez mayores beneficios a lo largo de los periodos de funcionamiento anteriormente

evaluados. Se considera que la empresa es lo suficientemente viable como para permanecer en el mercado no desvanecerse en el tiempo, de la solidez de los procesos depende la estabilidad de esta nueva empresa. Los responsable de estos procesos son solo 2 personas las cuales están dispuestas a analizar y proponer nuevas ideas para aumentar los niveles de los beneficios, ya sea el gerente general con tomas de decisiones drásticas en situaciones de crisis o cualquier otra la cual requiera una decisión de esta tipo o el subgerente el cual también en su momento podría aportar ideas como cambiar de proveedores o cambiar la empresa transportadora para minimizar los costos de importación de la mercancía.

Entre todas estas personas y los estudios realizados se concluye que esta nueva empresa [www.mitienda24x7.com](http://www.mitienda24x7.com) es perfectamente viable.

## Bibliografía

<http://www.ab-shop.com/>

<http://www.dataweb-online.com/>

<http://www.deltaasesores.com>

<http://www.deremate.com.co>

<http://www.mercadolibre.com.co>

<http://www.amazon.com>

<http://www.icecanada.com>

<http://www.ebay.com>

<http://www.paypal.com>