



# ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



## PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUBSIDIARIA WAL-MART EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.



### PRESENTADO POR:

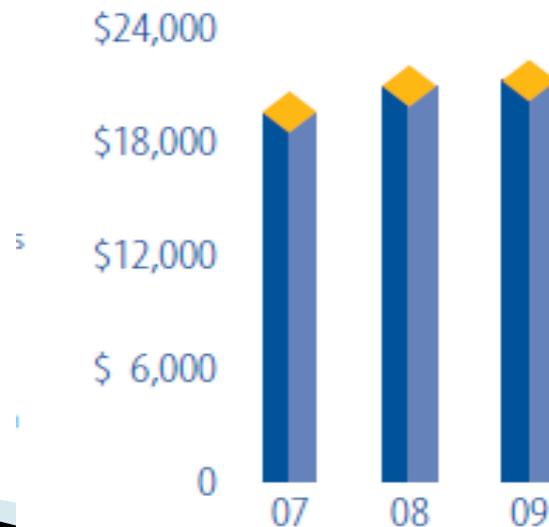
- ❖ ANDREA PLÚA CÁRDENAS
- ❖ FRESIA MEDINA LEÓN
- ❖ JORGE VILLENA MONTEVERDE

# Introducción

# RESEÑA HISTORICA

- ▶ Wal-Mart Stores, Inc. es una compañía de origen estadounidense, la más grande minorista del mundo.
- ▶ Por sus ventas y número de empleados, es considerada además la mayor compañía del mundo.

WAL-MART STORES Inc.  
Ingresos Operacionales  
(en millones)



Wal-Mart Stores, Inc. aumentó los ingresos en un 3,9% en 2009, impulsado por un aumento del 7,1% Wal-Mart en EE.UU.

# ¿Dónde en el mundo está Wal-Mart?



¿Por qué no ha  
ingresado  
aún al Ecuador?

# INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores económicos	
Categoría	Datos
PIB (Prev. 2009)	\$ 51.388,5 (millones de dólares)
PIB (Prev. 2008)	\$ 54.686 (millones de dólares)
Tasa de interés activa ( Febrero 2010)	9,10%
Tasa de interés pasiva (Febrero 2010)	5,16%
Tasa de desempleo (Diciembre 2009)	7,90%
Inflación anual (Enero 2010/Enero 2009)	4,44%
Inflación mensual (Enero 2010)	0,83%
Inflación acumulada (Enero 2010)	0,83%
IED	-41,8% Y 58,3%
Riesgo País (Diciembre 2009)	7,70%

Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil  
A Febrero 2010

# OBJETIVOS

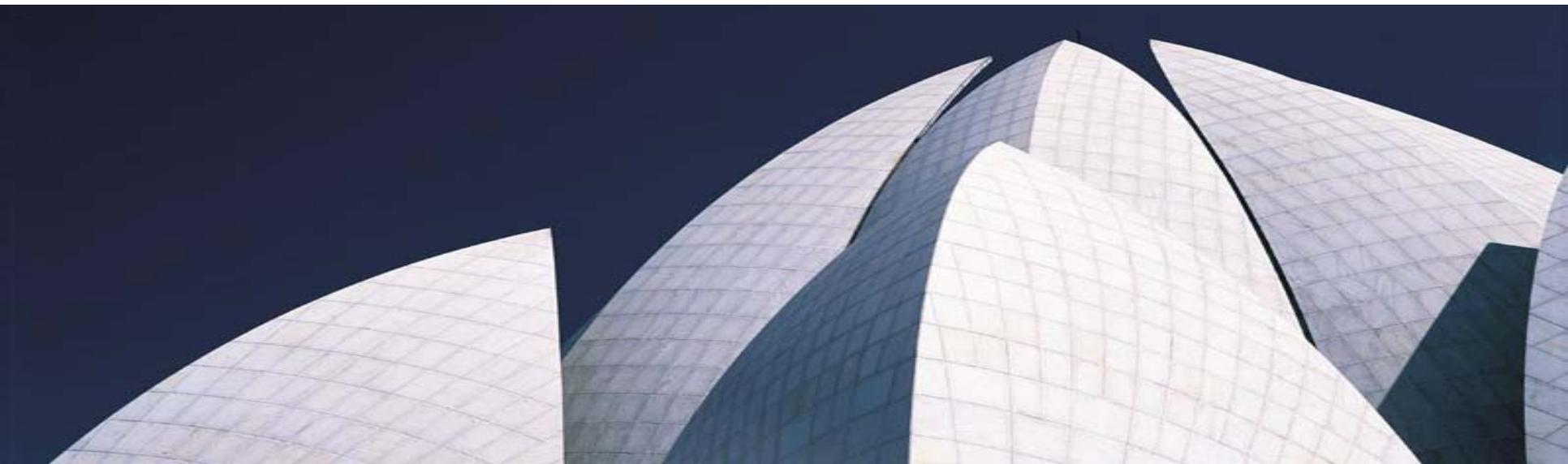
## Objetivo General

- Analizar la factibilidad del ingreso de la transnacional Walmart a nuestro mercado y su impacto en la economía del país.

## Objetivos Específicos

- Estudiar el mercado guayaquileño como base para futuras inversiones extranjeras.
- Establecer los beneficios que obtendrán los inversionistas al competir en nuestro mercado local.

# Estudio Organizacional



# Visión

"Ser el más eficiente operador multiformato de bajo costo en el Ecuador, trabajando para ello con integridad, excelencia y ofreciendo a los clientes el mejor valor por su dinero."

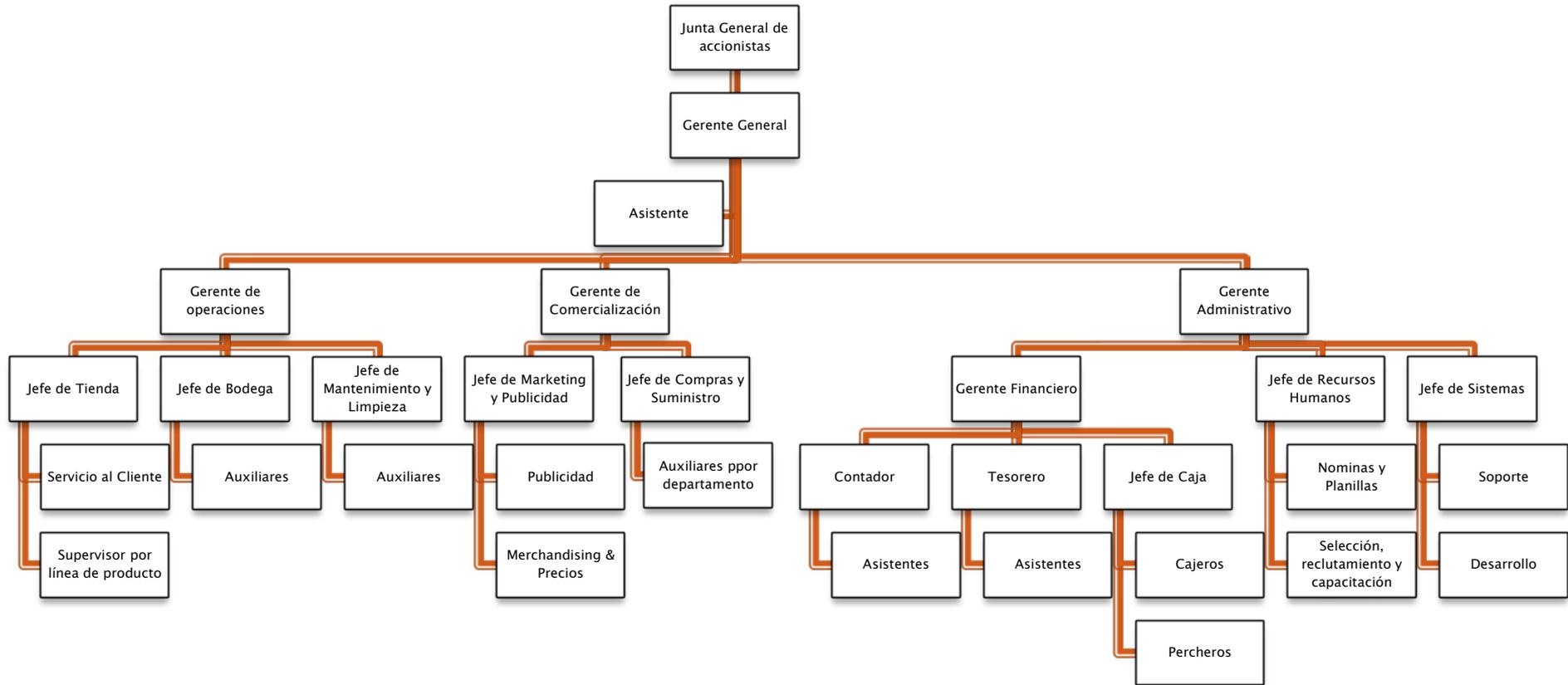


# Misión

- ▶ Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo productos y servicios de calidad, a los precios más bajos y en un solo lugar, ahorrándoles dinero de tal manera que les permita vivir mejor. Comprometidos además con el crecimiento de nuestro capital humano, el mejoramiento de nuestros procesos y una óptima rentabilidad.



# Organigrama



**Colaboradores: 148**  
 ➤ **Administrativos: 55**  
 ➤ **Ventas: 93**

# FODA WAL-MART

## Fortalezas:

- Reconocimiento a nivel mundial.
- Experiencia en el mercado detallista.
- Precios más bajos que la competencia.
- Uso de tecnología de punta.
- Variedad de artículos y productos.
- Alta rotación de inventarios
- Uso eficaz de técnicas logísticas.

## Debilidades:

- La Comisión Federal de Igual Oportunidad de Empleo ha multado a Wal-Mart por casos de discriminación contra discapacitados.
- Denuncias de empleados y proveedores indicando ser víctimas de abusos por parte de Wal-Mart.

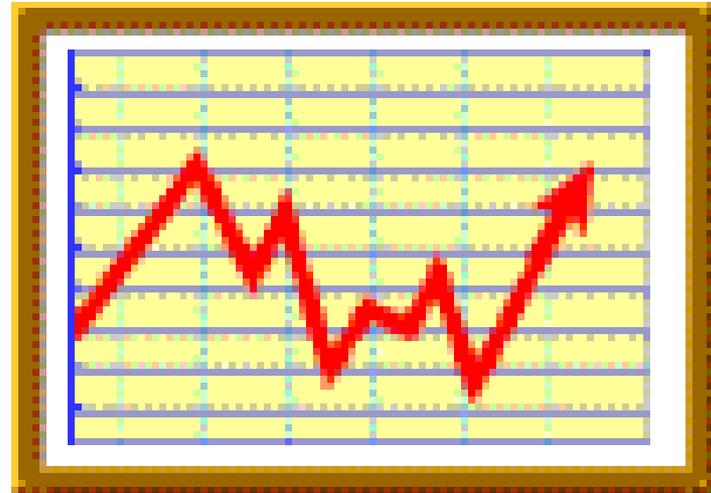
## Oportunidades:

- Incurción en otras ciudades tales como Quito y Cuenca.
- Mejorar la economía nacional fomentando empleo e inversión.
- Aprovechar las falencias de la competencia.

## Amenazas:

- Alianzas estratégicas entre cadenas de Supermercados de cada país.
- Conformación de sindicatos.
- Riesgo-País del Ecuador.
- Restricción a las importaciones impuesta por el Gobierno Actual.
- Barreras de índole cultural.
- Fidelidad de clientes hacia actuales supermercados

# Estudio de Mercado y su análisis



# Diseño y Fuentes de Investigación

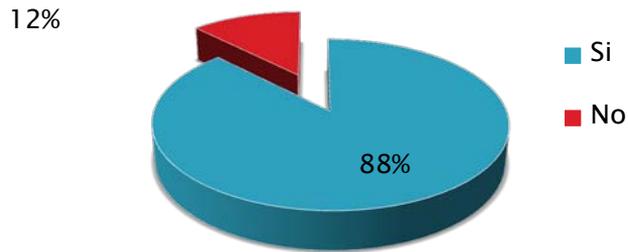
<b>Población de Guayaquil</b>	<b>2'745.000</b>
<b>Tasa de Crecimiento poblacional anual</b>	<b>2,40%</b>

- Se aplicó un muestro no probabilístico por conveniencia, por no poseer un marco referencial determinado.
- Tomamos una población infinita, arrojando una muestra de **400** encuestas con un **margen de error máximo del 5%**.



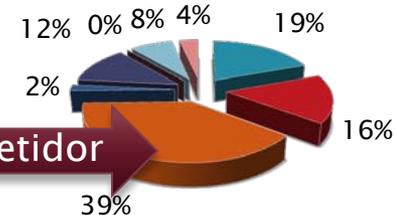
# Resultados de la encuesta

## PERSONAS QUE REALIZAN COMPRAS EN SUPERMERCADOS



## TIENDA QUE VISITA CON MAYOR FRECUENCIA

- Supermaxi
- Hipermarket
- Mi Comisariato
- Fybeca
- Megamaxi
- El Coral
- Tía
- Akí



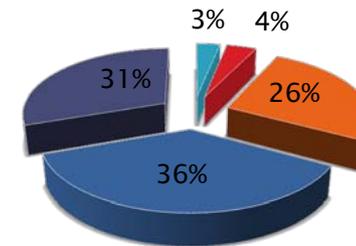
Principal Competidor



# Resultados de la encuesta

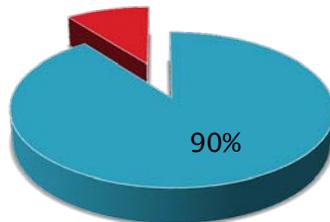
## VARIEDAD DE BIENES Y SERVICIOS EN SUPERMERCADOS EXISTENTES

■ Nunca      ■ Rara vez      ■ De vez en cuando  
■ Muy seguido      ■ Casi Siempre



## SATISFACCIÓN CON SERVICIO QUE PRESTAN SUPERMERCADOS EXISTENTES

10%

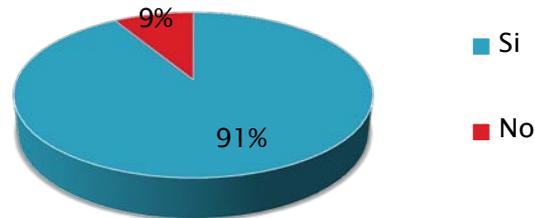


■ Si  
■ No



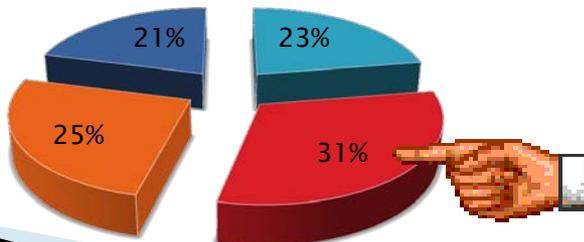
# Resultados de la encuesta

PERSONAS A QUIENES LES GUSTARÍA QUE WAL-MART INGRESE A GUAYAQUIL

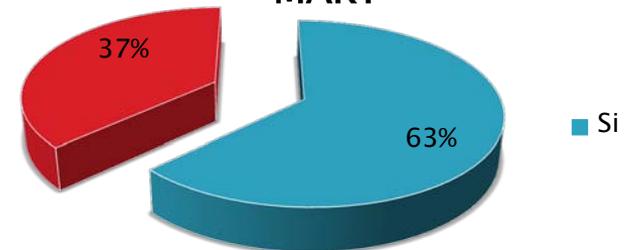


FACTORES QUE PREDOMINAN AL MOMENTO DE ELEGIR DONDE EFECTUAR COMPRAS

- Ubicación
- Precios
- Variedad de Oferta de Productos
- Comodidad

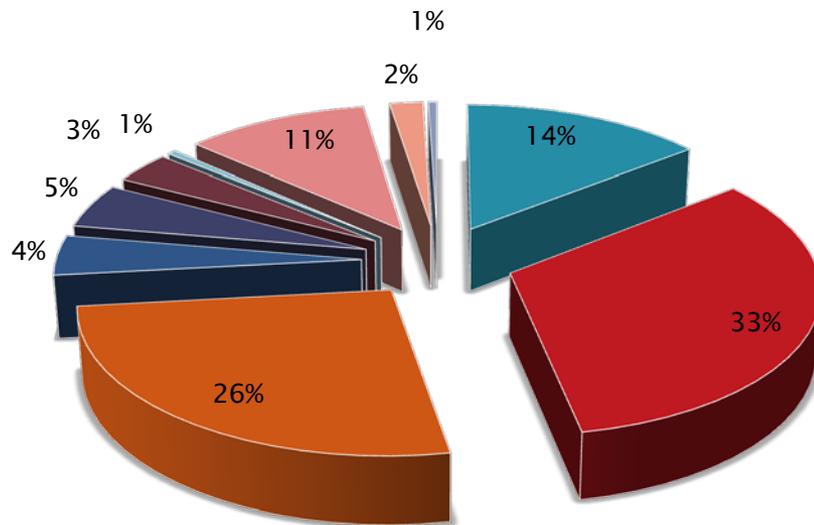


PERSONAS QUE HABÍAN ESCUCHADO ACERCA DE WAL-MART



# Resultados de la encuesta

## *CARACTERÍSTICAS QUE SE CONOCEN DE WAL-MART*



- Bajos precios y liderazgo en servicio al cliente
- Bajos precios y P&S de calidad
- Bajos precios y Variada oferta de productos
- Bajos precios y Uso de tecnología de punta
- Liderazgo en servicio al cliente y P&S de calidad
- Liderazgo en servicio al cliente y Variada oferta de productos
- Liderazgo en servicio al cliente y Uso de tecnología de punta
- P&S de calidad y variada oferta de productos
- P&S de calidad y uso de tecnología de punta
- Variada Oferta de productos y uso de tecnología de punta

# Mercado Objetivo

Variables	Características
<b>Grupos de compradores:</b>	Familias guayaquileñas, Propietarios de negocios como tiendas de barrio.
<u>Sexo:</u>	Es evidente que está basado para los dos sexos tanto el femenino como el masculino.
<u>Edad:</u>	Mayores de 18 años, primordialmente de personas de 30 a 60 años.
<u>Ingresos:</u>	Wal-Mart está dirigido a toda la gente con diferentes ingresos: clase alta, media y baja.
<u>Educación:</u>	Por lo productos que se venden, no se requiere un nivel de educación específico.

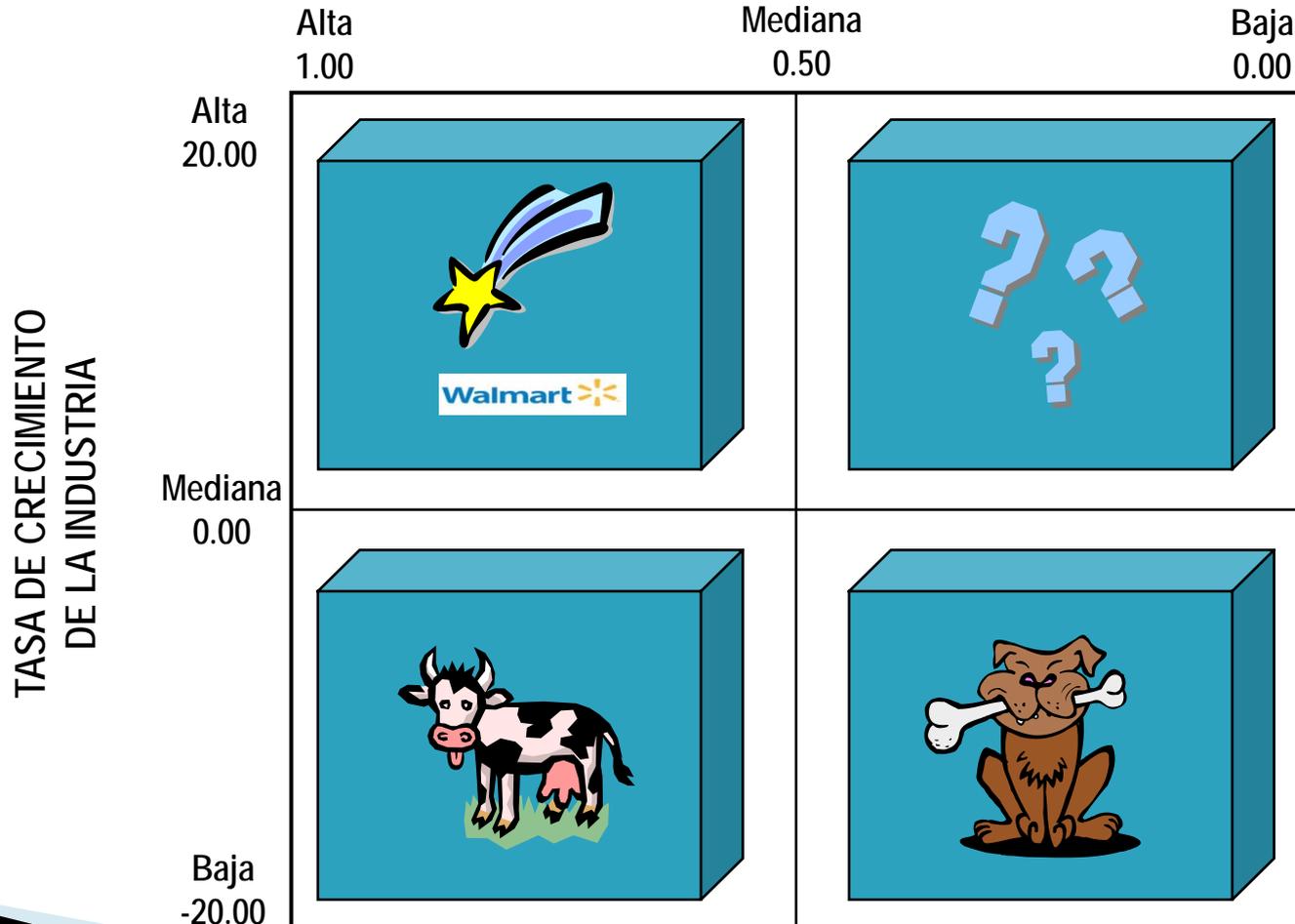
# Posicionamiento

- ▶ Respeto por el individuo
- ▶ Servicio al cliente
- ▶ Búsqueda de la excelencia
- ▶ Precios bajos
- ▶ Calidad de los productos
- ▶ Excelente experiencia de compra



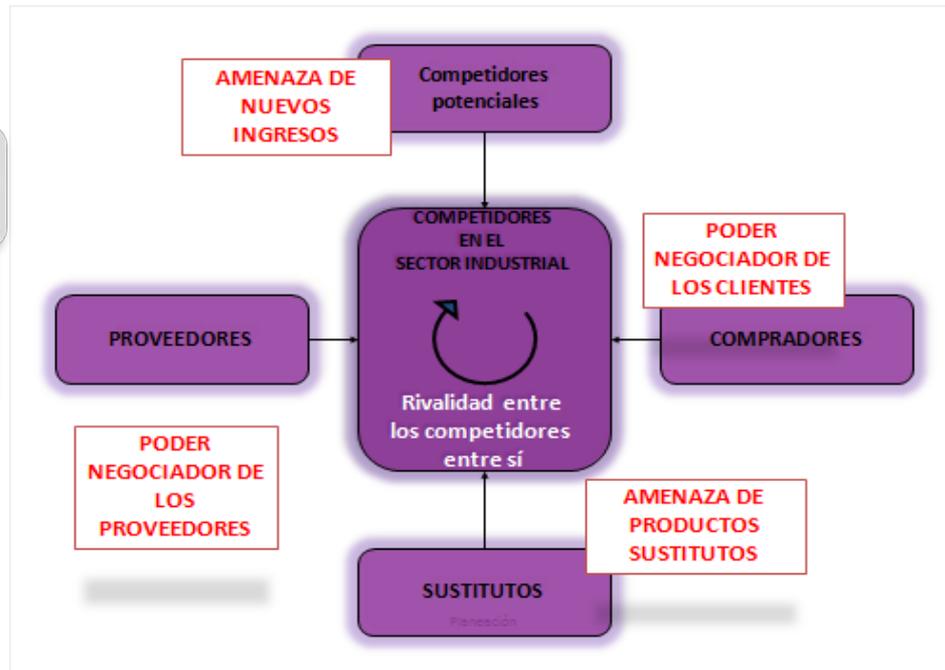
# MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

## PARTICIPACION RELATIVA DE MERCADO



Elaborado por: Integrantes

# Michael Porter



# MARKETING MIX: 5 P'S

## ▶ Producto



Departamentos de Wal-Mart			
Comestibles	Electrónica	Joyas	Frutas y Vegeta
Ropa	Libros	Películas	Panadería
Zapatos	Farmacia	Música	Ferretería
Artículos Hogar	Electrodomésticos	Bebidas	Lacteos
Embutidos	Florería	Patio de Comidas	



# MARKETING MIX: 5 P'S

## ► Precio

Una de las principales ventajas que Walmart ofrece a los clientes, es su política de precios.

Con su estrategia de precios bajos, logran conservar la base de clientes existente y atraer a otros nuevos.



# MARKETING MIX: 5 P'S

## ► Plaza

Se ha considerado adecuado colocar la primera tienda donde se situaba el antiguo aeropuerto de la ciudad de Guayaquil, es decir entre la Av. de las Américas y Juan Tanca Marengo.



# MARKETING MIX: 5 P'S

## ▶ Promociones

Estrategias publicitarias por apertura en medios de comunicación tales como:

- Televisión
- Radio
- Periódicos
- Internet





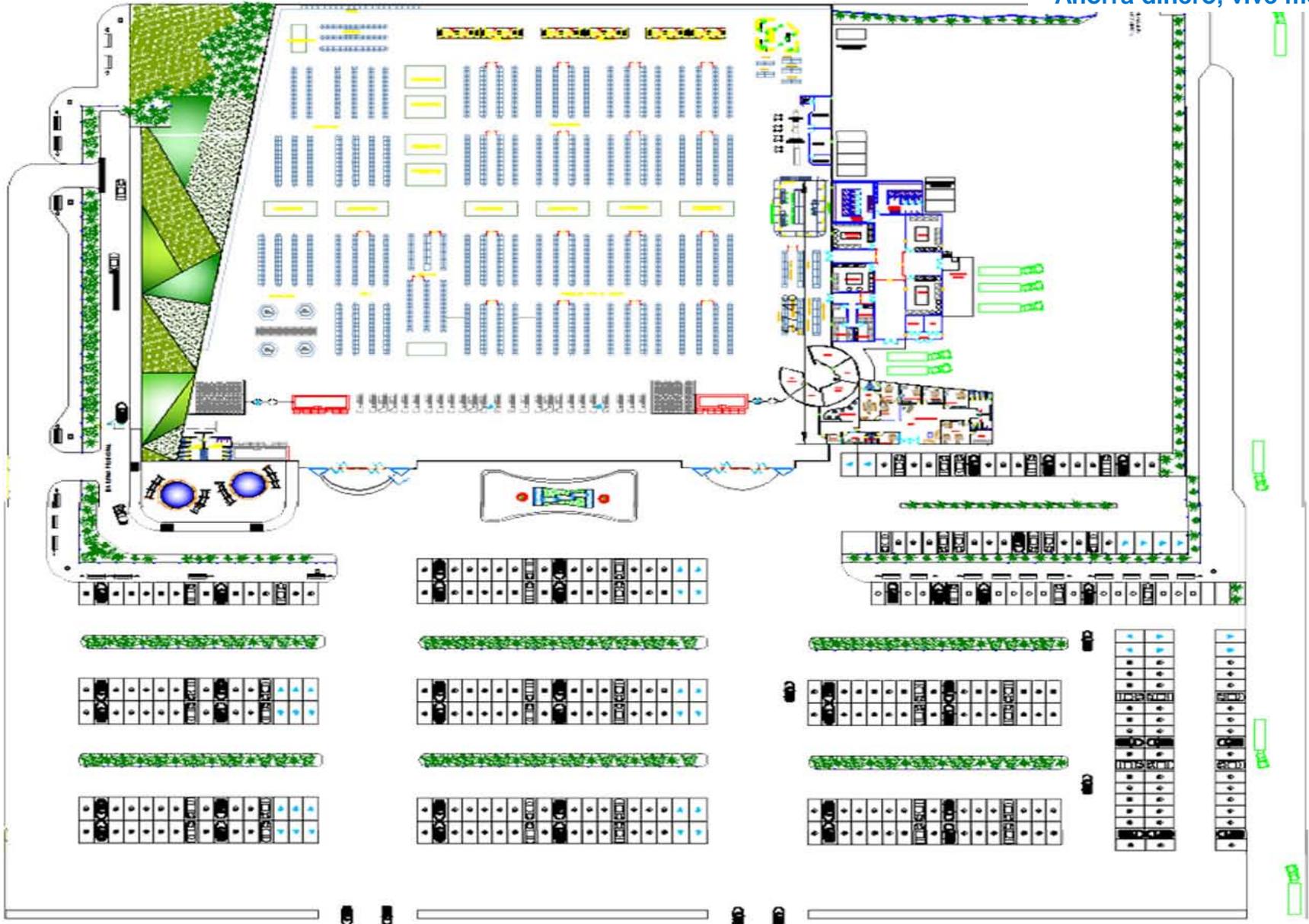
# Estudio Técnico

# Tamaño y Localización



	m2	Costo	Costo Total
Terreno	46880,302	100	4.688.030,20
Parqueadero	21017,256	200	4.203.451,20
Edificación	\$ 11.768,00	500	5.884.001,80
Jardinería	1423,9092	60	85.434,55
Estacionamiento	4400,21	250	1.100.052,50
<b>Inversión Total</b>	<b>85489,6808</b>	<b>1110</b>	<b>\$ 15.960.970,25</b>

# Plano de Obra



# Estudio Financiero



# Inversión Inicial

- ▶ La inversión inicial es de **USD 16.617.418,36**. incluye el valor del terreno, la construcción de la obra y equipos necesarios para el funcionamiento del negocio.

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	16.453.390,17
ACTIVOS DIFERIDOS	125.881,38
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	38.146,80
<b>TOTAL</b>	<b>16.617.418,36</b>

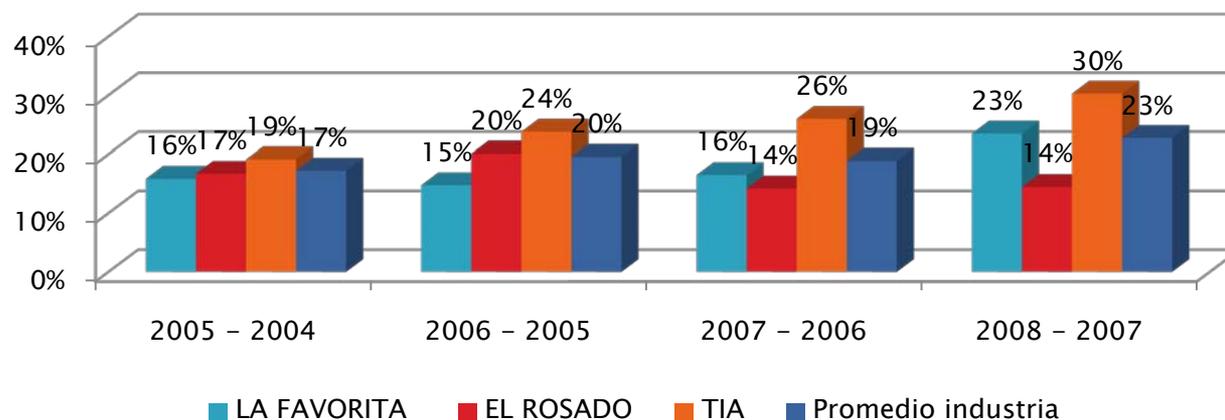


# Proyección de Ingresos

## Ingresos 1er año de operación

Tipo de día	Ventas promedio día	Nº días	Total
Ordinario (lunes - viernes)	115000	260	29900000
Pico (fines de semana)	180000	104	18720000
<b>Total anual</b>			<b>48.620.000,00</b>

## Crecimiento Histórico de los Ingresos industria



Fuente: Revista Ekos Junio 2005 - 2009  
Elaborado por: Expositores

**Crecimiento promedio  
ingresos de la industria:  
19,61%**

# Ingresos proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	48.620.000,00	55.913.000,00	64.299.950,00	73.944.942,50	85.036.683,88
<b>Otros Ingresos</b>					
Contribución de proveedores	746.591,64	858.580,38	987.367,44	1.135.472,56	1.305.793,44
Alquiler de góndolas y otros	729.300,00	838.695,00	964.499,25	1.109.174,14	1.275.550,26
Publicidad y eventos	865.436,00	995.251,40	1.144.539,11	1.316.219,98	1.513.652,97
<b>Total Otros Ingresos</b>	<b>2.341.327,64</b>	<b>2.692.526,78</b>	<b>3.096.405,80</b>	<b>3.560.866,67</b>	<b>4.094.996,67</b>
<b>Total Ingresos</b>	<b>50.961.327,64</b>	<b>58.605.526,78</b>	<b>67.396.355,80</b>	<b>77.505.809,17</b>	<b>89.131.680,55</b>

- Contribución de proveedores: Importes recibidos de proveedores por cumplimiento de metas en volúmenes de compra (2% compras).
- Alquiler de góndolas y Otros: Importes facturados a los proveedores por el uso exclusivo de espacios físicos para la exhibición de sus mercaderías (1.5% de las ventas).
- Publicidad y eventos: Importes facturados a los proveedores por gastos de publicidad compartida. (1.78% de las ventas).

# Costos y Gastos

- ▶ Los costos de ventas corresponde básicamente al pago de proveedores por la mercadería adquirida (77% de las ventas).
- ▶ En los Gastos los hemos clasificado en administrativos, de ventas y financieros. Tienen una participación del 16% sobre las ventas.

<b>COSTOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos de Ventas	<b>37.329.581,88</b>	<b>42.929.019,16</b>	<b>49.368.372,03</b>	<b>56.773.627,84</b>	<b>65.289.672,01</b>
<b>GASTOS</b>					
Gastos Administrativos	4.173.114,60	4.723.983,16	5.354.727,66	6.076.930,11	6.903.851,92
Gastos de Ventas	3.508.830,18	4.017.610,55	4.600.164,08	5.267.187,87	6.030.930,11
Gastos Financieros	110.532,01	126.559,15	144.910,22	165.922,21	189.980,93
<b>Total Gastos</b>	<b>7.792.476,78</b>	<b>8.868.152,85</b>	<b>10.099.801,96</b>	<b>11.510.040,19</b>	<b>13.124.762,96</b>
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>45.122.058,66</b>	<b>51.797.172,01</b>	<b>59.468.173,99</b>	<b>68.283.668,03</b>	<b>78.414.434,97</b>

# CAPITAL DE TRABAJO.-

## Déficit acumulado máximo

- ▶ Se refiere al monto de dinero con el cual se debe de contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto.
- ▶ Se proyectó un flujo de caja mensual para el primer año de operación, considerando:

POLITICA DE COBRO	
VENTAS AL CONTADO	95%
VENTAS CREDITO (30 DÍAS)	5%

POLITICA DE PAGO	
VENTAS AL CONTADO	65%
VENTAS CREDITO (30 DÍAS)	25%
VENTAS CREDITO (60 DÍAS)	10%

# Flujo de caja Proyectado mensualmente

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>VENTAS MENSUALES</b>	3.038.750,00	3.038.750,00	3.038.750,00	3.038.750,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00	4.558.125,00
<b>Cobros contado</b>	2.886.812,50	2.886.812,50	2.886.812,50	2.886.812,50	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75	4.330.218,75
<b>crédito 30 días</b>		151.937,50	151.937,50	151.937,50	151.937,50	227.906,25	227.906,25	227.906,25	227.906,25	227.906,25	227.906,25	227.906,25
<b>Total de ingresos efect.</b>	<b>2.886.812,50</b>	<b>3.038.750,00</b>	<b>3.038.750,00</b>	<b>3.038.750,00</b>	<b>4.482.156,25</b>	<b>4.558.125,00</b>						

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>COSTOS MENSUALES</b>	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49	3.110.798,49
<b>Contado</b>	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02	2.022.019,02
<b>crédito 30 días</b>		777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62	777.699,62
<b>crédito 60 días</b>			311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85	311.079,85
<b>Total de costos</b>	<b>2.022.019,02</b>	<b>2.799.718,64</b>	<b>3.110.798,49</b>									

<b>GASTOS MENSUALES</b>												
Gastos Administrativos	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55	347.759,55
Gastos de Ventas	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51	292.402,51
Gastos Financieros	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00	9.211,00
<b>Total de gastos</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>	<b>649.373,06</b>
<b>Total de egresos</b>	<b>2.671.392,08</b>	<b>3.449.091,71</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>	<b>3.760.171,55</b>
<b>Flujo anual</b>	215.420,42	(410.341,71)	(721.421,55)	(721.421,55)	721.984,70	797.953,45	797.953,45	797.953,45	797.953,45	797.953,45	797.953,45	797.953,45
<b>Déficit/superávit acumulado</b>	<b>215.420,42</b>	<b>(194.921,29)</b>	<b>(916.342,84)</b>	<b>(1.637.764,40)</b>	<b>(915.779,70)</b>	<b>(117.826,26)</b>	<b>680.127,19</b>	<b>1.478.080,63</b>	<b>2.276.034,08</b>	<b>3.073.987,52</b>	<b>3.871.940,97</b>	<b>4.669.894,41</b>

Máximo

**Capital de Trabajo necesario:  
USD 1.637.764,40**

# EVALUACIÓN DEL PROYECTO.-

## Determinación la TMAR

### ▶ Modelo CAPM

$$E(r) = r_f + \beta(E(r_m) - r_f) + r_{fEcuador}$$

Donde:

- ▶  $\beta$ : 2,05
- ▶  $R_f$ : 2,23%
- ▶  $E(r_m)$ : 11,60%
- ▶  $R_{fEcuador}$ : 7,7%

Industria	Ponderación	Beta
Calzado	6%	3,31
Ropa	19%	2,92
Abarrotes	57%	1,66
Equipos Electrónicos	2%	3,38
Productos para el Hogar	5%	2,11
Servicios de Farmacia	1%	1,89
Ferretería	10%	1,61
<b>Beta proyecto</b>	<b>2,05</b>	

$$E(r) = 0,0223 + 2,05(0,116 - 0,0223) + 0,077$$

$$\underline{\underline{E(r) = 29,16\%}}$$

# EVALUACIÓN DEL PROYECTO.- VAN - TIR

## FLUJO DE CAJA PROYECTO PURO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS ANUALES</b>		48.620.000,00	55.913.000,00	64.299.950,00	73.944.942,50	85.036.683,88
<b>Cobros contado</b>		46.189.000,00	53.117.350,00	61.084.952,50	70.247.695,38	80.784.849,68
<b>crédito 30 días</b>			2.431.000,00	2.795.650,00	3.214.997,50	3.697.247,13
<b>Total de ingresos por ventas</b>		<b>46.189.000,00</b>	<b>55.548.350,00</b>	<b>63.880.602,50</b>	<b>73.462.692,88</b>	<b>84.482.096,81</b>
<b>Ingresos complementarios</b>		<b>2.341.327,64</b>	<b>2.692.526,78</b>	<b>3.096.405,80</b>	<b>3.560.866,67</b>	<b>4.094.996,67</b>
<b>Total Ingresos</b>		<b>48.530.327,64</b>	<b>58.240.876,78</b>	<b>66.977.008,30</b>	<b>77.023.559,55</b>	<b>88.577.093,48</b>
<b>COSTOS ANUALES</b>		37.329.581,88	42.929.019,16	49.368.372,03	56.773.627,84	65.289.672,01
<b>Contado</b>		24.264.228,22	27.903.862,45	32.089.441,82	36.902.858,10	42.438.286,81
<b>crédito 30 días</b>			9.332.395,47	10.732.254,79	12.342.093,01	14.193.406,96
<b>crédito 60 días</b>				4.936.837,20	5.677.362,78	6.528.967,20
<b>Total de costos</b>		<b>24.264.228,22</b>	<b>37.236.257,92</b>	<b>47.758.533,82</b>	<b>54.922.313,89</b>	<b>63.160.660,97</b>
<b>GASTOS ANUALES</b>						
Gastos Administrativos		4.173.114,60	4.723.983,16	5.354.727,66	6.076.930,11	6.903.851,92
Gastos de Ventas		3.508.830,18	4.017.610,55	4.600.164,08	5.267.187,87	6.030.930,11
Gastos Financieros		110.532,01	126.559,15	144.910,22	165.922,21	189.980,93
<b>Total de gastos</b>		<b>7.792.476,78</b>	<b>8.868.152,85</b>	<b>10.099.801,96</b>	<b>11.510.040,19</b>	<b>13.124.762,96</b>
<b>Total de egresos</b>		<b>32.056.705,00</b>	<b>46.104.410,78</b>	<b>57.858.335,78</b>	<b>66.432.354,07</b>	<b>76.285.423,93</b>
<b>Utilidad antes de Part. Trabajadores</b>		<b>16.473.622,64</b>	<b>12.136.466,01</b>	<b>9.118.672,53</b>	<b>10.591.205,47</b>	<b>12.291.669,55</b>
Participación de trabajadores (15%)		2.471.043,40	1.820.469,90	1.367.800,88	1.588.680,82	1.843.750,43
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>14.002.579,24</b>	<b>10.315.996,10</b>	<b>7.750.871,65</b>	<b>9.002.524,65</b>	<b>10.447.919,12</b>
Impuesto (25%)		3500644,811	2578999,026	1937717,912	2250631,163	2611979,78
<b>Utilidad neta</b>		<b>10.501.934,43</b>	<b>7.736.997,08</b>	<b>5.813.153,73</b>	<b>6.751.893,49</b>	<b>7.835.939,34</b>
Depreciación		341215,4513	341215,4513	341215,4513	341215,4513	341215,4513
Inversión	(16.617.418,36)					(18.600,00)
Capital de trabajo	(1.637.764,40)					1.637.764,40
Valor de salvamento						14775112,92
<b>Flujo de Caja</b>	<b>(18.255.182,75)</b>	<b>10.843.149,88</b>	<b>8.078.212,53</b>	<b>6.154.369,19</b>	<b>7.093.108,94</b>	<b>24.571.432,10</b>

PROYECTO  
VIABLE

<b>VAN</b>	<b>7.223.645,92</b>
<b>TIR</b>	<b>46,66%</b>

# EVALUACIÓN DEL PROYECTO.- Con financiamiento de terceros

## Consideraciones:

- ▶ El proyecto será financiado en un 70% con recursos propios y el 30% restante a través de un préstamo bancario.
- ▶ Se pedirá un préstamo a una institución financiera local por USD 4.985.255,51 por un plazo de 3 años.
- ▶ Tasa de interés: 9,32% (tasa activa referencial BCE)

# VAN - TIR (Con financiamiento)



	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS ANUALES</b>		48.620.000,00	55.913.000,00	64.299.950,00	73.944.942,50	85.036.683,88
<b>Cobros contado</b>		46.189.000,00	53.117.350,00	61.084.952,50	70.247.695,38	80.784.849,68
<b>crédito 30 días</b>			2.431.000,00	2.795.650,00	3.214.997,50	3.697.247,13
<b>Total de ingresos por ventas</b>		<b>46.189.000,00</b>	<b>55.548.350,00</b>	<b>63.880.602,50</b>	<b>73.462.692,88</b>	<b>84.482.096,81</b>
<b>Ingresos complementarios</b>		<b>2.341.327,64</b>	<b>2.692.526,78</b>	<b>3.096.405,80</b>	<b>3.560.866,67</b>	<b>4.094.996,67</b>
<b>Total Ingresos</b>		<b>48.530.327,64</b>	<b>58.240.876,78</b>	<b>66.977.008,30</b>	<b>77.023.559,55</b>	<b>88.577.093,48</b>

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTOS ANUALES</b>		37.329.581,88	42.929.019,16	49.368.372,03	56.773.627,84	65.289.672,01
<b>Contado</b>		24.264.228,22	27.903.862,45	32.089.441,82	36.902.858,10	42.438.286,81
<b>crédito 30 días</b>			9.332.395,47	10.732.254,79	12.342.093,01	14.193.406,96
<b>crédito 60 días</b>				4.936.837,20	5.677.362,78	6.528.967,20
<b>Total de costos</b>		<b>24.264.228,22</b>	<b>37.236.257,92</b>	<b>47.758.533,82</b>	<b>54.922.313,89</b>	<b>63.160.660,97</b>

<b>GASTOS ANUALES</b>						
Gastos Administrativos		4.173.114,60	4.723.983,16	5.354.727,66	6.076.930,11	6.903.851,92
Gastos de Ventas		3.508.830,18	4.017.610,55	4.600.164,08	5.267.187,87	6.030.930,11
Gastos Financieros		110.532,01	126.559,15	144.910,22	165.922,21	189.980,93
Interes		464.623,02	323.326,61	168.861,39	-	-
<b>Total de gastos</b>		<b>8.257.099,80</b>	<b>9.191.479,47</b>	<b>10.268.663,35</b>	<b>11.510.040,19</b>	<b>13.124.762,96</b>
<b>Total de egresos</b>		<b>32.521.328,02</b>	<b>46.427.737,39</b>	<b>58.027.197,16</b>	<b>66.432.354,07</b>	<b>76.285.423,93</b>
<b>Utilidad antes de Part. Trabajadores</b>		<b>16.008.999,62</b>	<b>11.813.139,39</b>	<b>8.949.811,14</b>	<b>10.591.205,47</b>	<b>12.291.669,55</b>
Participación de trabajadores (15%)		2.401.349,94	1.771.970,91	1.342.471,67	1.588.680,82	1.843.750,43
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>13.607.649,68</b>	<b>10.041.168,48</b>	<b>7.607.339,47</b>	<b>9.002.524,65</b>	<b>10.447.919,12</b>
Impuesto (25%)		3401912,419	2510292,121	1901834,867	2250631,163	2611979,78
<b>Utilidad neta</b>		<b>10.205.737,26</b>	<b>7.530.876,36</b>	<b>5.705.504,60</b>	<b>6.751.893,49</b>	<b>7.835.939,34</b>
Depreciación		341215,4513	341215,4513	341215,4513	341215,4513	341215,4513
Inversión	(16.617.418,36)					(18.600,00)
Préstamo	4.985.225,51					
Amortización		(1.516.055,82)	(1.657.352,23)	(1.811.817,45)	-	-
Capital de trabajo	(1.637.764,40)					1.637.764,40
Valor de salvamento						14775112,92
<b>Flujo de Caja</b>	<b>(13.269.957,25)</b>	<b>9.030.896,89</b>	<b>6.214.739,59</b>	<b>4.234.902,60</b>	<b>7.093.108,94</b>	<b>24.571.432,10</b>

<b>VAN</b>	<b>8.797.851,52</b>
<b>TIR</b>	<b>56,22%</b>

# Período de recuperación

## FLUJO DE CAJA PROYECTO PURO

	Inversión	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	(18.255.182,75)	10.843.149,88	8.078.212,53	6.154.369,19	7.093.108,94	24.571.432,10
Valor presente		8.395.188,51	4.842.451,26	2.856.330,91	2.548.804,91	6.836.053,09
Valor presente acumulado		8.395.188,51	13.237.639,76	16.093.970,67	18.642.775,59	25.478.828,67

**Período de recuperación** 3 años, 10 meses

## PERIODO DE RECUPERACION CON FINANCIAMIENTO

	Inversión	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	(13.269.957,25)	9.030.896,89	6.214.739,59	4.234.902,60	7.093.108,94	24.571.432,10
Valor presente		6.992.071,73	3.725.400,07	1.965.478,97	2.548.804,91	6.836.053,09
Valor presente acumulado		6.992.071,73	10.717.471,80	12.682.950,76	15.231.755,68	22.067.808,76

**Período de recuperación** 3 años, 3 meses

# ANÁLISIS DE ESCENARIOS

- ▶ Se consideraron 3 escenarios:

Escenario	Crecimiento Industria	Participación costos sobre ingresos
Optimista	19%	70%
Medio	15%	77%
Pesimista	10%	82%

Escenario	VAN	PROBAB.	( Xi - media)	( ) <sup>2</sup>	( ) <sup>2</sup> * Pi
Optimista	15.162.258,45	20%	7603368,31	57811209704465,50	11562241940893,10
Medio	7.223.645,92	60%	-335244,22	112388685792,02	67433211475,21
Pesimista	961.254,48	20%	-6597635,66	43528796284776,00	8705759256955,20
<b>varianza</b>					20335434409323,50
<b>E ( VAN )</b>					7.558.890,14
<b>desv.est.</b>					4509482,72
<b>coef.variac.</b>					<b>60%</b>

La introducción de Wal-Mart en la ciudad de Guayaquil tiene un nivel de riesgo medio alto

# ANALISIS DE SENSIBILIDAD

## Univariable

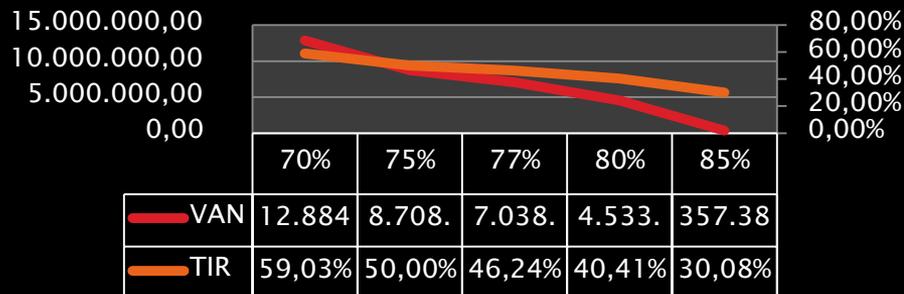
### VAN vs Rentabilidad exigida



### VAN – TIR vs Crecimiento ingresos



### VAN – TIR vs Participación costos sobre ingresos



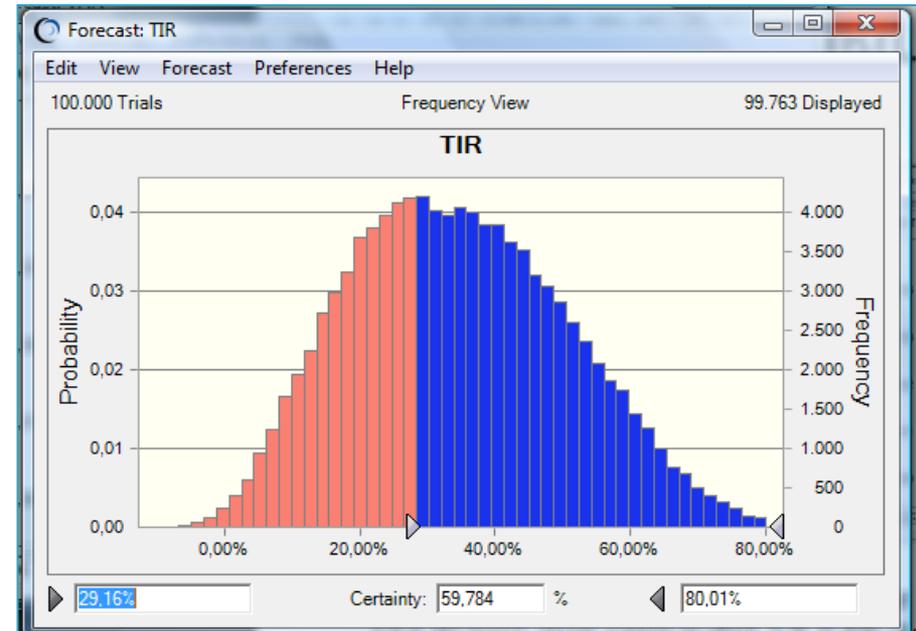
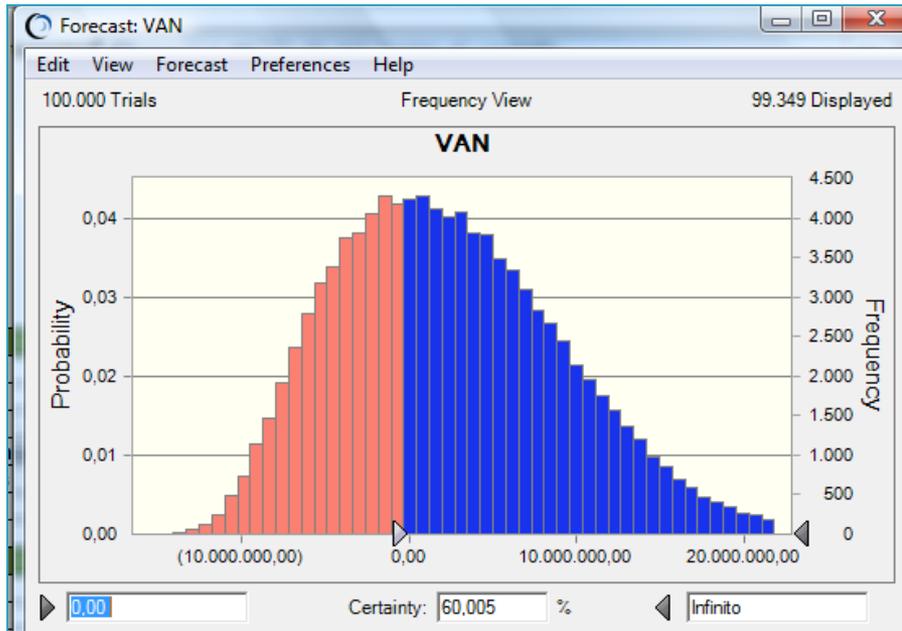
➤ El VAN y la TIR son sensibles ante cambios en las principales variables del proyecto. No obstante la TIR presenta menor sensibilidad que el VAN.

# ANALISIS DE SENSIBILIDAD Multivariable

- ▶ Simulación de Montecarlo: técnica cuantitativa que hace uso de la estadística y los ordenadores para imitar, mediante modelos matemáticos, el comportamiento aleatorio de sistemas reales no dinámicos.
- ▶ Simulador Crystal Ball

Variables de Entrada	Valores Iniciales	Distribución
Tasa de descuento	29,16%	Normal
Crecimiento de las ventas	15%	Uniforme
Participación de los Costos sobre Ingresos	77%	Uniforme
Ingresos por ventas primer año	48.620.000,00	Normal

# ANALISIS DE SENSIBILIDAD Multivariable



- ▶ Existe una probabilidad del 60% de que el VAN del proyecto sea mayor que cero y del 59,78% de que la TIR del proyecto sea mayor que la rentabilidad exigida.

# Conclusiones y Recomendaciones



# Conclusiones

- ▶ El modo de operar de las multinacionales presenta múltiples ventajas en países como el nuestro ya sea en temas tributarios, distribución y logística, laboral, entre otros.
- ▶ El inyectar inversión extranjera en la economía guayaquileña vislumbra un panorama alentador, fomentaría el empleo, mejorando la situación de cada una de las familias.
- ▶ La industria de la venta al detalle luce atractiva.

# Conclusiones

- ▶ Económicamente se muestra factible el ingreso de la Transnacional
- ▶ Rentabilidad del proyecto Wal-Mart Ecuador: 47% y VAN superior a cero (USD 7.223.M)
- ▶ Riesgo del proyecto: medio alto (60%)
- ▶ Principales desventajas: alta inversión inicial necesaria (USD 16.617.M) y posibles alianzas entre empresas de ventas al detalle existentes (La Favorita – El Rosado – TIA).

# Recomendación final

- ▶ El proyecto se muestra viable, no obstante por la situación política – económica por la que atraviesa el país actualmente consideramos que lo más recomendable es que Walmart ingrese a Ecuador a través de una fusión con alguna empresa minorista existente que ya cuente con experiencia en el mercado local.

