



**Prefactibilidad Financiera de una Tienda Virtual de Dropshipping: Comercialización
de Ropa de Moda para Mujeres en Colombia**

José Bernardo Romero Angel

**Corporación Universitaria Minuto De Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
SEDE / CENTRO TUTORIAL Bogotá D.C. - Sede Principal
PROGRAMA Especialización en Gerencia Financiera
noviembre de 2020**

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

**Prefactibilidad Financiera de una Tienda Virtual de Dropshipping: Comercialización
de Ropa de Moda para Mujeres en Colombia**

José Bernardo Romero Angel

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título DE Especialista en
Gerencia Financiera**

Asesor(a)

Sandra Miyey Parra Ramírez

Profesional en Relaciones Económicas Internacionales

Especialista en Administración Financiera

Magistra en Relaciones Internacionales.

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

SEDE / CENTRO TUTORIAL Bogotá D.C. - Sede Principal

Especialización en Gerencia Financiera

noviembre de 2020

Dedicatoria

Para Diana y Jerónimo Andrés, cuyo amor y soporte son y serán fuente de inspiración para orientar y hacer cumplir mis metas.

Agradecimientos

Agradezco a la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto, por brindarme los conocimientos necesarios para mi formación en Gerencia Financiera, a los profesores del proyecto curricular por su compromiso en brindar las herramientas y conocimientos necesarios para una sólida formación en cada área, así como abrir la inquietud de investigación en la profundización de la formación académica; además de ofrecer una formación en valores y ética apta para el desarrollo personal y profesional. A mi familia por su apoyo incondicional y desinteresado, constituyéndose en un gran respaldo en el desarrollo del proyecto, por su fundamentación de valores y enseñanzas en mi proyecto de vida.

CONTENIDO

Introducción

1. Problema.....	11
1.1 Descripción del problema	11
1.2 Pregunta de investigación	12
2. Objetivos	13
2.1 Objetivo general.....	13
2.2 Objetivos específicos	13
3. Justificación.....	14
4. Marco de referencia.....	17
4.1 Antecedentes teóricos y empíricos.....	17
4.2 Marco teórico	18
4.2.1. La prefactibilidad financiera.....	18
4.2.2. Las realidades del Dropshipping	23
5. Metodología	27
5.1 Alcance de la investigación	27
5.2 Enfoque metodológico	27
5.3 Instrumentos.....	28
5.4 Procedimientos.....	28
5.5 Análisis de información.	28
5.6 Consideraciones éticas	29
6. Resultados	30
6.1. Indicadores analizados.....	32
7. Conclusiones	36
8. Recomendaciones.....	39
9. Referencias	40

Lista de Tablas

Tabla 1. Estado consolidado de situación financiera tienda virtual (Millones de pesos).	30
Tabla 2. Estado de resultados tienda virtual (Millones de pesos).	32
Tabla 3. Resultados indicadores ROA y ROE, tienda virtual	32
Tabla 4. Nivel de endeudamiento tienda virtual.....	33
Tabla 5. EBITDA tienda virtual (Millones de pesos).....	34
Tabla 6. Flujo de fondos tienda virtual (Millones de pesos).	35
Tabla 7. Indicadores de viabilidad financiera de la tienda virtual.....	35

Lista de Figuras

Figura 1. Actualidad del comercio electrónico en Colombia 14

Figura 2. Participación de las ventas del mercado textil en Colombia..... 15

Figura 3. Comportamiento indicadores ROA y ROE, de la tienda virtual. 33

Figura 4. Comportamiento EBITDA de la tienda virtual (Millones de pesos)..... 34

Introducción

La investigación realizada sobre indicadores de rentabilidad, apalancamiento e ingresos menos gastos, muestra relación entre la importancia que existe en realizar inversiones en plataformas tecnológicas de comercio electrónico, ofreciendo a sus clientes un mayor dinamismo en el tiempo de respuesta y servicio al cliente, con los objetivos planteados en esta, ya que se hace necesario analizar cómo influyen los indicadores de rentabilidad (ROA y ROE), endeudamiento y EBITDA en la generación de valor de los activos, de igual manera es preciso identificar en que tipos de comercios electrónicos se aplica la inversión y lo más importante el retorno financiero que genere dichas inversión en los activos de la compañía, esto proporciona herramientas para realizar un comparativo en el comportamiento de los activos invertidos aclarando la incidencia financiera en un periodo de cinco años y así conocer el nivel de rentabilidad que la compañía tiene al realizar las inversiones de capital en la implementación de un comercio electrónico mediante la aplicación del Dropshipping.

El presente proyecto, propone establecer un comercio electrónico a modo de tienda virtual mediante la modalidad del Dropshipping, para facilitar a las mujeres entre 18 y 50 años la adquisición de prendas de vestir de moda, sin importar la ubicación donde se encuentren de una forma segura y cómoda, garantizando altos niveles de satisfacción a las compradoras y la disponibilidad de productos en tiempos oportunos. La pertinencia de la investigación realizada sobre el análisis de indicadores de rentabilidad, endeudamiento y EBITDA a partir de la inversión en una plataforma tecnológica de comercio electrónico. Permite la valoración de activos y análisis del indicador ROA, ROE.

El realizar la investigación sobre una actividad de comercio emergente en el país, se evidencia la necesidad de los clientes, de ser atendidos de manera más cómoda, eficaz, eficiente y simple a nivel nacional; este es el motivo por el cual que la inversión en plataformas tecnológicas de este tipo de comercio, para así cumplir las necesidades de los clientes y a su vez generar valor. Es necesario según lo informado anteriormente analizar qué nivel de rentabilidad con indicadores como el ROA y ROE junto al porcentaje de

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

endeudamiento y EBITDA que genero el proyecto después de realizar las inversiones, y así identificar el retorno obtenido.

Para Wahyuningsih & Widowati (2016) el ROA mide el rendimiento total de los activos después de sacar intereses e impuestos, el rendimiento de los activos nos muestra el buen uso de los mismos para generar ganancias en un periodo de tiempo; en el mismo sentido el retorno sobre activos ROA es uno de los índices de rentabilidad más utilizados para medir la capacidad de la gerencia financiera para obtener ganancias, en su conjunto este índice de rentabilidad ilustra la eficiencia del desempeño de la compañía en el retorno de los activos (Iskandar, 2019); dentro de los activos en el análisis del ROA encontramos tangibles e intangibles y que nos permite identificar la inversión en la productividad de la empresa (González, D., González, P. & Roa, 2017).

Así mismo Venegas-Martinez & Hernandez-Perez (2009) señalan que el ROE (Return on Equity) es un indicador financiero el cual se utiliza para analizar proyectos de inversión. De igual manera Garay, González, G., González, M. & Hernández (2006) expresan que el rendimiento sobre las inversiones propias, es un indicador que muestra el rendimiento sobre el patrimonio y se mide como utilidad operativa; es por esto por lo que el ROE presenta el rendimiento logrado de la inversión de los dueños o inversionistas de la organización (Contreras, 2006).

De otra parte Méndez (2007) señala como el EBIDAT (Earnings Before Interest, Taxes, Depretiation and Amortization), se ha convertido en un indicador financiero contable muy utilizado por los analistas financieros ya que estiman que daría información de mejor calidad en cuanto al funcionamiento del área de negocios en la que participa la empresa, en comparación con la información que se obtiene mirando sólo el resultado del ejercicio. Ahora bien; de acuerdo a Masgrau (2018) el EBITDA es un indicador no oficial que muchas empresas calculan e informan sobre el mismo únicamente para atender las necesidades de los analistas financieros y de los bancos. Este indicador no oficial y; por tanto, no reglado, ha alcanzado una notable popularidad en los últimos años, por lo que en estos artículos vamos a realizar un análisis pormenorizado del mismo. En este mismo

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

sentido, se considera que el EBITDA es una herramienta de las más utilizadas para evaluar el desempeño y para examinar el riesgo de crédito, comparándola con la deuda financiera neta y a los gastos financieros de una compañía (García, 2018).

La estrategia metodológica utilizada y desarrolló el proceso de investigación fue de enfoque cualitativo, este consiste en recolectar documentación de los casos a estudiar para así obtener resultados plantados en los objetivos del documento. Realizar este tipo de metodología tiene algunas ventajas para calcular y comparar información financiera que tiene una organización en sus archivos generales, favorece la objetividad del investigador en el asunto y genera resultados financieros más fáciles de concluir para poder analizar el proyecto. Algo fundamental en este enfoque es que el problema de investigación sea medible y su documentación sea clara fácil de obtener. En este caso en particular la información documental fue obtenida gracias CÁMARA COLOMBIAN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO y el MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES DE COLOMBIA.

Los resultados que entregó la investigación sobre análisis de indicadores financieros a partir de una inversión en plataformas tecnológicas para el comercio electrónico fueron formulados y procesados sobre los estados de situación financiera manifestada en millones de pesos, presentando una variación del ROA para el último año de 12 puntos porcentuales positivos, así mismo el nivel crecimiento del ROE del 16% de crecimiento para el mismo año final, un EBITDA igualmente positivo de 168 millones para el quinto año y un porcentaje de endeudamiento prácticamente estable cercano al 20%.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

Este proceso investigativo se fundamenta en la oportunidad que se tiene para establecer un tipo de comercio electrónico, el cual se denomina Dropshipping, direccionado a la comercialización de prendas de vestir para mujeres entre 18 y 50 años en cualquier región a nivel nacional. Con datos suministrados por la más reciente publicación del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; Colombia cuenta con 30,4 millones de conexiones a Internet de Banda Ancha, siendo 16.5 millones en la modalidad de suscripción a redes fijas y móviles, y 13.9 millones a través de conexiones móviles por demanda (Boletín Trimestral de las TIC Julio de 2018, 2018).

Ahora bien, según el estudio de mercado presentado en la publicación Comercio Electrónico en Colombia, el comercio electrónico en el país viene demostrando un crecimiento sostenido, relacionado directamente con el aumento del gasto promedio online, el cual se encuentra concentrado en tiendas del sector Retail (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014). Así mismo, la Superintendencia de Industria y Comercio hace referencia a la Revista Dinero, las Transacciones Electrónicas alcanzaron los 2 mil millones de dólares tan sólo en 2012 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014). Este escenario del comercio electrónico ha sido objeto de inclusión en el Plan Nacional de Desarrollo, así como por parte del Consejo Nacional de Política Económica y Social, como objeto del impulso y promoción, considerándose un factor de competitividad y crecimiento económico.

El creciente número de conexiones a Internet y su utilización, 17% de crecimiento según reporte del MINTIC (Boletín Trimestral de las TIC Julio de 2018, 2018), bien sea del tipo fijo o móvil; permite a los usuarios la exploración en relación con la adquisición de bienes y servicios desde su ubicación (hogar o laboral), con las correspondientes comodidades para la adquisición y el pago de estos, para la posterior recepción en su misma ubicación. De acuerdo con Procolombia (2020) el país es mayoritariamente urbano, concentrando más

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

del 70% de su población en las grandes ciudades, posee 1.103 municipios registrados en el DANE (conteo que incluye los 8 distritos especiales que se cuentan también como municipios), más las 18 áreas no municipalizadas y la isla de San Andrés, en total son 1.122 entidades administrativas locales. Ahora bien; el número de habitantes proyectados a 2020 para la totalidad de municipios del país corresponde a 50.372.424 (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2020).

De otra parte, Portafolio (2019) señala, que de acuerdo con el más reciente reporte Inexmoda y Raddar, sobre consumo de vestuario en el país, el gasto en este segmento aumentó 4,65% en términos reales, en comparación con el 2017, y se proyecta que la cifra siga creciendo a una tasa anual de 4,8%, hasta el 2022. Adicional a lo anterior, en el acumulado del año el reporte también advierte que el gasto per cápita fue de \$293.642, lo cual se traduce en un crecimiento anual corriente de 4,11% y de 3,77% en unidades.

En el mismo sentido según Portafolio (2018) registra que el reporte Inexmoda y Raddar, sobre consumo de vestuario en el país, señala en relación con la distribución del gasto por niveles socioeconómicos, que el aporte de los estratos más altos fue del 53%, seguido por el medio, con el 33% y el 1 y 2, con el 14%. Barranquilla fue la ciudad donde más se evidenció una variación del mercado, con 10,03%, seguida por Cali, con el 9,0%, Bogotá con el 8,89% y Medellín con el 8,70% y las de menor variación fueron Neiva, con el 1,63%, Manizales, con el 1,85%, Bucaramanga, con el 1,96% y Cúcuta y Pasto con 2,29% (Portafolio, 2019). Además, según las investigaciones realizadas por Raddar, una mujer en el hogar lo que más compra es alimentos con un 70,22% y le sigue vivienda con un 15,70%. Individual lo que más consumen son alimentos 20,3%, vestuario y calzado 15,7% y gastos varios 30,18%.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es la prefactibilidad financiera de una empresa dedicada a la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Determinar la prefactibilidad financiera de una empresa dedicada a la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping.

2.2 Objetivos específicos

- Relacionar los conceptos asociados a la factibilidad financiera y al Dropshipping como sustento teórico de la propuesta investigativa.
- Realizar el estudio financiero la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping.
- Determinar los indicadores ROE, ROA, endeudamiento y EBITDA, de la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping.

3. Justificación

La globalización mediante el comercio electrónico ha permitido, que los mercados superen fronteras, la propuesta es montar un e-Commerce del tipo Dropshipping, para la comercialización de ropa de moda para mujeres entre los 18 y 50 años en los municipios de Colombia. Últimamente la vida de los seres humanos ha estado marcada por el Internet, los hábitos de comunicación han cambiado, en fin; se ven influenciados por la vida en línea, encontramos e-mail, chat, portales y por supuesto tiendas virtuales; gracias a esto se acortan distancias y tiempos para la realización de transacciones, que le dan un valor agregado a los productos y servicios. Teniendo en cuenta que el comercio electrónico es el conjunto de transacciones electrónicas entre compradores y vendedores que se realizan en internet, es importante lanzar productos al mercado electrónico que logran ir más allá de la satisfacción de los clientes y establecer pautas que determinan el éxito de los negocios (Rodríguez, Luengas, & Díaz, 2017).

Según la información presentada por la Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (2019) las visitas a sitios de e-Commerce han crecido en un 3.5%, las transacciones digitales aumentaron un 24% y el 19% de los internautas compra y paga sus productos, bienes o servicios en línea; con un crecimiento que se viene sosteniendo, afirmación que se ve sostenida en la publicación Capital Inteligente de Bancolombia, correspondiente a la investigación los retos del e-Commerce para las empresas en Colombia; las ventas online en el país tienen un crecimiento anual promedio del 25%, lo que implicaría que para el 2024 serían del 11% de participación (Bancolombia, 2020).

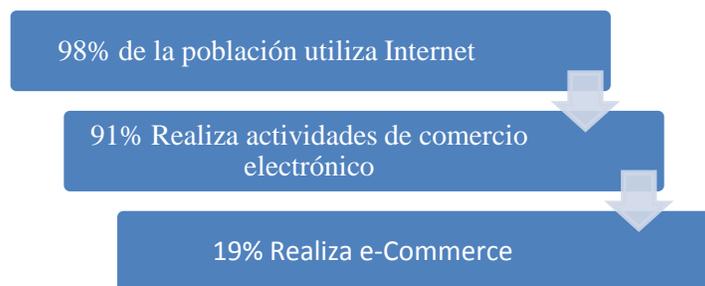


Figura 1. Actualidad del comercio electrónico en Colombia

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Fuente: Elaboración propia con base en Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (2019)

Según Portafolio (2018) con las cifras que recoge Euromonitor, suministradas por la Cámara Colombiana de la Confección (CCCA), las cuales indican que actualmente las ventas online representan cerca del 9% del total de ventas de la industria textil, lo que implica una diversificación de los clientes y la llegada a nuevos consumidores, en momentos donde los hogares muestran un crecimiento en su gasto en el año. El presidente de la CCCA, Guillermo Criado, explicó que el fenómeno de las ventas de ropa online debe dividirse en dos segmentos. El primero corresponde a nuevos emprendedores, que le apuestan a vender a través de medios virtuales. Esto, sumado a que los canales tradicionales y los catálogos han venido creciendo disciplinadamente en este segmento (Portafolio, 2018).

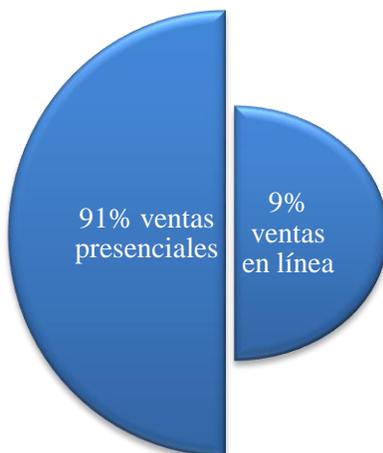


Figura 2. Participación de las ventas del mercado textil en Colombia

Fuente: Elaboración propia con base en Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (2019)

En el mismo sentido Criado señala, “Las plataformas tecnológicas han llevado a que los clientes tradicionales lleguen a sitios donde no llegaban antes, además de nuevos compradores. Por eso se puede llegar a consumidores en otros países”, indicó Criado, quien destacó que para este año la expectativa es que cerca de 11% de las ventas de la industria se haga en línea (Portafolio, 2018). La gerencia financiera busca entre otras poder evaluar de

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

manera eficiente y objetiva, los indicadores de rentabilidad, endeudamiento, así como la determinación del beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros. En este proceso se involucrarán, inversores, dirección creativa, dirección comercial, proveedores, área de administración, finanzas, medios, redes sociales, competencia, y clientes. Corresponde este Proyecto a financiación propia, con el fin de obtener la diversificación del ingreso personal (Orozco & Rodríguez, 2017).

4. Marco de referencia

4.1 Antecedentes teóricos y empíricos

Castro (2020) adelantó una investigación dirigida a evaluar la prefactibilidad de para la creación de una tienda virtual de productos electrónicos. El proyecto se ejecutó teniendo en cuenta los enfoques explicativo, exploratorio, descriptivo y correlacional, con un diseño cuantitativo, desde un muestreo probabilístico, que aplicó 157 encuestas a personas que habitan el sector de la parroquia Tarqui, de Guayaquil en la república de Ecuador. Los resultados señalan que la propuesta planteada cumple con la viabilidad financiera y económica para ser ejecutada, por cuanto se espera que el proyecto sea tomado en consideración como referencia y análisis para futuros proyectos de la misma índole, con lo cual se fomentan nuevas plazas de empleo, para así poder contribuir con la economía ecuatoriana mejorando la calidad de vida de las personas que participaran en la ejecución laboral de la empresa.

Solano (2011) realizó una investigación que buscó analizar el plan de negocios de una tienda virtual de ropa playera con un sistema de diseño autónomo para cada cliente con sede en la ciudad de Cartagena. El estudio tuvo los enfoques exploratorio, descriptivo y correlacional, con un diseño cuantitativo, que, desde un muestreo probabilístico, que aplicó 317 encuestas a mujeres habitantes de Cartagena dentro de los estratos 4, 5 y 6. Los resultados indican que el proyecto es viable, así como una tendencia creciente con respecto a la compra de vestidos de baño.

Ramos (2018) realizó una investigación en relación al comercio electrónico con dropshipping global. El proyecto tuvo el enfoque descriptivo, con un diseño cualitativo. El mismo tenía como objetivos entre otros, dar a conocer a las pequeñas y medianas empresas (pymes) comercializadoras de productos tecnológicos y de electrónica consumo, además del uso del comercio electrónico como complemento a su operativa actual de modelo de negocio, asimismo; incentivar e informar a las pymes, ya establecidas en el mercado, que es fundamental la unión y la fuerza de las centrales de compras para competir con los

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

grandes del sector, así como todas las ventajas que suponen. Los resultados señalan al modelo del dropshipping como una herramienta fundamental para las pymes, en sus modelos actuales de negocio; siendo esto necesario para adaptarse a los nuevos tiempos.

Lucas (2020) presentó una investigación encaminada a la creación de una empresa dedicada a ofrecer productos personales de consumo selectivo a través del servicio e-commerce, provincia de Santa Elena año 2018. El estudio se desarrolló en el marco de una investigación de tipo descriptiva, bajo un diseño cualitativo, que desde un muestreo no probabilístico, determinó la realización de 299 encuestas a habitantes de las GADs municipales de la provincia de Santa Elena. Los resultados demostraron que las empresas de la provincia de Santa Elena tienen poca presencia en el mercado digital a nivel nacional e internacional, así mismo que se obtuvo la factibilidad para la creación de un negocio que se dedique al dropshipping en la provincia de Santa Elena.

Romero y Castillo (2020) desarrollaron una investigación que buscó analizar la factibilidad de la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping. El estudio se desarrolló en el marco de una investigación de tipo descriptiva, bajo un diseño cualitativo. Los resultados muestran la viabilidad de la comercialización de ropa de moda para mujeres entre 18 y 50 años en los municipios de Colombia mediante la aplicación del Dropshipping, así mismo se pudo concluir que existe muy poca profundización acerca de esta técnica en Colombia,

4.2 Marco teórico

4.2.1. La prefactibilidad financiera

En el mundo actual en que vivimos, no se concibe que una decisión de inversión de cierta magnitud y vida útil pueda llevarse a cabo sin que medien estudios que demuestren su factibilidad técnica, ambiental, legal y financiera (Espinosa, 2010). Para Orozco (2005) la evaluación financiera es un proceso financiero mediante el cual una vez conocida la

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

inversión inicial (inversión requerida para que el proyecto entre en operación) y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto de inversión. El crecimiento de la demanda de proyectos de inversión, requiere del estudio de factibilidad y sus indicadores, como forma de obtener una estrategia de ejecución de los proyectos de inversiones, a partir de las prioridades dadas por los indicadores del estudio de factibilidad (Burneo-Valarezo, Delgado y Vérez, 2016).

Bazante (2014) señala que el estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, dónde estudia la localización y tamaño, ilustrando los factores influyentes para su desarrollo. El objetivo principal del estudio técnico es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido (De Jesus, 2017). Orjuela Córdova y Sandoval Medina (2002) para ellos el estudio de mercado es uno de los importantes, ya que se define el medio en que habrá de llevarse el proyecto, en este estudio se analiza el mercado, la demanda, la oferta y la estrategia comercial.

Según Baca (2001) la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia del análisis de la factibilidad de un proyecto, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial, la localización y el tamaño adecuado. Para Aguirre (1981) la evaluación de proyectos de inversión es el procedimiento por el cual se compara el resultado que se obtendrá mediante un proyecto de inversión contra un criterio objetivo que ha sido fijado con el resultado que se desea lograr como producto. La evaluación de proyectos analiza la conveniencia o inconveniencia en el uso de recursos destinados a la ejecución de un proyecto; los criterios que se utilicen deben garantizar, la eficiencia financiera, económica, social y ambiental (Duarte, Arias y Tibaná, 2007).

Según Padilla (2012) la función financiera es necesaria para que una empresa pueda operar con eficiencia y eficacia, se divide en tres áreas de decisiones:

- ✓ Decisiones de inversión. ¿Dónde invertir los fondos y en qué proporción?
- ✓ Decisiones de financiamiento. ¿De dónde obtener los fondos y en qué proporción?
- ✓ Decisiones de política de dividendos. ¿Cómo remunerar a los accionistas

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

de la empresa?

Teniendo en cuenta que las organizaciones necesitan parámetros de evaluación para reconocer el estado real de sus rendimientos desde las inversiones (López-Rodríguez y otros, 2019), es relevante tener un acercamiento hacia la manera en la cual, desde una perspectiva financiera, estos activos pueden ser controlados y manejados por las directivas. Así las cosas, los indicadores de rentabilidad son un mecanismo financiero que tienen como función el evidenciar el nivel de eficiencia con el cual se manejan los activos promedio dentro de las organizaciones (Andrade-Pinelo, 2011). En este sentido invertir en factores financieros muestra la diferencia de rentabilidades y riesgos, es por esta razón que es más veloz mover los recursos en el espacio que busca la diversificación de estos (Corpataux, 2009)

El gerente financiero adopta decisiones basados en los estados financieros, por lo tanto, es muy importante conocer la teoría financiera para aprender e implementar estrategias eficaces, así como también un conocimiento práctico del entorno financiero (Ehrhardt y Brigham, 2007). Según Baca (2001) el estudio financiero, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Asimismo; los proyectos son los medios que sirven como unidades del desarrollo para que los países logren canalizar la actividad productiva, la infraestructura de apoyo y la ejecución de actividades tendientes a mejorar el nivel de vida de sus habitantes (Hernandez, 2005).

Santos (2008) plantea que, para conocer el resultado de una inversión, se debe tener en cuenta un período de tiempo inferior a la vida útil real del proyecto invertido; al terminar el período de evaluación se hace necesario estimar el valor que puede tener el activo. Por lo cual Reyna, Echeverría & Borja (2019) declaran que, para la adquisición de equipos, materiales, maquinarias, infraestructura, capital de trabajo, y mantener en funcionamiento u operación del proyecto durante su vida útil es necesario una inversión de recursos económicos. Es por esto que, invertir en instrumentos de producción genera un retorno a largo plazo y tiende a establecer el capital en el espacio (Corpataux, Crevoisier & Theurillat, 2009).

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Chain (1995) indica que la última etapa del análisis de viabilidad, es el estudio financiero; donde los objetivos son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, elaboración de los cuadros analíticos, datos adicionales y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Santos y Eliacim (2008) hablan del objetivo del estudio financiero es sistematizar la información de carácter monetario para así determinar la rentabilidad, por lo que se utiliza un esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo del tiempo que se considere relevante. El estudio financiero cuantifica el monto de las inversiones para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación, con esta información se realizan los indicadores de rentabilidad y la evaluación financiera (De Jesus, 2017).

Para Altuve (2004) la tasa de utilidad interna, o tasa interna de retorno; es aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. En este mismo sentido, Mete (2014) define la tasa interna de retorno, como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. Por otro lado, se tiene que la tasa interna de retorno representa, en la interpretación tradicional de las tasas de interés, a la tasa de interés ganada por una inversión alternativa sobre el saldo no recuperado de una inversión (Medina, Romero & Perez, 2013).

Para Leon (2019) el valor presente neto o también llamado valor actual neto es una de las herramientas que más usan los inversionistas o profesionales para tomar decisiones correctas al momento de ejecutar un proyecto de inversión en la parte financiera. Ahora bien; según Canales (2015) el valor presente neto enseña los totales que genera el proyecto de inversión, durante el tiempo estimado (vida útil), luego de haber cubierto la inversión inicial y se haya generado la ganancia que se requiere de la inversión. De otra parte, el valor actual neto, o valor presente neto; es el modelo o método de mayor aceptación, y consiste en la actualización de los flujos netos de fondos a una tasa conocida y que no es más que el costo medio ponderado de capital, determinado sobre la base de los recursos financieros programados con antelación (Altuve, 2004).

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Wahyuningsih & Widowati (2016) exponen que el ROA mide el rendimiento total de los activos después de sacar intereses e impuestos, el rendimiento de los activos nos muestra el buen uso de los mismos para generar ganancias en un periodo de tiempo; así mismo el retorno sobre activos ROA es uno de los índices de rentabilidad más utilizados para medir la capacidad de la gerencia financiera para obtener ganancias, en su conjunto este índice de rentabilidad ilustra la eficiencia del desempeño de la compañía en el retorno de los activos (Iskandar, 2019); dentro de los activos en el análisis del ROA encontramos tangibles e intangibles y que nos permite identificar la inversión en la productividad de la empresa (González, D., González, P. & Roa, 2017).

Venegas-Martinez & Hernandez-Perez (2009) manifiestan que el ROE (Return on Equity) es un indicador financiero el cual se utiliza para analizar proyectos de inversión. De igual manera Garay, González, G., González, M. & Hernández (2006) expresan que el rendimiento sobre las inversiones propias, es un indicador que muestra el rendimiento sobre el patrimonio y se mide como utilidad operativa; es por esto por lo que el ROE presenta el rendimiento logrado de la inversión de los dueños o inversionistas de la organización (Contreras, 2006).

Para Méndez (2007) el EBIDAT (Earnings Before Interest, Taxes, Depretiation and Amortization), se ha convertido en un indicador financiero contable muy utilizado por los analistas financieros ya que estiman que daría información de mejor calidad en cuanto al funcionamiento del área de negocios en la que participa la empresa, en comparación con la información que se obtiene mirando sólo el resultado del ejercicio. Ahora bien; de acuerdo a Masgrau (2018) el EBITDA es un indicador no oficial que muchas empresas calculan e informan sobre el mismo únicamente para atender las necesidades de los analistas financieros y de los bancos. Este indicador no oficial y; por tanto, no reglado, ha alcanzado una notable popularidad en los últimos años, por lo que en estos artículos vamos a realizar un análisis pormenorizado del mismo. En este mismo sentido, se considera que el EBITDA es una herramienta de las más utilizadas para evaluar el desempeño y para examinar el

riesgo de crédito, comparándola con la deuda financiera neta y a los gastos financieros de una compañía (García, 2018).

Soldevilla (1982) declara que el tiempo que vive una organización y su progreso financiero depende fundamentalmente de las decisiones de financiamiento de capital que se tome. Para, Espinoza, et al (2017) entre mayor sea la solicitud del endeudamiento, para los acreedores más alto será el riesgo financiero, la garantía que ofrece una empresa pequeña es menor que otra más grande y esto puede ser objeto de no crédito; mientras menor sea la solicitud de apalancamiento, menor será el riesgo financiero. Por lo cual los rendimientos a mayor medida para los empresarios son el resultado del apalancamiento financiero o del nivel de endeudamiento que use la organización (Aguirre Gómez, 2009).

4.2.2. Las realidades del Dropshipping

Según la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (2011) no hay negocio por pequeño, sofisticado, especializado (o incluso raro) que sea cuya presencia en Internet no suponga una ventaja. Sobre lo cual Liberos, del Poyo & Somalo (2010) señala, que el comercio electrónico ha evolucionado muy rápido hacia un entorno mucho más estable, donde se empiezan a tener EBIDATS positivos y ello se traduce en una mejor oferta global. La demanda se está convirtiendo, poco a poco, en más sofisticada, más confiada y consideran Internet como un canal más de compra de sus productos habituales. El fenómeno de los servicios de la sociedad de la información, y en concreto del comercio electrónico, plantea una serie de retos para muchos sectores de la sociedad y también para aquellos profesionales que de una manera u otra están implicados en el fenómeno de las nuevas tecnologías (Pou, 2006).

Los cambios a escala global están alterando las formas de hacer negocios, el incremento de la competitividad, el cambio constante de las expectativas de los consumidores, el incremento de la capacidad de los suministradores y los avances tecnológicos generan esos cambios. En respuesta a ello, el comercio mundial está adaptando su organización y su forma de actuar: los procesos comerciales se están rediseñando y las estructuras jerárquicas, las barreras entre divisiones de empresas, así

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

como las existentes entre las empresas y sus suministradores y clientes, están desapareciendo (Malca, 2001). Para Fernandez & Medina (2002) la apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas, entonces el comercio electrónico, como una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial. En este sentido Paredes (2015) señala como los procesos comerciales se están rediseñando de manera que atraviesen muchos límites, existen ya muchos ejemplos de procesos que afectan a una empresa entera e incluso algunos que llevan a cabo de manera conjunta las empresas y sus consumidores o suministradores, para esto el comercio electrónico es un medio de hacer posible y soportar tales cambios a escala global.

Puesto que se trata de transacciones realizadas por internet, hay que poder diferenciar el comercio electrónico del comercio en la web. El comercio electrónico no solo es una herramienta que sirve para llevar a cabo transacciones comerciales, sino que además incluye la prestación de servicios como asesoramiento legal Online, servicio postventa, o soporte electrónico para colaboración entre empresas. Por tanto, se pone de manifiesto que el comercio electrónico no significa necesariamente venta (Martín-Moreno Redondo & Sáez Vacas, 2004). Además, según Gariboldi (1999) el comercio electrónico se constituye hoy en un hecho innegable e irreversible, con gran impacto sobre las actividades económicas y sobre el marco social en el que se desarrollan. Aunque mantiene ciertas analogías y similitudes con el comercio tradicional, dentro de su contexto los actores pasan a cumplir nuevos roles, operando en un nuevo ámbito y siguiendo los lineamientos nuevos principios. Específicamente dentro de este amplio escenario existen cuatro categorías generales de comercio electrónico que se clasifican de acuerdo al entorno, participantes, característica; como los define (Liberos, del Poyo, & Somalo, 2020):

- B2B. comercio electrónico que se realiza entre las empresas, es decir, de “empresa a empresa”. Puede ser abierto o limitado dependiendo el grupo de participantes al que va dirigido.
- B2C. es el que se lleva a cabo entre las empresas y los consumidores.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- C2C. se da entre “consumidor a consumidor” por medio de una plataforma especializada donde un consumidor pone a la venta un producto a otros consumidores.
- B2G. se da entre “empresa a Gobierno”, siendo un derivado del tipo de comercio B2B, el cual radica en la comercialización de productos y/o servicios a diferentes niveles del gobierno.

El Dropshipping, consiste básicamente en un triángulo de compras donde el emprendedor actúa como intermediario entre el cliente y el proveedor, por lo cual la persona no necesariamente debe contar con un inventario inicial para comenzar a vender (Ayando, Diaby & Nair, 2006). De acuerdo a Youderian & Hayes (2013) el Dropshipping es un modelo minorista único que permite vender productos que otros compran, almacenan y envían. El modelo se puede usar para crear un flujo de ingresos complementarios. Es decir, el Dropshipping es un sistema de comercialización de productos con poca inversión y sin tener que almacenar productos físicos, esta técnica permite publicar productos para la venta en páginas de subasta o en páginas propias en el caso de las empresas, luego cuando los clientes visiten estas páginas y compren los productos, al recibir el dinero de la compra, se ingresa a la página del dropshipper, se hace el pedido del producto que se acaba de vender, pagando con el dinero que cancelo anteriormente la persona interesada en el producto. Luego el dropshipper se encargará de empaquetar el producto y enviarlo por correo directamente al cliente final, permitiéndole ganar una comisión por la venta sin inventarios, ni costos de envío (Santos, 2010).

Para Khouja & Stylianou (2009) el dropshipping es utilizado por minoristas en línea y tradicionales como una estrategia de cumplimiento de pedidos. Es así como con la expansión de Internet y la proliferación de negocios electrónicos, muchos fabricantes han optado por distribuir productos a través de canales minoristas en línea, además de los canales minoristas tradicionales. En este documento, consideramos una cadena de suministro de dos canales en la que un fabricante considera vender un producto a través de un canal minorista convencional y un canal en línea (Dennis, Cheong, & Sun, 2017). El dropshipping, es uno de los modelos coexistentes en el comercio electrónico, y hace parte

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

de la cadena de suministro de muchas industrias dedicadas a la venta en la red (Hovelaque, Soler & Hafsa 2007).

5. Metodología

5.1 Alcance de la investigación

La investigación se fundamentó del tipo descriptivo, con lo cual se encaminó, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. De acuerdo con Morales (2010) el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Habida cuenta del modelo de negocio, el tipo de información manejada corresponde a mercados, es decir se adelantó, la recopilación, el registro y el análisis sistemático de los datos con respecto a un mercado en particular, donde mercado se refiere a un grupo de clientes específico en un área geográfica específica (González y De la Torre, 2010).

5.2 Enfoque metodológico

Según Bernal et al (2014) en razón al problema planteado y del sistema en que se basó el proyecto, el método de investigación aplicado correspondió al cualitativo. Siendo así, el método cualitativo o método no tradicional, se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Las investigaciones que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. Lo anterior considerando en que esta investigación se basará en la colección de documentos, públicos (periódicos, reportes oficiales) y eventualmente documentos privados, generados entre otros por el ministerio de tecnologías de la información y comunicaciones; así como la cámara colombiana de comercio electrónico, generando una fundamentación del tipo descriptivo, con lo cual se encaminó, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

5.3 Instrumentos

En la investigación que se llevó a cabo la metodología con la cual se recolectó la información fue de enfoque cualitativo, desarrollada específicamente con revisión documental. La revisión documental informa el desarrollo del proceso del comercio electrónico en el país, esto como resultado de obtener informes, y publicaciones presentadas por la cámara colombiana de comercio electrónico y el ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Cano, Chávez & Piñón (2013) declaran que la recolección de información sobre actividades, características y resultados permite efectuar reflexiones sobre las actividades realizadas, optimiza la efectividad, o anuncia conclusiones para la toma de decisiones futuras.

5.4 Procedimientos.

En la investigación realizada el primer paso fue la indignación de las autoridades o agremiaciones que manejan o regulan el comercio electrónico en el país en búsqueda de información acerca de publicaciones formales en este sentido, después de esto se adelantó una caracterización de los procesos y necesidades del mercado en torno al servicio del dropshipping, con el fin de establecer las inversiones, costos, gastos y demás en los que se incurriría en la formulación de un proyecto con los lineamientos que se tienen como objetivo de la presente investigación. Finalmente se realizó un análisis de la información adquirida para sacar resultados financieros en Excel como el ROA, ROE, endeudamiento y EBITDA.

5.5 Análisis de información.

Con la información recopilada, se proyectaron los estados financieros los cuales fueron transcritos para el cálculo de los indicadores de rentabilidad como el ROA y el ROE, el indicador de endeudamiento y EBITDA, para el cálculo de los indicadores se realizó con las fórmulas correspondientes desarrolladas en Excel. Se verifico los estados financieros de los años 2020, 2021, 2022, 2023 y 2025.

5.6 Consideraciones éticas

La investigación presentada en el documento cumple con la normatividad ética y jurídica definidas por Uniminuto, vinculando la protección de información que a lo largo de esta investigación han sido divulgados para garantizar el buen tratamiento de la información sin incurrir daño alguno.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

TOTAL ACTIVOS	\$ 82,45	\$ 72,51	\$ 78,13	\$ 73,12	\$ 119,76	\$ 260,94
PASIVOS						
PASIVOS CORTO PLAZO						
SOBREGIROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PRESTAMOS	\$ 25,00	\$ 21,40	\$ 17,21	\$ 12,32	\$ 6,63	\$ 0,00
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 0,00	-\$ 2,09	\$ 2,55	\$ 0,80	\$ 17,53	\$ 54,56
TOTAL PASIVOS CORTO PLAZO	\$ 25,00	\$ 19,31	\$ 19,75	\$ 13,12	\$ 24,16	\$ 54,56
PASIVOS LARGO PLAZO	\$ 0,00	\$ 0,00				
TOTAL PASIVOS	\$ 25,00	\$ 19,31	\$ 19,75	\$ 13,12	\$ 24,16	\$ 54,56
APORTE SOCIOS	\$ 57,45	\$ 57,45				
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 0,00	\$ 0,00	-\$ 4,24	\$ 0,93	\$ 2,55	\$ 38,15
UTILIDAD PERIODO	\$ 0,00	-\$ 4,24	\$ 5,17	\$ 1,62	\$ 35,60	\$ 110,78
TOTAL PATRIMONIO	\$ 57,45	\$ 53,20	\$ 58,38	\$ 60,00	\$ 95,60	\$ 206,38
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 82,45	\$ 72,51	\$ 78,13	\$ 73,12	\$ 119,76	\$ 260,94

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

En el mismo sentido se obtuvo, el estado de resultados en millones de pesos correspondiente a la tienda virtual; como sigue:

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Tabla 2. Estado de resultados tienda virtual (Millones de pesos).

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	176,96	213,68	285,79	428,12	732,94
COSTO VENTAS	107,40	129,69	173,45	259,83	444,84
UTILIDAD BRUTA	69,56	83,99	112,34	168,28	288,10
GASTOS OPERACIONALES	72,30	73,27	107,61	113,65	122,19
UTILIDAD OPERACIONAL	-2,74	10,72	4,73	54,64	165,91
INGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS NO OPERACIONALES	3,59	3,00	2,31	1,50	0,56
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-6,33	7,72	2,42	53,13	165,34
IMPUESTOS	-2,09	2,55	0,80	17,53	54,56
UTILIDAD NETA	-4,24	5,17	1,62	35,60	110,78

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

6.1. Indicadores analizados

Al identificar la información financiera anteriormente expuesta y analizar los indicadores de rentabilidad (ROA y ROE por sus siglas en inglés), indicadores de endeudamiento y EBITDA, generados por la inversión en la tienda virtual. Dieron como resultado que, el (ROA, por sus siglas en inglés) divide la utilidad neta por los activos, midiendo el crecimiento de la empresa, y el indicador de rentabilidad (ROE, por sus siglas en inglés) divide la utilidad neta y los fondos propios o bien llamados patrimonio, midiendo el rendimiento de la empresa en fondos internos, tienen el siguiente comportamiento.

Tabla 3. Resultados indicadores ROA y ROE, tienda virtual

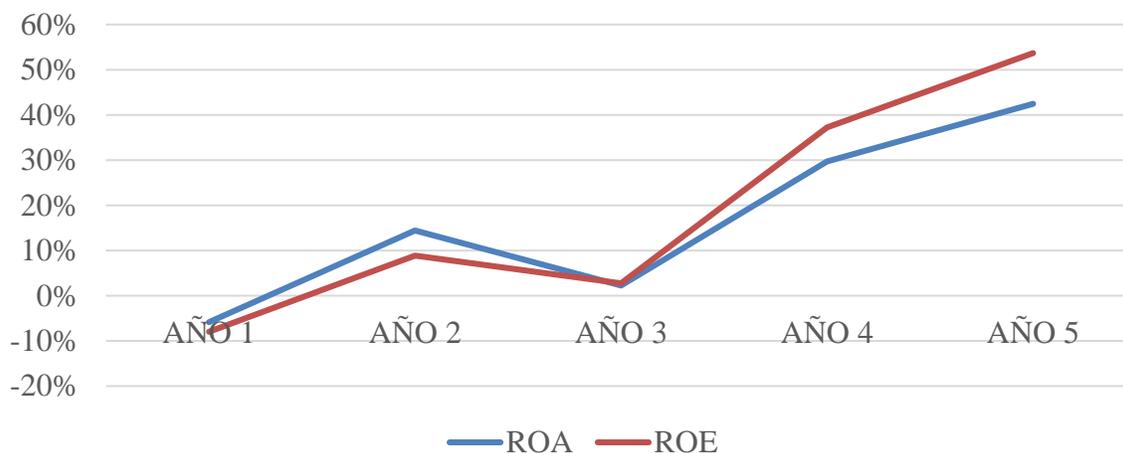
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	-5,85%	14,44%	2,22%	29,73%	42,45%
ROE	-7,98%	8,86%	2,71%	37,24%	53,68%

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

De acuerdo a estos resultados se tiene que, para los dos primeros años el peso de la deuda es mayor a la rentabilidad económica, de ahí hasta el quinto año la condición cambia; obteniéndose que parte de los activos se han financiado con deuda, y de esta forma, ha crecido la rentabilidad financiera, lo cual se visualiza gráficamente como sigue:

Figura 3. Comportamiento indicadores ROA y ROE, de la tienda virtual.



Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

Ahora bien; en relación al endeudamiento se tiene el siguiente comportamiento para el periodo de evaluación:

Tabla 4. Nivel de endeudamiento tienda virtual.

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	26,63%	25,28%	17,94%	20,18%	20,91%

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

Así las cosas; el endeudamiento que corresponde a la relación entre los pasivos totales y los activos totales decrece hasta el tercer año de evaluación, y después muestra estabilización hasta el quinto año de la evaluación, este indicador mide que tanto es utilizado el apalancamiento financiero para aumentar la rentabilidad esperada.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Finalmente, el ultimo indicador analizado e informado conceptualmente es el EBITDA, el cual es generado de tomar los ingresos, restándole costos de ventas, deduciéndole gastos de administración para así sumarle la depreciación y amortización; en este orden de ideas el resultado obtenido es el siguiente:

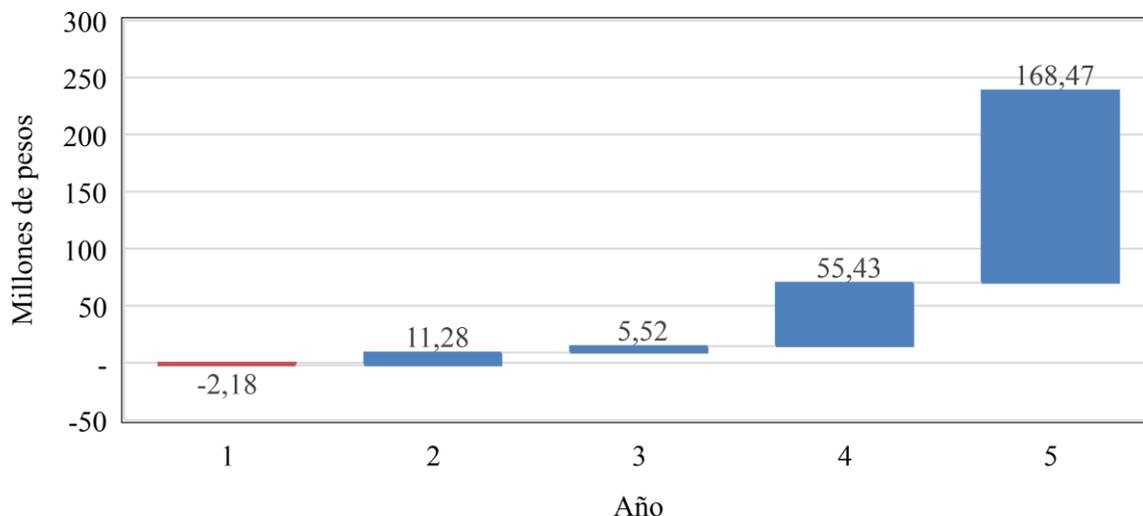
Tabla 5. EBITDA tienda virtual (Millones de pesos).

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
EBITDA	-	2,18	11,28	5,52	55,43	168,47

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

Lo anterior refleja un comportamiento satisfactorio de los beneficios, generando una imagen de constante ganancia de la tienda virtual en el periodo evaluado, lo cual se puede apreciar gráficamente como sigue:

Figura 4. Comportamiento EBITDA de la tienda virtual (Millones de pesos).



Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

Ahora bien; de otra parte se tiene que el comportamiento del flujo de fondos y sus correspondientes indicadores de viabilidad, son los siguientes:

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Tabla 6. Flujo de fondos tienda virtual (Millones de pesos).

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	- 57,45	17,72	1,54	- 2,47	30,70	106,72

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

A partir del flujo de fondos se tienen los siguientes indicadores de viabilidad financiera para la tienda virtual en el periodo de evaluación.

Tabla 7. Indicadores de viabilidad financiera de la tienda virtual.

Tasa de Descuento	WACC	13,86%
Valor Presente Neto	VPN	31.666.764
Tasa Interna de Retorno	TIR	27,21%

Fuente: Elaboración propia con base en evaluación financiera de la tienda virtual.

De esta evaluación se tiene, que se alcanzan a satisfacer las expectativas de inversión deseadas por los inversionistas que están previstas en el 15%, mediante la obtención de una tasa interna de retorno del 27,21%. Este ejercicio se realizó a partir de la utilización del costo promedio ponderado de capital obtenido del análisis de costo de capital y costo de la deuda con el beneficio de la tasa impositiva de impuestos, cuyo resultado fue el aplicado como tasa de descuento para fines de evaluación. Así mismo, se tiene que el valor presente neto es mayor a 0, lo que indica que el proyecto arroja un beneficio aun después de cubrir las expectativas, así mismo, un valor presente neto positivo indica la aceptación del proyecto debido a que genera ganancias o beneficios.

7. Conclusiones

El desarrollo de la investigación permitió analizar y relacionar los conceptos de los indicadores de rentabilidad, endeudamiento y EBITDA, también permitió identificar las inversiones necesarias para una tienda virtual dedicada al Dropshipping, de igual forma logró generar una comparación del retorno de los activos invertidos junto con su incidencia en el desarrollo financiero en un periodo de tiempo a través de varios indicadores financieros, lo cual es parte de los objetivos de la gerencia financiera al momento de generar valor, lo que permite brindar crecimiento en las compañías y para esto se deben establecer resultados con frecuencia utilizando diferentes indicadores financieros (Wahyuningsih, & Widowati, 2016; Martínez, 2012; Indacochea, 2015; García, 2018).

En el mismo sentido la investigación dio a conocer los resultados financieros sobre la inversión realizada, de acuerdo con esto para conocer el resultado de una inversión se hace necesario tener en cuenta un período de tiempo inferior a la vida útil real del proyecto (Santos, 2008; Reyna, Echeverría & Borja, 2019; Orozco & Rodríguez, 2017; López-Rodríguez & Rincón, 2019). Por lo cual en esta investigación se tuvo en cuenta un periodo de tiempo de cinco años. De esta manera se pudo comparar el retorno de los activos invertidos y analizar financieramente los ingresos, costos y gastos generados durante ese periodo de tiempo.

Uno de los indicadores analizados en esta investigación fue el ROA, el cual muestra la eficiencia de activos que se maneja en la compañía ayudando a confrontar el beneficio obtenido por la misma, contra el total de activos de la organización en sus últimos periodos contables (Andrade, 2011; Kurniasari, 2017; Combariza, et al 2012). Al analizar los estados financieros, se logró comparar el retorno de activos, evidenciando un crecimiento porcentual en el último periodo del ROA, de igual manera demuestra que la organización obtuvo mayor rentabilidad en el último ciclo sobre los otros tiempos investigados en el total de sus activos.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

Asimismo; Otro de los indicadores analizados fue el ROE, el cual depende del margen de utilidad o provecho ciertamente, del nivel de manejo de activos y por último del apalancamiento financiero que se aplique en el año contable (Nava & Martínez 2012; Venegas-Martínez & Hernández-Pérez 2009; Garay, González, G., González, M. & Hernández 2006; Rodríguez, Luengas, & Díaz, 2017). Referente a esto, se evidencia que la rentabilidad de la compañía sobre fondos propios tuvo un crecimiento comparando los dos últimos años, de igual manera se concluye que los activos fueron mayores gracias a su nivel bajo de endeudamiento y/o apalancamiento el cual fue estable en los periodos evaluados.

Alguna de las limitaciones que se pueden encontrar las compañías al momento de buscar crecimiento financiero se evidencia un mal manejo en el porcentaje de apalancamiento financiero o deuda que ellos tienen. Masgrau (2005) manifiesta, que lo ideal es tener niveles de apalancamiento financiero neutro o positivo. El endeudamiento se expresa de manera positiva al momento en el que el nivel de apalancamiento aumenta en la empresa la rentabilidad financiera. En este caso se muestra como el porcentaje de apalancamiento es bajo, considerándose positivo ya que es estable y ayudan a que la rentabilidad sobre los activos y la rentabilidad sobre el patrimonio crezcan como se evidencio en los resultados financieros.

Un asunto de alta relevancia en la evaluación financiera que deben tener en cuenta las compañías a nivel mundial es el análisis del EBITDA. Martínez (2012) expresa que el indicador muestra los resultados financieros, pero por sí solo no es suficiente medida para indicar si un proyecto es rentable o no, por lo cual es necesario evaluar junto con otros indicadores que valoren el resto de los aspectos financieros sensibles del proyecto. El EBITDA evidenciado en este caso da como resultado que la organización generó mayores ingresos y menos gastos, y por lo anterior el proyecto se ve muy rentable. Es pertinente señalar que este no fue el único indicador analizado y hace parte de un conjunto de los mismos para concluir que la rentabilidad en las inversiones es favorable.

El desarrollo metodológico y el análisis documental fueron los adecuados para cumplir con los objetivos planteados en el desarrollo de la investigación, esto se evidencia

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

en virtud, que estos fueron suficientes para identificar los indicadores propuestos. Los resultados obtenidos de la investigación aportan información y conocimiento financiero sobre la inversión en comercio electrónico mediante la modalidad del Dropshipping.

Del mismo lado, la investigación también permitió mostrar la rentabilidad creciente de una organización implementada mediante una plataforma electrónica, acorde a la realidad que afronta la humanidad en este momento de crisis, donde el comercio presencial se ha visto relegado por temas de sanitarios y donde el comercio electrónico toma fuerza para proveer al consumidor de los insumos requeridos con un satisfactorio nivel de seguridad, con una baja inversión inicial y sin necesidad de incurrir en inventarios que puedan eventualmente comprometer el comportamiento de los flujos de fondos en el tiempo.

De forma general, se reconoció que la rentabilidad en este caso fue favorable para el proyecto evaluando los indicadores de ROA, ROE, endeudamiento y EBITDA en un periodo de cinco años sobre las inversiones, para futuras o próximas líneas de investigación lo ideal es realizar un análisis de una mayor cantidad de indicadores financieros más exactamente de rentabilidad, con el propósito de precisar la oportunidad financiera de nuevos emprendimientos de inversión a realizar en el futuro.

8. Recomendaciones

Durante esta investigación se analizó una oportunidad de emprendimiento mediante este tipo de comercio electrónico, el cual corresponde a uno de los sectores emergentes en la economía colombiana, que aporta dinamismo económico generando confianza, y seguridad. Con el fin de obtener un mejor resultado dentro del estudio se aplicó la metodología cualitativa que permite tener un mejor análisis de los datos, dado que con este método de recolección documental se obtiene la información de manera más sencilla, teniendo presente que la información financiera requerida para este estudio es poca considerando la corta incursión en el país, generando limitantes en el proceso se recomienda obtener los documentos en las grandes plataformas internacionales, logrando así abarcar los objetivos planteados.

A partir de esta investigación se extiende la invitación a todos los estudiantes y comunidad universitaria de la Corporación Universitaria Minuto de Dios a continuar con proyectos de investigación que abarquen el análisis de los diferentes indicadores y razones financieras, esto se hace teniendo en cuenta que dentro del estudio se pudo evidenciar que la investigación en este campo ha sido mínima, y que es de gran importancia continuar con este tipo de proyectos que permiten observar el comportamiento financiero de las organizaciones dedicadas al comercio electrónico en Colombia.

Finalmente, es necesario que al continuar con este tipo de investigaciones contar con más tipos de indicadores financieros, los cuales pueden brindar información más exacta de que tan rentables son los proyectos que se llevan a cabo, aún más en inversiones realizadas en plataformas tecnológicas ya que con una cantidad mayor de indicadores de rentabilidad es posible evidenciar resultados a un periodo de tiempo más largo y así encontrar oportunidades de mejora si es necesario; entre mayores sean los indicadores que ayuden con la evaluación, aumentarán las posibilidades de determinar errores de inversión.

9. Referencias

- Aguirre-Gómez, F. A. (2009). *Apalancamiento financiero, su efecto sobre la rentabilidad y la generación de valor*. INGE@ UAN-Tendencias en la Ingeniería, 1(1).
- Aguirre, J. A. (1981). *Introducción a la evaluación económica y financiera de inversiones agropecuarias: manual de instrucción programada* (No. 46). Iica.
- Altuve, J. G. (2004). *El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión*. Actualidad contable FACES, 7(9), 7-17.
- Andrade, A. M. (2011). *Análisis del ROA, ROE y ROI*. Contadores y Empresas, 170, 59-61.
- Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (2011). *Libro blanco del comercio electrónico*. AECEM: Madrid, España.
- Ayanso, A., Diaby, M., & Nair, S. K. (2006). *Inventory rationing via drop-shipping in Internet retailing: A sensitivity analysis*. European Journal of Operational Research, 171(1), 135-152.
- Baca, U. G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México D.F., México: McGraw-Hill.
- Bancolombia (2020). *Retos e-Commerce*, s.f., Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/tendencias/tendencias-globales/retos-ecommerce-marcas> [Fecha de Consulta: 13 de enero de 2020].
- Bazante, G., (22 de abril de 2014). *Estudio Técnico*. Recuperado el 2 de junio de 2020 de <https://es.scribd.com/doc/56967580/Estudio-Tecnico-Proyecto>.
- Bernal, C., Correa, A., Pineda, M. I., Lemus, F. J., Fonseca, M., & Muñoz, C. (2014). *Fundamentos de Investigación*. México D.F., México: Pearson.
- Boletín Trimestral de las TIC Julio de 2018 (2018). *Conexiones de Banda Ancha y Demás Conexiones, julio de 2018*, pp. 7, Recuperado de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-75854.html> [Fecha de Consulta: 16 de enero de 2020].
- Burneo-Valarezo, S., Delgado Víctore, R., & Vérez, M. A. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión*. Ingeniería Industrial, 37(3), 305-312.
- Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (2019). *El 19 por ciento de los internautas colombianos compra y paga sus productos o servicios en línea*, s.f., Recuperado de

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- <https://www.ccce.org.co/noticias/el-19-por-ciento-de-los-internautas-colombianos-compra-y-paga-sus-productos-o-servicios-en-linea-2/> [Fecha de Consulta: 03 de abril de 2020].
- Cano, R. V., Chávez, T. T. & Piñón, R. C. (2013). *Revisión documental acerca de la investigación evaluativa*. Contribuciones a las Ciencias Sociales, (2013-03).
- Castillo, B., Romero, J. (2020). *Tienda virtual de dropshipping: comercialización de ropa de moda para mujeres en Colombia*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá D.C., Colombia.
- Castro Quijije, L. J. (2020). *Proyecto de prefactibilidad para la creación de una tienda virtual de productos electrónicos*. Universidad de San Gregorio del Porto Viejo, Guayaquil, Ecuador.
- Chain, S., & Sapag Chain, R. (1995). *Preparación y evaluación de proyectos*. Santafé de Bogotá; Colombia: McGraw-Hill.
- Combariza, N., García, C., Alvarado, L., España, C., & Rivera, H. (2012). *Análisis estratégico del sector de Telecomunicaciones: empaquetamiento tecnológico*. Documentos de Investigación Facultad de Administración, 132(132), 136.
- Contreras, I. (2006). *Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario*. Visión Gerencial, (1), 13-28.
- Corpataux, J., Crevoisier, O., & Theurillat, T. (2009). *The expansion of the finance industry and its impact on the economy: a territorial approach based on Swiss pension funds*. Economic Geography, 85(3), 313-334.
- DefiniciónABC (2020). *Definición de Multidisciplinariedad*, s.f., Recuperado de <https://www.definicionabc.com/ciencia/multidisciplinariedad.php> [Fecha de Consulta: 21 de febrero de 2020].
- De Jesús, M. O. J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Valledupar, Colombia: ECOE ediciones.
- Dennis, Z. Y., Cheong, T., & Sun, D. (2017). *Impact of supply chain power and dropshipping on a manufacturer's optimal distribution channel strategy*. European Journal of Operational Research, 259(2), 554-563.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2020). *Proyecciones de población*, s.f., Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por->

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion [Fecha de Consulta: 18 de febrero de 2020].

- Duarte, T., Arias, R. & Tibaná, M. (2007). *Análisis económico de proyectos de inversión*. Scientia et Technica, 1(1), 333-338
- Espinoza, J., Figueroa, I., Laínez, A., & Malavé, L. (2017). *Rentabilidad financiera del Sector camaronero: Formulación del árbol de decisión mediante el algoritmo de CHAID*. Revista de Negocios & PyMES, 3(9), 27-34.
- Espinoza, S. F. (2010). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Ehrhardt, M., Brigham E., (2007). *Finanzas Corporativas. Segunda Edición*. México D.F., México: Editorial Thomson.
- Fernández, E., & Medina, J. (2002). *Comercio electrónico*. Editorial McGraw-Hill: Madrid, España.
- Hovelaque, V., Soler, L. G., & Hafsa, S. (2007). *Supply chain organization and e-commerce: a model to analyze store-picking, warehouse-picking and drop-shipping*. 4OR, 5(2), 143-155.
- Indacochea, A. (2015). *El EBITDA, una ecografía financiera*. *Strategia*, (35), 56-59.
- García, J. P. (2018). *¿Puede utilizarse el EBITDA de forma oportunista?: Desviaciones detectadas en la aplicación del EBITDA normalizado de AECA*. AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, (122), 3-6.
- Garay, U., González, G., González, M., & Hernández, Y. (2006). *Índice de buen gobierno corporativo y desempeño financiero en la Bolsa de Valores de Caracas*. Estudio IESA, 24, 1-22.
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. Banco Interamericano de Desarrollo. Buenos Aires, Argentina.
- González, R., De la Torre, V. (2010). *Marketing en el Siglo XXI*. Madrid, España, Centro Estudios Financieros
- González, D. P., González, P. S. & Roa, K. D. (2017). *Análisis del impacto de las TIC en la productividad de las empresas del IBEX 35, España y Col20*, Colombia. *Puente*, 7(1), 17-27.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- Hernández, A., (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Quinta edición.* México D.F., México: Editorial Thompson.
- Iskandar, I. (2019). *Analisis vector autoregression (var) terhadap Interrelationship antara financing deposit ratio (fdr) dan Return on asset (roa) pada bank syariah di indonesia.* Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan (JESKaPe), 3(2), 19-39.
- Khouja, M., & Stylianou, A. C. (2009). *A (Q, R) inventory model with a drop-shipping option for e-business.* Omega, 37(4), 896-908.
- Kurniasari, R. (2017). *Analisis Return On Assets (ROA) dan Return On Equityl Terhadap Rasio Permodalan (Capital Adequacy Ratio) Pada PT Bank Sinarmas Tbk.* Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 4(2), 150-158.
- Leon, C., & David, E. (2019). *Valuación del proyecto de inversión por el método valor presente neto VPN y tasa interna de rendimiento TIR.* Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- Liberos, E., del Poyo, R. G., & Somalo, I. (2010). *El libro del comercio electrónico.* Esic Editorial: Madrid, España.
- López-Rodríguez, C. E., Cardozo, C. E., Monroy, L. & González, E. G. (2019). *El impacto del valor económico agregado (EVA) en la valoración accionaria de las empresas colombianas entre los años 2015 al 2018.* Revista ESPACIOS, 40(43).
- López-Rodríguez, C. E., & Rincón, S. D. P. (2019). *El transporte de carga terrestre en el comercio internacional. Análisis comparativo entre Bogotá, Colombia y Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.* Ensayos de Economía, 29(54), 89-114.
- Lucas, P. P. (2020). *Creación de una empresa dedicada a ofrecer productos personales de consumo selectivo a través del servicio e-commerce, provincia de Santa Elena año 2018.* Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador.
- Malca, Ó. (2001). *Comercio electrónico.* Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Martín-Moreno Redondo, M., & Sáez Vacas, F. (2004). *Aplicaciones y abusos de Internet como canal de comunicación del comercio electrónico.* Madrid, España.
- Martínez, J. B. (2012). *el ebitda.* Cont4bl3, (41), 15-17.

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- Masgrau, E. G. (2005). *El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa*. Revista de contabilidad y dirección, 2, 71-91.
- Masgrau, E. G., & Vilardell, M. D. C. B. (2018). *El EBITDA: ¿Indicador útil o inútil?* Técnica contable y financiera, (5), 128-142.
- Medina, J. R., Romero, R. L., & Pérez, G. A. (2013). *Propuesta para el uso exclusivo de la tasa interna de retorno modificada en la toma de decisión de proyectos industriales de inversión*. Nexa Revista Científica, 26(2), 83-87.
- Méndez, C. A. B. (2007). *EBITDA, ¿Es un indicador financiero contable de agregación de valor?*. Capic Review, (5), 4.
- Mete, M. R. (2014). *Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia, 7(7), 67-85.
- Morales, F. (2010). *Tipos de investigación*. Bogotá D.C.
- Nava, A. R., & Martínez, F. V. (2012). *Liquidez y apalancamiento de la banca comercial en México*. Análisis Económico, 27(66), 73-96.
- Orjuela Córdova, S., Sandoval Medina, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*: Universidad de Chile.
- Orozco, Á., & Rodríguez, C. E. (2017). El Copazú y los negocios inclusivos, una estrategia socioeconómica en Florencia-Caqueta. *Cooperativismo & Desarrollo*, 25(112), 3.
- Orozco, J. D. J. M. (2005). *Evaluación financiera de proyectos*. Universidad Popular del Cesar. Valledupar, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Padilla, M. C. (2012). *Gestión financiera*. Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones.
- Paredes, E. (2015). *Comercio electrónico*. Universidad de Pamplona. Pamplona, Colombia.
- Portafolio (2018). *¿En qué gastan el dinero las mujeres?*, 08 marzo de 2018, Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/lo-que-compran-las-mujeres-en-colombia-515004> [Fecha de Consulta: 03 de abril de 2020].
- Portafolio (2019). *Colombianos gastaron \$293.642 en vestuario*, 04 febrero de 2019, Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/colombianos-gastaron-293-642-en-vestuario-525983> [Fecha de Consulta: 03 de abril de 2020].

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- Procolombia (2020). *Como es la organización político administrativa de Colombia*, s.f., Recuperado de <https://www.colombia.co/pais-colombia/estructura-del-estado-colombiano/como-es-la-organizacion-politico-administrativa-de-colombia/> [Fecha de Consulta: 28 de agosto de 2020].
- Pou, M. A. (2006). *Manual práctico de comercio electrónico*. La Ley: Madrid, España.
- Ramos, J. (2018). *Comercio electrónico con dropshipping global*. Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Reyna, F. R., Echeverría, G. C. & Borja, G. F. (2019). *La evaluación de proyectos de inversión: una perspectiva financiera*. Opuntia Brava, 11(Especial 2), 465-473.
- Rodríguez, C. E., Luengas, B. A. & Díaz, E. L. (2017). *Tendencias de consumo y de la distribución en el mercado de las arepas de maíz en la ciudad de Bogotá DC*. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 19(30), 149-172.
- Santos, P. (2010). *Negocios por internet ¿qué tan reales son? Dropshipping nuevo modelo de negocios por internet*. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá D.C., Colombia.
- Santos, S., & Eliacim, J. (2008). *Estudio Financiero y de Mercado para la comercialización de Jamón Benedictinon marca Zamorano, para el mercado de Tegucigalpa, Honduras* (Bachelor's thesis, El Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana).
- Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. *Contribuciones a la Economía*, 11.
- Solano, A. (2011). *Plan de negocios de una tienda virtual de ropa playera con un sistema de diseño autónomo para cada cliente con sede en la ciudad de Cartagena*. Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia.
- Soldevilla, E. (1982). *El apalancamiento financiero y los tipos de interés bancario*. *Boletín de Estudios Económicos*, 37, 591.
- Superintendencia de Industria y Comercio (2014). *Comercio Electrónico en Colombia*. *Estudios de Mercado*, s.f., pp 21-28, Recuperado de https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado_E-commerce.pdf [Fecha de Consulta: 03 de abril de 2020].

Prefactibilidad Financiera Tienda Virtual Dropshipping

- Venegas-Martínez, F., & Hernández-Pérez, E. (2009). *Comportamiento asintótico del rendimiento sobre el capital y de la razón precio-utilidad*. *Economics*, 3(1), 14-28.
- Wahyuningsih, P. & Widowati, M. (2016). *Analisis ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2013)*. *Jurnal STIE Semarang*, 8(3), 83-102.
- Youderian, A., & Hayes, M. (2013). *The Ultimate Guide to Dropshipping*. Lulu Publishing Services.