



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Boutique de ropa, en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos”.

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTORA:

Alexandra Maribel Vargas Tandazo

TUTORA:

Ing. Karina Falconi

Nueva Loja, 15 de septiembre 2021

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis está dedicado con todo mi amor a Dios, quien ha sido mi luz, mi guía y fortaleza para seguir adelante. A toda mi hermosa familia principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento. A mi esposo e hijos quienes han sabido ser pacientes y comprensivos en el tiempo de calidad que no podía otorgarles durante este proceso de mi carrera. A mis hermanos, hermana, cuñado y cuñada, quienes me brindaron su apoyo y solidaridad con el cuidado de mis hijos y en la elaboración de sus tareas educativas. A todos mis amigos y amigas quienes de una u otra manera me aportaron con su valioso tiempo y conocimientos profesionales.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un profundo y efusivo agradecimiento a:

- A Dios por todas sus bendiciones que día a día me ha dado y por permitirme llegar con salud a este momento tan especial en mí vida.
- A mis padres Segundo Vargas y Fanny Tandazo, quienes han sabido darme un ejemplo de honradez, trabajo, humildad y perseverancia.
- A mi hermana mayor Mireya Vargas, por su apoyo incondicional y motivación constante durante todo este proceso de formación profesional, muchas gracias hermanita.
- A mi esposo Byron Serrano y a mis hijos Anthony y Byron, por su amor, paciencia y comprensión, en todo este tiempo de mi carrera universitaria.
- A mis amigos, especialmente a Tatiana Moreta, por apoyarme y extenderme su mano cuando más lo necesitaba, siempre te llevará en mi corazón mi querida amiga.
- Finalmente quiero agradecer a todas las autoridades, personal académico y administrativo del Institución Tecnológico Internacional Universitario ITI, en especial al Ing. Cristhian Carvajal Coordinador de la Carrera de Administración y a mi estimada Tutora Ing. Karina Falconi, por sus valiosos aportes, conocimientos, enseñanzas educativas y sobre todo por la gran calidad humana, que me supieron demostrar en el transcurso de la realización de esta tesis.

AUTORIA

Yo, Alexandra Maribel Vargas Tandazo, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Nueva Loja, 15 de septiembre de 2021.

Atentamente

Alexandra Vargas Tandazo

Ing. Karina Falconi.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Certifico haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Nueva Loja, 15 de septiembre de 2021

Ing. Karina Falconi.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La **Ing. Karina Falconi** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la **Sra. Alexandra Vargas** por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La señora Alexandra Vargas realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una boutique de ropa, en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.”**, para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **Ing. Karina Falconi**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA.- Los comparecientes, **Ing. Karina Falconi** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la **Sra. Alexandra Vargas**, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una boutique de ropa, en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA.- Aceptación: Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Nueva Loja, 15 de septiembre de 2021

Ing. Karina Falconi

Alexandra Vargas Tandazo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN.....	1
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	2
2.1 Creación de la empresa	2
2.2 Descripción de la empresa	2
2.1.1 Importancia.....	2
2.1.2 Características	2
2.1.3 Actividad	3
2.3 Tamaño de la empresa	3
2.4 Necesidades que satisfacer.....	4
2.4.1 Necesidad Fisiológica.....	4
2.4.2 Necesidad de Seguridad	4
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación	4
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento	4
2.4.5 Necesidad de Autorrealización	5
2.5 Localización de la empresa.....	5
2.6 Filosofía empresarial.....	5
2.6.1 Misión	5
2.6.2 Visión	6
2.6.3 Objetivos	6
2.6.4 Meta.....	6
2.6.5 Estrategias	6
2.6.6 Políticas	7
2.6.7 FODA	7
2.7 Desarrollo organizacional.....	8
2.7.1 Tipo de estructura	8
2.7.2 Formalización	8
2.7.3 Centralización – Descentralización	9
2.7.4 Integración	9

2.8	Estructura Organizacional.....	9
2.9	Funciones del personal.....	10
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	16
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	16
3.2	Investigación de mercado	16
3.2.1	Modalidad.	16
3.3	Plan de Muestreo.....	16
3.6	Entorno empresarial	28
3.6.1	Microentorno	28
3.6.2	Macroentorno	31
3.6.	Producto y servicio.....	33
3.6.1	Producto Esencial	33
3.6.2	Producto real.....	33
3.6.3	Características	33
3.6.4	Calidad	34
3.6.5	Estilo	34
3.7	Marca	34
3.7.1	Producto aumentado	34
3.8	Plan de introducción al mercado	35
3.8.1	Distintivos y Uniformes	35
3.8.2	Materiales de identificación.	36
3.8.3	Canal de distribución y puntos de ventas	39
3.8.4	Riesgo y oportunidades del negocio.....	40
3.9	Fijación de Precios.....	40
3.9.1	Fijación de precios por producto.....	40
3.10	Implementación del negocio	42
3.10.1	Arriendo del local.	42
3.10.2	Muebles y enseres	42
3.10.3	Equipos de computación.	43
3.10.4.	Maquinarias y equipos	43
3.10.7.	Sumistros de oficina.....	44
3.10.8.	Servicios básicos.....	44
3.10.9.	Materiales de limpieza.....	45
3.11	Estudio arquitectónico	45
	Estructura interna del establecimiento.	45
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	46

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	48
5.1. Objetivo de área	48
6. PROCESO FINANCIERO	50
6.1. Introducción.....	50
6.2. Inversiones	50
6.4. Activos diferidos	51
6.4. Capital de trabajo	51
6.5. Sueldos	52
6.6. Depreciación activos fijos.	53
6.7. Amortizaciones.....	53
6.8. Estructura capital	54
6.9. Tabla de amortización	54
6.10. Punto de equilibrio.....	55
6.11. Costo de ventas.....	56
6.12. Flujo de caja	57
6.13. Calculo del TIR y el VAN.....	58
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	58
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	59
CAPÍTULO 7.....	60
7.1. Conclusiones.....	60
7.2. Recomendaciones.....	61
BIBLIOGRAFIA.....	62
ANEXOS.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Méritos aspectos a considerar, administrador	11
Tabla N° 2 Méritos aspectos a considerar, asistente de ventas	13
Tabla N° 3 Méritos aspectos a considerar, cajera	15
Tabla N° 4 Tabulación 1	18
Tabla N° 5 Tabulación 2	19
Tabla N° 6 Tabulación 3	20
Tabla N° 7 Tabulación 4	21
Tabla N° 8 Tabulación 5	22
Tabla N° 9 Tabulación 6	23
Tabla N° 10 Tabulación 7	24
Tabla N° 11 Tabulación 8	25
Tabla N° 12 Tabulación 9	26
Tabla N° 13 Tabulación 10	27
Tabla N° 14 Tabla de proveedores	30
Tabla N° 16 Tabla de plan de marketing.....	39
Tabla N° 17 Costos de la comercialización de blusas	41
Tabla N° 18 Arriendo.....	42
Tabla N° 19 Muebles y enseres	42
Tabla N° 20 Equipos de Computación.....	43
Tabla N° 21 Maquinarias	43
Tabla N° 22 Equipos Industriales de Seguridad	43
Tabla N° 23 Suministros de Oficina.....	44
Tabla N° 24 Servicios Básicos.....	44
Tabla N° 25 Materiales de Limpieza.....	45
Tabla N° 26 Activos fijos	50
Tabla N° 27 Activos diferidos.....	51
Tabla N° 28 Capital de trabajo	51
Tabla N° 29 Detalles de inversión.....	52
Tabla N° 30 Sueldos.....	52
Tabla N° 31 Décimos.....	52
Tabla N° 32 Sueldos totales.....	53

Tabla N° 33 Depreciación activos fijos	53
Tabla N° 34 Amortizaciones.....	54
Tabla N° 35 Estructura del capital	54
Tabla N° 36 Amortización	55
Tabla N° 37 Datos punto de equilibrio	55
Tabla N° 38 Punto de equilibrio	56
Tabla N° 39 Ventas / costos.....	56
Tabla N° 40 Costos de ventas.....	57
Tabla N° 41 Flujo de caja.....	58
Tabla N° 42 Cálculo del VAN/ TIR	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow	4
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa	5
Gráfico N°3 Organigrama de empresa	9
Gráfico N°4 Tabulación 1	18
Gráfico N°5 Tabulación 2	19
Gráfico N°6 Tabulación 3	20
Gráfico N°7 Tabulación 4	21
Gráfico N°8 Tabulación 5	22
Gráfico N°9 Tabulación 6	23
Gráfico N°10 Tabulación 7	24
Gráfico N°11 Tabulación 8	25
Gráfico N°12 Tabulación 9	26
Gráfico N°13 Tabulación 10	27
Gráfico N°14 Micro entorno de empresa.....	28
Gráfico N°15 Ubicación de la empresa	29
Gráfico N°16 Macro entorno de empresa.....	31
Gráfico N°17 Diseño uniforme del personal.....	35
Gráfico N°18 Imagotipo.....	36
Gráfico N°19 Tarjeta de presentación	37
Gráfico N°20 Reverso tarjeta de presentación	38
Gráfico N°21 Estructura del establecimiento.....	64

“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una boutique de ropa, en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos”.

Alexandra Vargas Tandazo

Ing. Karina Falconi

Nueva Loja, 15 de septiembre de 2021

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolla con la finalidad de orientar respecto a la decisión de invertir en una tienda de ropa, de manera que dicha decisión se tome sobre una base objetiva y no sobre intuición y algunos cálculos globales. Es decir, se busca desarrollar un análisis estratégico, económico y financiero del proyecto a fin de determinar la conveniencia de invertir o no en el negocio. Ale-Store nace como una opción de crear una tienda que venda exclusivamente ropa de mujer de diversos diseñadores en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio. En este estudio se realizó el análisis de las variables e indicadores del entorno, los cuales son básicos para conocer la situación actual del mercado y determinar la viabilidad de la implementación de un nuevo negocio. Se elaboró un estudio de mercado para conocer los hábitos y tendencias de compra de los clientes, el comportamiento del consumidor y su aceptación con respecto a nuestros productos. Con esto se busca conocer las tendencias y la frecuencia de compra de los posibles clientes, con la finalidad de satisfacer la demanda de los mismos. El presente proyecto consta de siete capítulos tales como; la estructura organizacional, la investigación de mercados, el proceso de derecho legal, proceso ambiental y social, el proceso financiero y por ultimo las conclusiones y recomendaciones de la investigación, se recalca que cada capítulo se encuentra desglosado para una mayor comprensión. Para finalizar se puede decir que el proyecto demuestra que la inversión analizada posee un nivel de rentabilidad aceptable, pero implica un riesgo considerable dadas las circunstancias del entorno.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

La comercialización de ropa femenina surge como iniciativa de contribuir a la creación de nuevas plazas de trabajo, e introducir nuevos modelos y estilos fabricados por artesanas y diseñadores nacionales e internacionales, ofreciendo productos nacionales que buscan la aceptación en el mercado, además que permita satisfacer las necesidades de las mujeres para que siempre puedan lucir bien y se sientan satisfechas con lo que llevan puesto. En algún momento todos hemos tenido la necesidad de buscar un lugar donde ir de compras con nuestras amigas o familiares, considerando un ambiente agradable y moderno, atención de calidad, evitando cualquier tipo de presión por la compra, contar con un parqueo cómodo y lo más importante que los precios sean cómodos y los productos de buena calidad.

2.2 Descripción de la empresa

2.1.1 Importancia

Al hablar de prendas de vestir, son utilizadas para que las personas se protejan del frío, del calor extremo y las precipitaciones, entre otras cosas. El propósito principal de ésta es proteger al cuerpo humano, las prendas de vestir se usan como medio de representación de ideas culturales, sociales y religiosas. Las personas se visten de diferente manera de acuerdo a la ocasión, clima y su estado de ánimo.

Los tiempos cambian y la moda también, esto hace del negocio de ropa sea una industria creativa, en donde se puede materializar todas esas grandes ideas que se guarda en nuestra mente. Las tiendas de ropa nunca dejarán de ser un negocio concurrido y de gran demanda, dado a que comercializan productos útiles y necesarios para todas las personas, la clave del éxito es ser creativo y ofrecer algo distinto a lo de otras tiendas. La creatividad e innovación son dos grandes aliados en esta industria.

2.1.2 Características

Contribuir al desarrollo socioeconómico: Ale-Store se compromete a promover, proteger y mejorar la calidad de la vida y el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y nacionales.

Apoyar la creación de oportunidades para el crecimiento y desarrollo de habilidades artesanales, promoviendo el desarrollo de industrias locales, transferencia de conocimiento y desarrollo de profesionales locales.

Protección del medio ambiente: Ale-Store cree que el compromiso con la reducción del impacto ambiental y la protección de los ecosistemas y la biodiversidad no solo son fundamentales para la preservación del planeta y sus habitantes, presente y futuro, también son necesarios para asegurar la competitividad, la reducción de riesgos y contar con un mayor desarrollo del negocio.

Atención al cliente: Ale-Store se compromete a continuar sus esfuerzos por adoptar los valores de artesanía, calidad, seguridad y sostenibilidad en sus productos y asegurar una comunicación justa y transparente con sus clientes, que incluye ser constantemente atentos a sus necesidades.

2.1.3 Actividad

Ale-Store es una tienda dedicada a la comercialización de ropa casual, formal y de gala femenina.

2.3 Tamaño de la empresa

Ale-Store es una microempresa que contará con 2 áreas básicas: administrativa y ventas.

La empresa contará con:

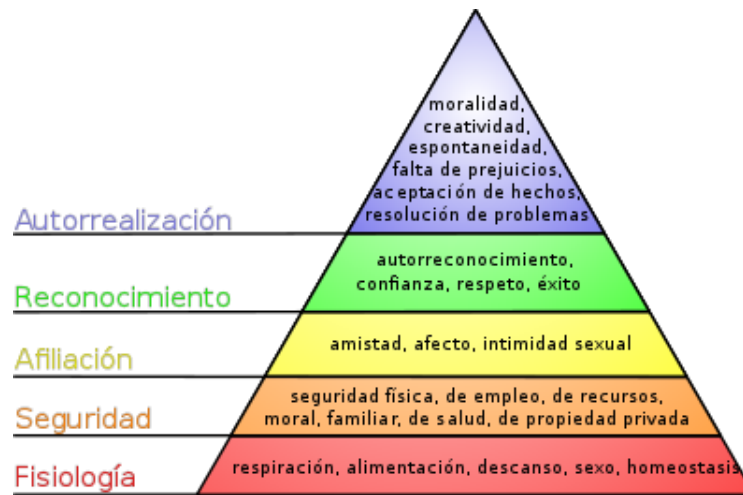
1 Administrador;

1 Cajera; y,

1 Asistente de ventas.

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



2.4.1 Necesidad Fisiológica

Ale-Store se adapta a las necesidades básicas, ya que será la comercialización de prendas de vestir lo cual es básico en las personas.

2.4.2 Necesidad de Seguridad

Las necesidades de seguridad apropiadas a la vestimenta y moda son elementos prendas de buena calidad, de alta costura etc.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación

Ale-Store permite el poder de ir más allá con recompensas y atención dedicada para que los clientes se sientan motivados a decírselo a sus amigos y a compartirlo en las redes sociales.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Con los productos de Ale-Store los clientes se sentirán motivados ya que, a toda mujer, nos encanta vernos y sentirnos bien cuando hacemos una buena compra, además, las personas están dispuesta a gastar más en un negocio que les haga sentir importantes y que les incentive por su fidelidad.

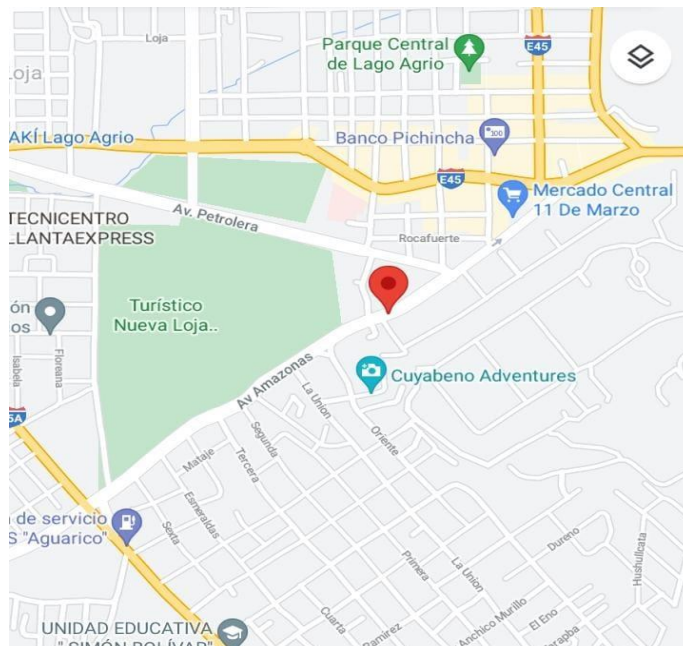
2.4.5 Necesidad de Autorrealización

Ale-Store brindará productos para vestirse bien de buena calidad y así transmitir la seguridad en los clientes.

2.5 Localización de la empresa

Ale-Store estará ubicado en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, barrio Guayaquil.

Ilustración 2. Ubicación.



2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Ofrecer a las damas que gustan del buen vestir, ropa de la más alta calidad al mejor precio del mercado, siempre tratando de tener modelaje que este al corriente con lo último de la moda, para que así pueda desarrollar sus actividades cotidianas luciendo su belleza y resaltando su elegancia.

2.6.2 Visión

Posicionarnos en el mercado como una empresa exitosa y socialmente responsable con gran reconocimiento a nivel nacional gracias a nuestros productos, calidad, precios y servicio, siempre respetando los derechos y el trabajo tanto de nuestros colaboradores como de nuestros clientes, para así seguir creciendo y poder ofrecer nuestros productos en todo el interior del país.

2.6.3 Objetivos

- Elaborar y ejecutar un plan estratégico, reforzando las finanzas necesarias para ponerlo en marcha a partir del primer día de funcionamiento.
- Investigar la situación actual del mercado para la planificación del aumento de las ventas de nuestro producto en un 20 % en los próximos 6 meses, a partir del funcionamiento.
- Indagar sobre los elementos y características que tendrá el producto de la empresa para que cumpla con las expectativas del cliente, y obtener un 10 % más de beneficios, durante el primer año.
- Abrir nuevas sucursales a partir del segundo año de funcionamiento y de esa manera mejorar la producción de nuestro negocio en un 10%.

2.6.4 Meta

Tener una tienda que comercialice ropa femenina, que satisfaga las necesidades de mujeres que gusten del buen vestir, que tenga una liquidez en el plazo de dos años a partir de la apertura, y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones de los empleados.

2.6.5 Estrategias

- Realizar un diagnóstico técnico para definir cuáles son las necesidades en creadas por las mujeres en la actualidad.
- Realizar un estudio de mercado que determine cuál es la demanda actual.
- Establecer la macro y micro localización necesaria mediante estudio técnico.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por la empresa.
- Ser respetuoso con los compañeros y con la empresa.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa

- Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- Conocimientos de la Competencia.
- Personal calificados y eficientes.
- Política Publicitaria y de Promoción.

Oportunidades

- Interés social por la moda.
- Oportunidades tecnológicas.
- Fidelidad de Proveedores.

Debilidades

- Competencia en el mercado textil.
- Poca variedad en la gama de productos.

- Cuenta con un salón de ventas, para la comercialización y distribución de sus prendas de vestir.

Amenazas

- Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político del país.
- Cambios continuos en las tendencias.
- Elevado número de productos sustitutos en el mercado.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de estructura

Diferenciación

En Ale-Store la comunicación será de tipo vertical, irá desde el mando superior hasta los niveles operativos del mismo, esto para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial

- Administrador

Nivel Operativo

- Cajera
- Asistente de ventas

2.7.2 Formalización

Ale-Store se registrará a manuales, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, esto con el fin de dar cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos y seguridad social.

Para su respectiva operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.7.3 Centralización – Descentralización

Ale-Store centrará sus actividades en el área de ventas ya que de esta dependerá la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

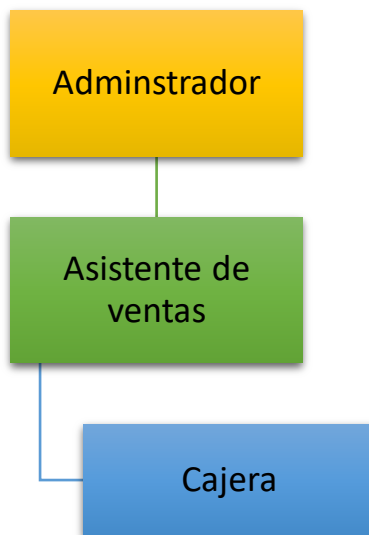
La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo en beneficio y satisfacción de los clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, en las ventas se identificará al cliente, contactar al cliente, presentar la oferta y cerrar la venta.

2.8 Estructura Organizacional

Ilustración 3. Estructura organizacional Ale-Store



2.9 Funciones del personal

PUESTO DE ADMINISTRADOR

Detalles generales del puesto de Administrador

Empresa	Ale-Store.
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Llevar a cabo las políticas comerciales de la empresa y las acciones necesarias para el logro de los objetivos de venta establecidos.
Denominación del puesto	Administrador.
Rol del puesto	Organizar, planear y controlar el recurso humano, técnico y logístico de la tienda, para garantizar el cumplimiento de las metas puestas por la compañía.
Remuneración	\$ 700.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1.

Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ingeniero Licenciado Tecnólogo en Administración; y demás áreas a fines a la administración.	Mínima 3 año en el cargo de administrador.	Técnicas de liderazgo y trabajo en equipo. Administración de empresas. Técnicas de ventas y marketing. Dominio de procesos contables, manejo de herramientas administrativas. Conocimientos de administración estratégica.	Puntualidad. Respeto. Adaptabilidad. Análisis de problemas. Comunicación. Delegación. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Planificación y organización. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

PUESTO DE ASISTENTE DE VENTAS

Detalles generales del puesto asistente de ventas

Empresa	Ale-Store.
Unidad administrativa	Área de ventas.
Misión del puesto	Garantizar altos niveles de satisfacción de los clientes mediante un excelente servicio de ventas. Mantener la tienda en condiciones excepcionales y cumplir.
Denominación del puesto	Asistente de ventas.
Rol del puesto	Brindar un servicio de alto nivel al cliente y aumentar el crecimiento y los ingresos de la empresa maximizando las ventas.
Remuneración	\$ 400.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2.

Méritos aspectos a considerar, asistente de ventas.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Maestra en la rama artesanal de corte confección.	Mínima 2 años en el ambiente de ventas y servicio al cliente.	Técnicas de ventas y negociación.	Creatividad. Respeto. Comunicación.
Estudiante universitario.		Atención al cliente. Conocimiento en la rama de confección.	Compromiso. Decisión. Puntualidad. Solidaridad.
		Conocimiento en las últimas tendencias de moda.	Capacidad de escuchar. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

PUESTO DE CAJERA

Detalles generales del puesto de cajera

Empresa	Ale-Store.
Unidad administrativa	Área de ventas.
Misión del puesto	Realizar las funciones de cobro y cuadre de caja. Atender, asesorar y orientar al cliente. Gestionar el control de pedidos y stocks. Elaborar el inventario de los productos disponibles y controlar las existencias.
Denominación del puesto	Cajera.
Rol del puesto	Realizar las funciones de cobro y cuadre de caja. Atender, asesorar y orientar al cliente. Gestionar el control de pedidos y stocks. Elaborar el inventario de los productos disponibles y controlar las existencias.
Remuneración	\$ 400.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3.

Méritos aspectos a considerar, cajera.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Persona profesional. Estudiantes universitarios en contabilidad, administración marketing.	Al menos 1 año de experiencia.	Atención al cliente. Conocimientos informáticos básicos. Contabilidad básica actualizada. Cobranza y manejo de dinero.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Respeto. Comunicación. Puntualidad. Compromiso. Decisión. Integridad. Planificación y organización. Sociabilidad. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Investigar la situación actual del mercado, las necesidades latentes, las preferencias de los consumidores, y la difusión de la imagen, productos de la boutique mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

Ale-Store consideró la investigación aplicada de campo, para la investigación de mercado. Dicha investigación se realizó para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información por medio de las encuestas.

3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos a través de encuestas, se realizó mediante la herramienta de google formularios y fue enviada de forma digital, en un lapso de 2 días se encuestó a 160 mujeres del barrio Guayaquil, manzana 01, sector 06, zona 03. La encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, se tomó como sujetos de estudio a mujeres de edades comprendidas entre 18 a 45 años, de la manzana 01, sector 06, zona 03 del barrio Guayaquil, en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos. Se toma en cuenta solo a este target, puesto a que el emprendimiento va dirigido al sexo femenino, y son parte de mi segmentación de mercado. Para definir el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{275 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (275 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{264}{1.6454}$$

$$n = 160$$

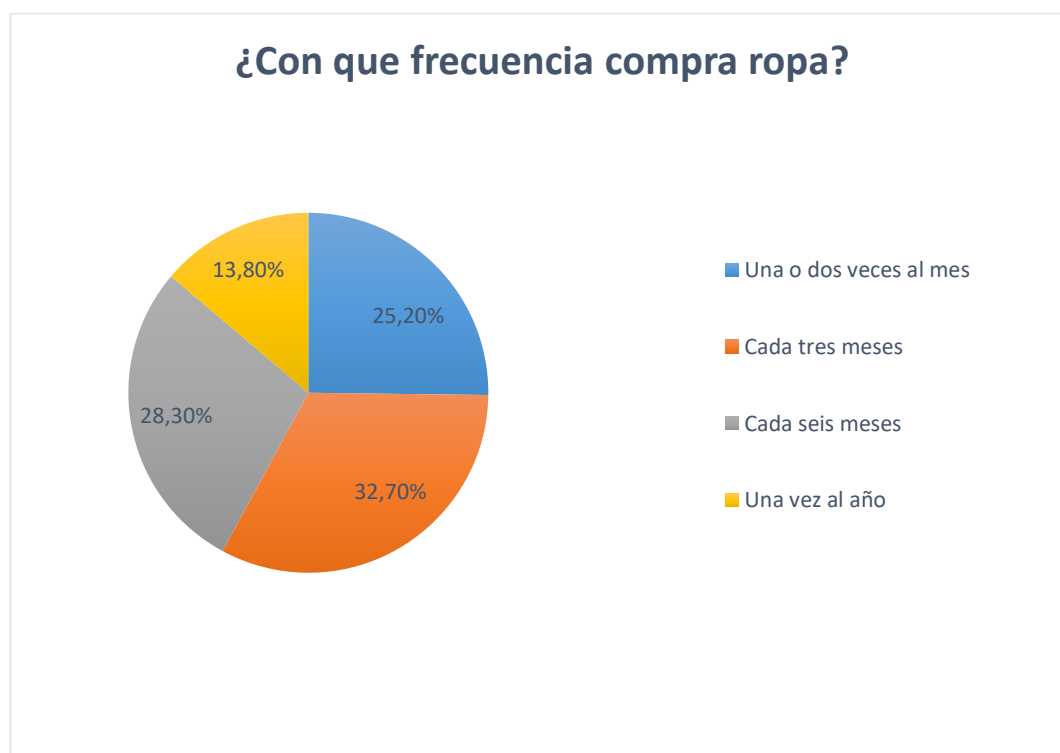
3.4 Análisis de encuestas

Tabla 4.

Pregunta N° 1.

¿Con que frecuencia compra ropa?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Una o dos veces al mes	40	25.2%
Cada tres meses	52	32.7%
Cada seis meses	45	28.3%
Una vez al año	22	13.8%
TOTAL	159	100.0%

Ilustración 4, pregunta 1, gráfico circular.



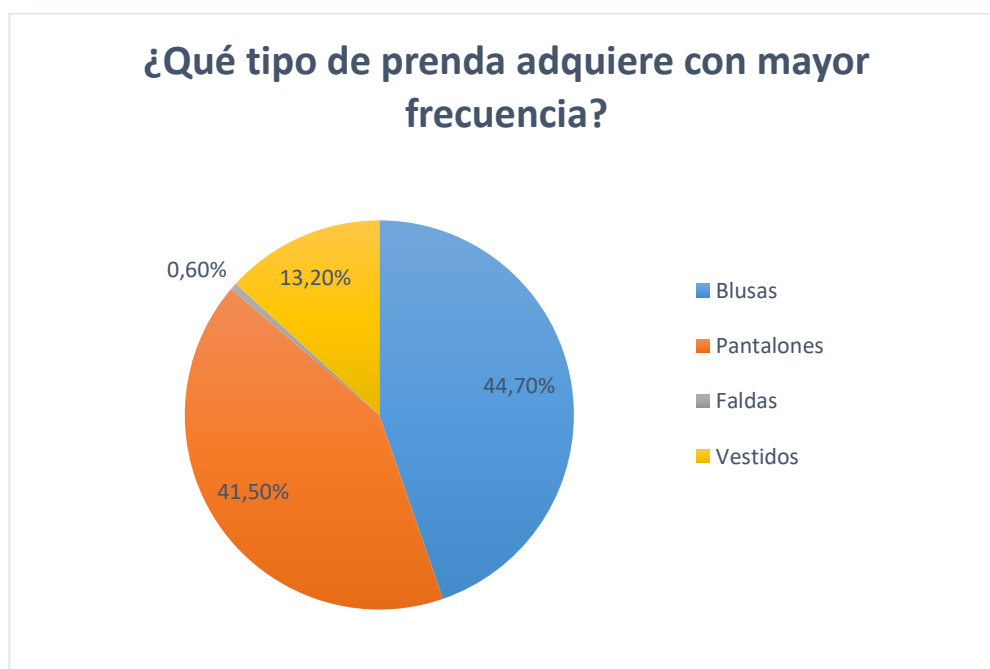
Análisis: En este gráfico nos muestra que el 32.7% de encuestadas han indicado que su frecuencia de compra se limita a cada tres meses.

Tabla 5.

Pregunta N°2

¿Qué tipo de prenda adquiere con mayor frecuencia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	
Blusas	71	44.7%
Pantalones	66	41.5%
Faldas	1	0.6%
Vestidos	21	13.2%
TOTAL	159	100%

Ilustración 5, pregunta 2, gráfico circular.



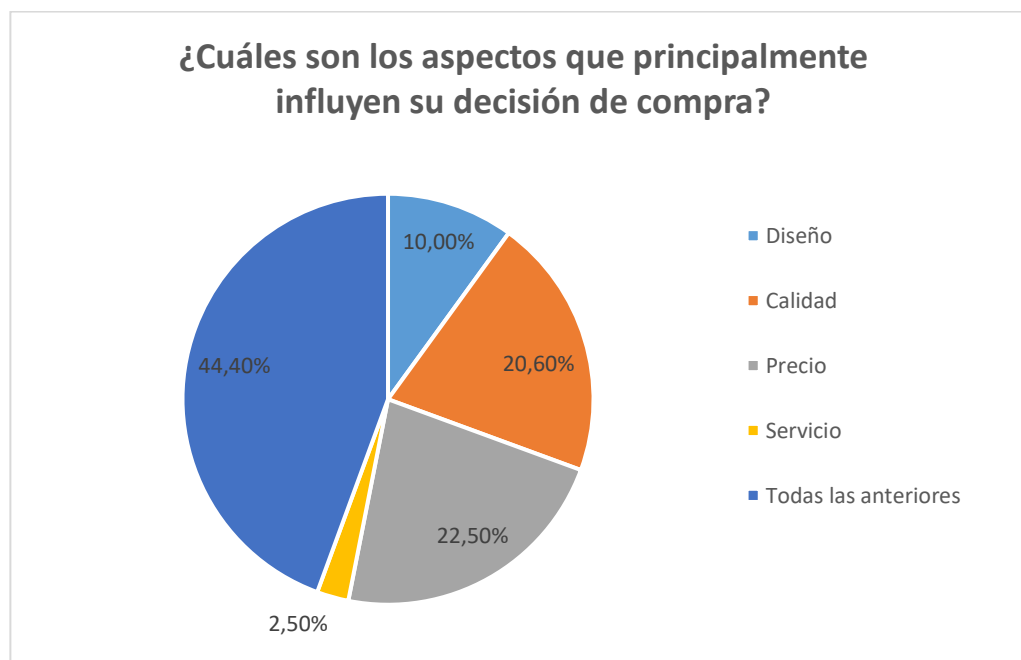
Análisis: En este gráfico se muestra que el 44.7% de las encuestadas han indicado que la prenda que adquieren con mayor frecuencia son las blusas, siendo este el producto clave dentro de Ale-Store, que en definitiva este producto va a dinamizar la economía de la empresa.

Tabla 6.

Pregunta N° 3.

¿Cuáles son los aspectos que principalmente influyen su decisión de compra?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diseño	16	10.0%
Calidad	33	20.6%
Precio	36	22.5%
Servicio	4	2.5%
Todas las anteriores	71	44.4%
TOTAL	160	100.0%

Ilustración 6, pregunta 3, gráfico circular.



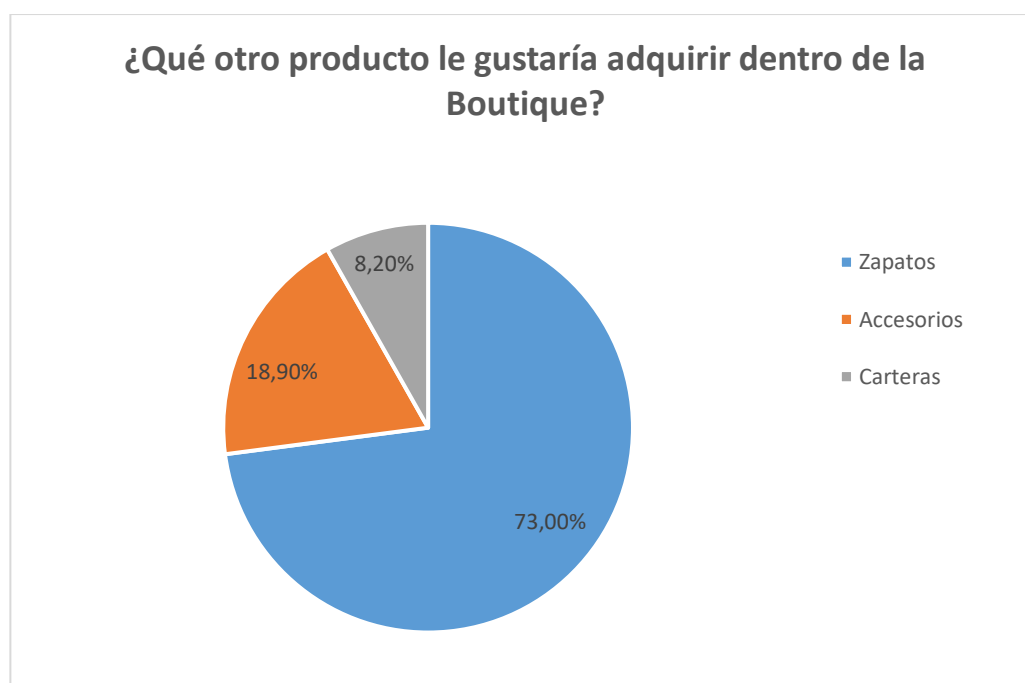
Análisis: Este gráfico nos muestra que el 44.4% de las encuestadas han indicado que los aspectos que principalmente influyen su decisión de compra son: el diseño, calidad, precio y el servicio que brinda el personal al momento de realizar la compra, en tal sentido Ale-Store, brindará a su distinguida clientela un trato cordial y sutil, productos de diseños exclusivos y en tendencia, así como también elaborados en telas de gran calidad que realcen su figura y sobre todo se sientan cómodas y seguras de sí mismas.

Tabla 7

Pregunta N°4

¿Qué otro producto le gustaría adquirir dentro de la Boutique?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Zapatos	116	73.0%
Accesorios	30	18.9%
Carteras	13	8.2%
TOTAL	159	100.1%

Ilustración 7, pregunta 4, gráfico circular.



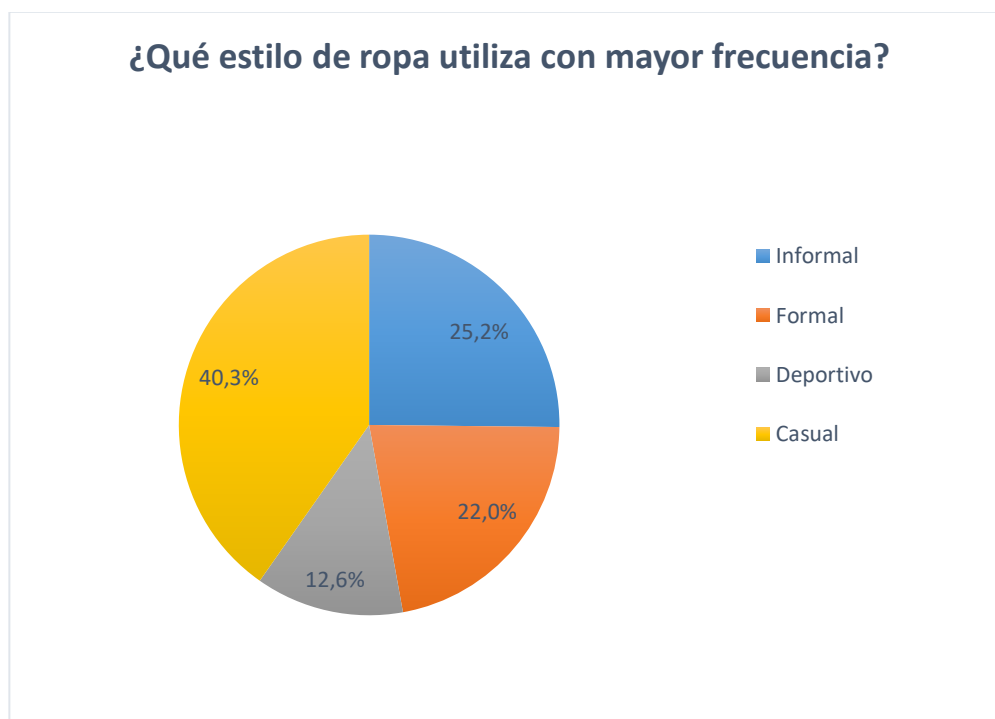
Análisis: Este gráfico nos muestra que el 73% de las encuestadas han indicado que les gustaría adquirir dentro de la Boutique, un producto adicional como zapatos.

Tabla 8.

Pregunta N°5

¿Qué estilo de ropa utiliza con mayor frecuencia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	
Informal	40	25.2%
Formal	35	22.0%
Deportivo	20	12.6%
Casual	64	40.3%
TOTAL	159	100%

Ilustración 8, pregunta 5, gráfico circular.



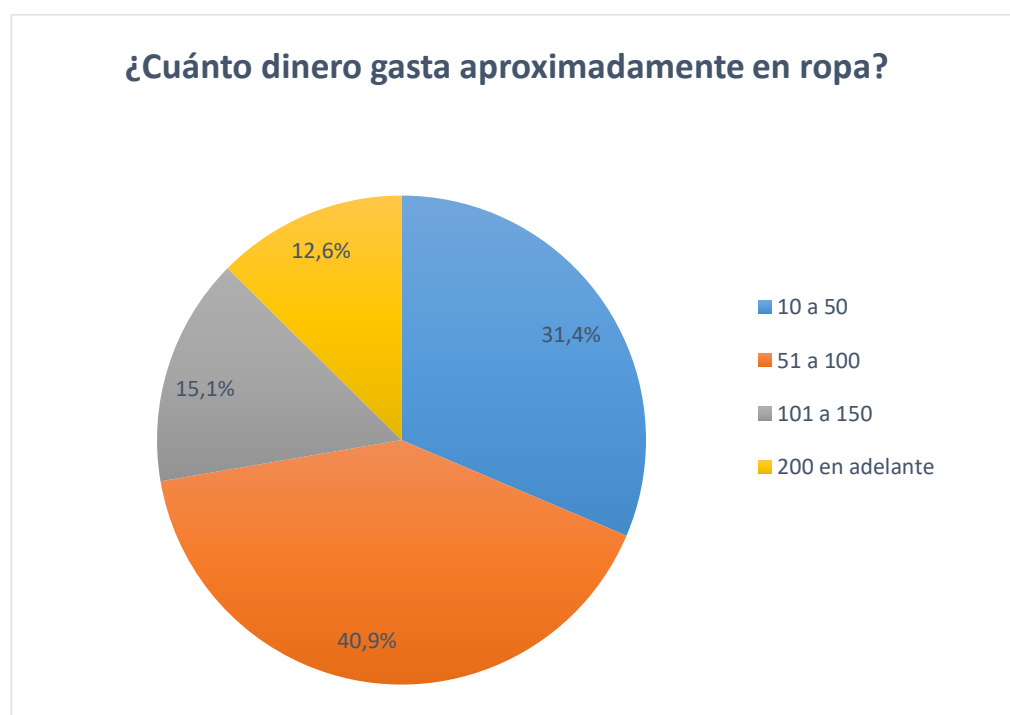
Análisis: Este gráfico nos muestra que el 40.3% de las encuestadas han indicado que su estilo o modo de vestir frecuentemente es de manera casual, en tal sentido Ale-Store, dentro de su producción y colecciones de ropa, se enfocará en prendas cómodas, apropiadas a cada estilo o evento adecuado.

Tabla 9.

Pregunta N° 6

¿Cuánto dinero gasta aproximadamente en ropa?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
10 a 50	50	31.4%
51 a 100	65	40.9%
101 a 150	24	15.1%
200 en adelante	20	12.6%
TOTAL	159	100%

Ilustración 9, pregunta 6, gráfico circular.

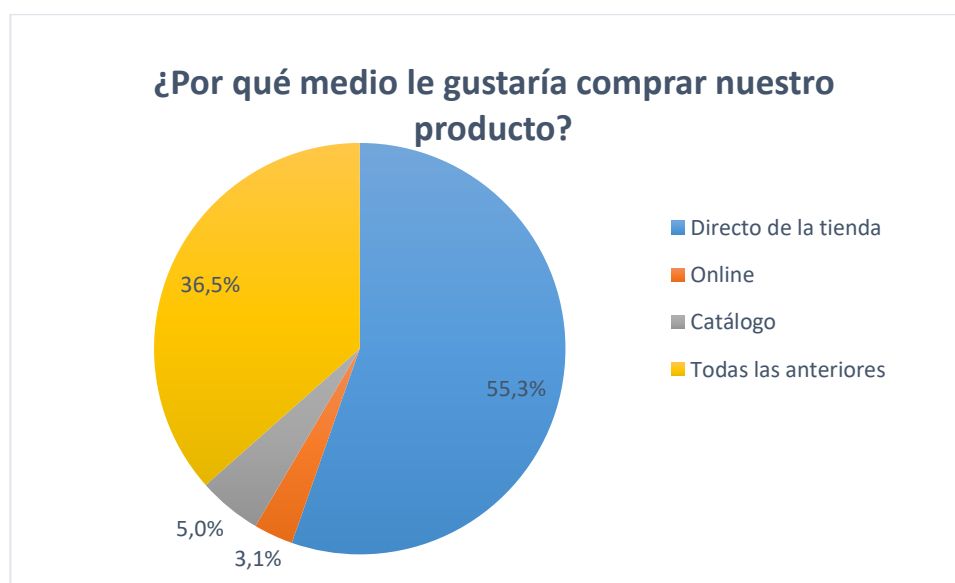


Análisis: En este gráfico se puede evidenciar que el 40.9% de las encuestadas han indicado que gastan aproximadamente en la compra de ropa alrededor de \$51.00 a \$100.00 dólares.

Tabla 10.
Pregunta Nª 7

¿Por qué medio le gustaría comprar nuestro producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Directo de la tienda	88	55.3%
Online	5	3.1%
Catálogo	8	5.0%
Todas las anteriores	58	36.5%
TOTAL	159	100%

Ilustración 10, pregunta 7, gráfico circular.



Análisis: Este gráfico nos muestra que el 55.3% de las encuestadas han indicado que les gustaría adquirir nuestros productos directo de la tienda, esto servirá para fortalecer la venta directa.

Tabla 11.

Pregunta N° 8.

¿En qué productos le gustaría tener descuentos y promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Blusas	49	30.6%
Vestidos	38	23.7%
Pantalones	73	45.6%
TOTAL	160	100%

Ilustración 11, pregunta 8, gráfico circular.



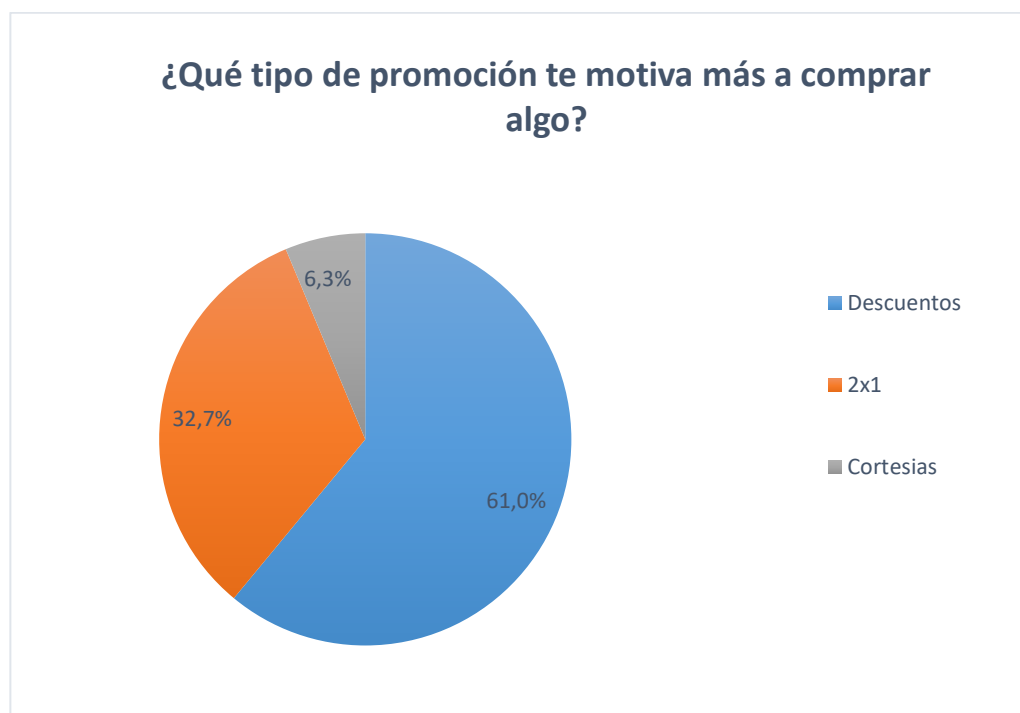
Análisis: En este gráfico se evidencia que el 45.6% de las encuestadas han indicado que les gustaría tener descuentos y/o promociones en las prendas de vestir como son los pantalones o jeans.

Tabla 12.

Pregunta N° 9.

¿Qué tipo de promoción te motiva más a comprar algo?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Descuentos	97	61.0%
2x1	52	32.7%
Cortesias	10	6.3%
TOTAL	159	100%

Ilustración 12, pregunta 9, gráfico circular.



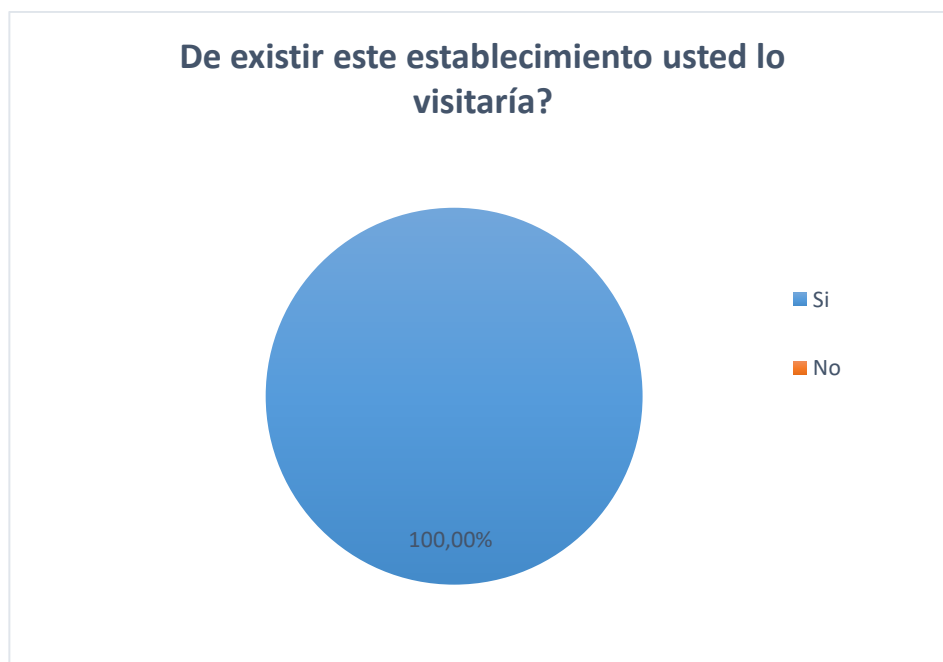
Análisis: En este gráfico se evidencia que el 61% de las encuestadas han indicado que la promoción que les motiva a comprar son los descuentos, es por eso que dentro de Ale-Store se fijaran estrategias para definir las promociones, tomando en cuenta la opinión de las encuestadas.

Tabla 13

Pregunta N° 10.

De existir este establecimiento usted lo visitaría?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	160	100.0%
No		
TOTAL	160	100%

Ilustración 13, pregunta 10, gráfico circular.



Análisis: Este gráfico nos muestra que el 100% de las encuestadas han indicado que de existir el establecimiento si lo visitarían.

3.5 Análisis general

Mediante las encuestas realizadas a nuestro segmento, se pudo comprobar que la creación de Ale-Store en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, es viable, puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado. Tomando en consideración que a más de que estará ubicado en una zona céntrica de la ciudad, alrededor de este sector se encuentra el parque Ecológico Lago Agrio, sitio que es muy visitado por turistas nacionales e internacionales, así como también el mercado provisional de legumbres y abastos y el Estadio Deportivo Carlos Vernaza, donde sin duda alguna acuden mujeres de toda índole que estarían siendo parte de mis clientas externas.

También se pudo observar que los encuestados, prefieren comprar los productos directo a la tienda, teniendo en cuenta siempre el diseño, calidad, precio y sobre todo el servicio de ventas que se brinde, además se evidenció que nuestro producto estrella son las blusas y los jeans, en estos dos productos se plantearon estrategias de ventas y descuentos.

3.6 Entorno empresarial

3.6.1 Microentorno

Ale-Store considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14. Esquema microentorno Ale-Store.

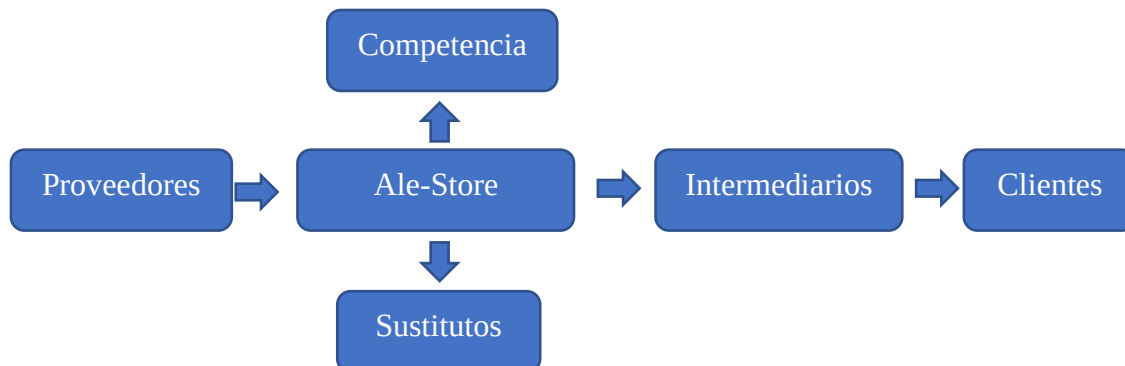
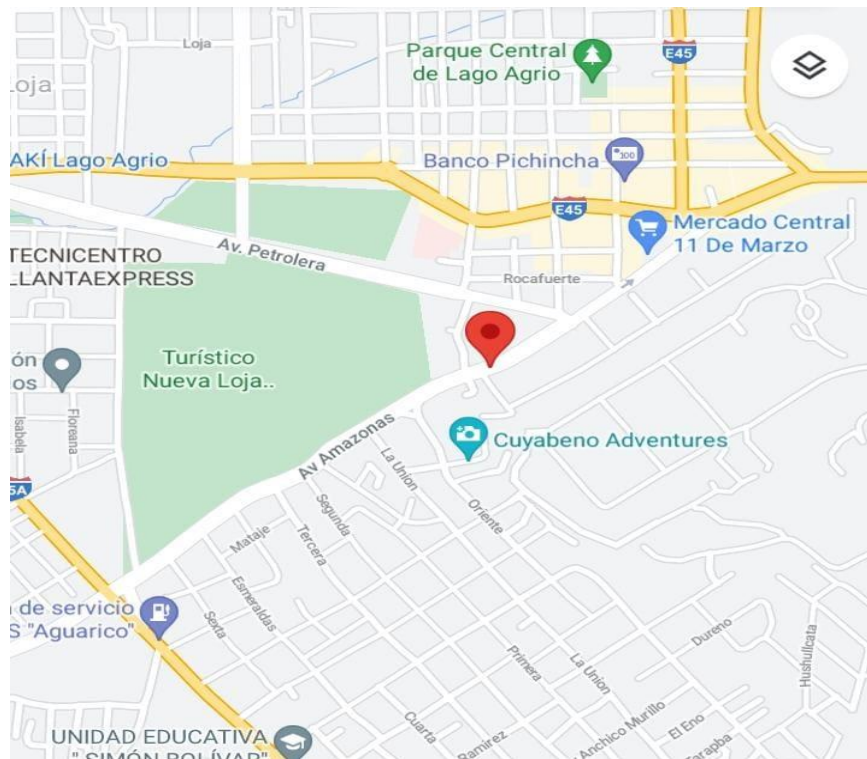


Ilustración 45. Ubicación.



- **Competencia directa**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a ubicarse Ale-Store, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían. En la Avenida Quito y Colombia existe una tienda de ropa de mujer llamada “Divas boutique” en el cual se pudo observar que venden productos similares y a precio elevados.

- **Competencia indirecta**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar Ale-Store. En la calle 12 de febrero se encuentran 2 establecimientos que pueden ser considerados como competencia indirecta.

- El palacio del vestido, en donde venden solamente lo que son vestidos de gala y casual.
- El mundo del vestido, este local vende vestidos casuales.

- **Sustitutos**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, que es el Mercado Provisional, en este se encuentran varios puestos de ropa, pero la mayoría venden ropa informal y deportiva, tanto para hombres, mujeres y niños.

- **Proveedores**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Ale-Store, sus proveedores serán reconocidos en el mercado nacional e internacional, tomando en cuenta su responsabilidad, seguridad y confianza.

Tabla 45.

Tabla de Proveedores.

Proveedor	Materia prima	
	Fiabilidad y beneficios	Producto
Importadora R&M / Pamerval	• Productos de calidad. • Varios años de experiencia en el mercado. • Facilidades de pago (crédito). • Entrega al establecimiento.	Blusas de distintos modelos, vestidos formales y jeans.
Importadora Priscila Fashion	• Variedad de productos. • Productos de calidad. • Establecimientos extensos.	Vestidos, blusas manga larga, chalecos, pantalones baggy, slim sacos.
Importadora "BIN"	• Producto nacional e internacional. • Entrega al establecimiento.	Blusas, pantalones born to girl, jeans.
Importadora Hilario Muñoz, Zapatos Brasileros, Zapatos Vizzano, Zapatos Modare, Carteras Brasileras.	• Calidad de productos. • Entrega al establecimiento. • Facilidad de pago. • Responsables.	Zapatos y accesorios.

- **Intermediarios**

Ale-Store comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

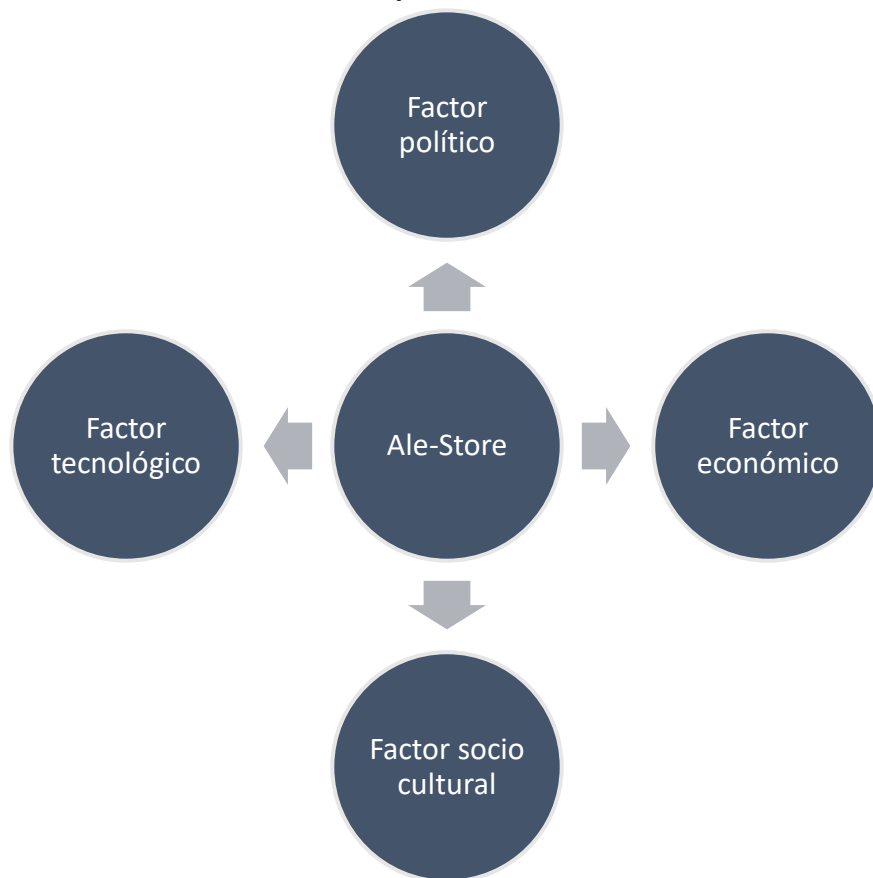
- **Clientes**

Ale-Store es una empresa dirigida a mujeres en edades comprendidas de 18 a 45 años de la ciudad de Nueva Loja.

3.6.2 Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Ale-Store no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 56. *Esquema macroentorno Ale-Store.*



- **Factor Político**

El estudio de los elementos políticos y legales forman parte del contexto en el cual se desarrolla la empresa Ale-Store. Como parte de la estructura política se debe considerar el proyecto nacional denominado “Fomento de las MIPYMES ecuatorianas”. Con este marco de fomento dinámico se puede establecer que el aporte del Estado se ha enfocado hacia el potenciamiento del sistema productivo nacional para añadir valor a los bienes y servicios. Ale-Store realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de comercio.

- **Factor Económico**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la resiente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en cuarentena por aproximadamente 3 meses, afectando eminentemente al sector comercial, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas tuvieron que cerrar definitivamente, esto causó el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

El factor económico es determinante para el desarrollo tanto de las empresas como del mercado en el cual interactúan los agentes económicos. En este sentido el análisis de esta dimensión establece cuales son los factores que generan oportunidades o amenazas para el crecimiento del negocio. Entre los elementos más importantes se tiene a la Inflación, Producto Interno Bruto (PIB), Balanza Comercial, Riesgo País y Tasa de Interés. (Echeverri, 2017)

- **Factor Sociocultural**

En cuanto a este factor Ale-Store comercializará vestimenta en su mayoría realizada por diseñadores ecuatorianos, esto con el fin de generar fuentes de empleo y desarrollar nuevos modelos que estén de acorde a los gustos de los clientes.

- **Factor Tecnológico**

Un factor muy importante que determina la vida de los individuos en la sociedad, es el uso de nuevas tecnologías, los expertos trabajan en una serie de productos que revolucionarán

las industrias de la informática, la electrónica, la robótica, la nanotecnología, la biotecnología, entre otras, con el fin de mejorar los procesos productivos y la calidad de vida. (Keisner, 2016)

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones de tiendas virtuales, en donde se puede ver y comprar los productos. Ale-Store trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes. (Sanclemente, 2015)

3.6. Producto y servicio

Ale-Store es un establecimiento dedicado a la comercialización de ropa femenina. Con respecto a su servicio, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de atención al cliente, arreglo de prendas en caso de necesitarlas.

3.6.1 Producto Esencial

Hoy en día los clientes que no buscan solamente satisfacer la necesidad de vestirse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados. En Ale-Store, el producto esencial que se vende es la experiencia de poder ver y probarse nuestras prendas en un ambiente seguro, acogedor y agradable.

3.6.2 Producto real

Ale-Store maneja una gran variedad de productos de vestimenta:

- Blusas.
- Jeans.
- Vestidos.
- Faldas.
- Zapatos.

3.6.3 Características

Para la comercialización de cada uno de los productos de Ale-Store, hay una ardua labor de marketing y capacitaciones acerca de ventas y atención del cliente, de cada uno de los empleados de la Boutique.

3.6.4 Calidad

Para la comercialización de los productos se tiene en cuenta el plan de marketing que es un documento organizado y estructurado en el que se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo determinado. El documento detalla las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzar los objetivos en el plazo previsto. Se integra y forma parte del plan estratégico de una empresa:

1. Análisis de la situación (externo e interno).
2. Definición de objetivos.
3. Definición de estrategias.
4. Definición de tácticas y acciones.
5. Calendarización de acciones.
6. Presupuesto.
7. Sistema de control.

3.6.5 Estilo

Ale-Store maneja un estilo formal, informal y de gala tratando de fusionar todos los estilos.

3.7 Marca

Ale-Store es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Ale viene a hacer referencia de mi nombre Alexandra, porque siempre he querido que mi negocio lleve los términos de mi nombre, y Store que traduciendo a español significa “tienda”, Ale-Store es una tienda que busca dar un ambiente diferente, un ambiente acogedor y sobre todo seguro al momento de realizar la compra de vestimenta, que esta vaya acorde a su edad, estilo, color de piel y figura.

3.7.1 Producto aumentado

Lo que diferencia a Ale-Store de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan ver y probarse nuestros productos sin compromiso y con un excelente servicio al cliente, dándole a conocer las nuevas tendencias y modelos también brindando precios accesibles para visitar este lugar.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Personal del área de servicio

Tanto la cajera como la asistente de ventas usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, los cuales tendrán los distintivos del mismo. Uniformes que constarán de:

Cajera – Asistente de ventas

- Blusa negra con cuello en V, con el logo del establecimiento.
- Pantalón jeans azul.
- Zapato opcional.



Ilustración 17. Diseño uniforme personal del área de servicio.

3.8.2 Materiales de identificación.

Imagotipo

Ilustración 18. Imagotipo Ale-Store.



Elementos a destacar:

- La blusa representa nuestro producto estrella.
- El logotipo del establecimiento “Ale-Store”.
- El eslogan de la boutique “La elegancia al vestir”.
- Los colores usados:
 - Blanco de fondo, para que resalte el color fucsia.
 - Fucsia, en forma de luna.
 - Color negro, en el nombre del establecimiento.

Tarjetas de presentación.

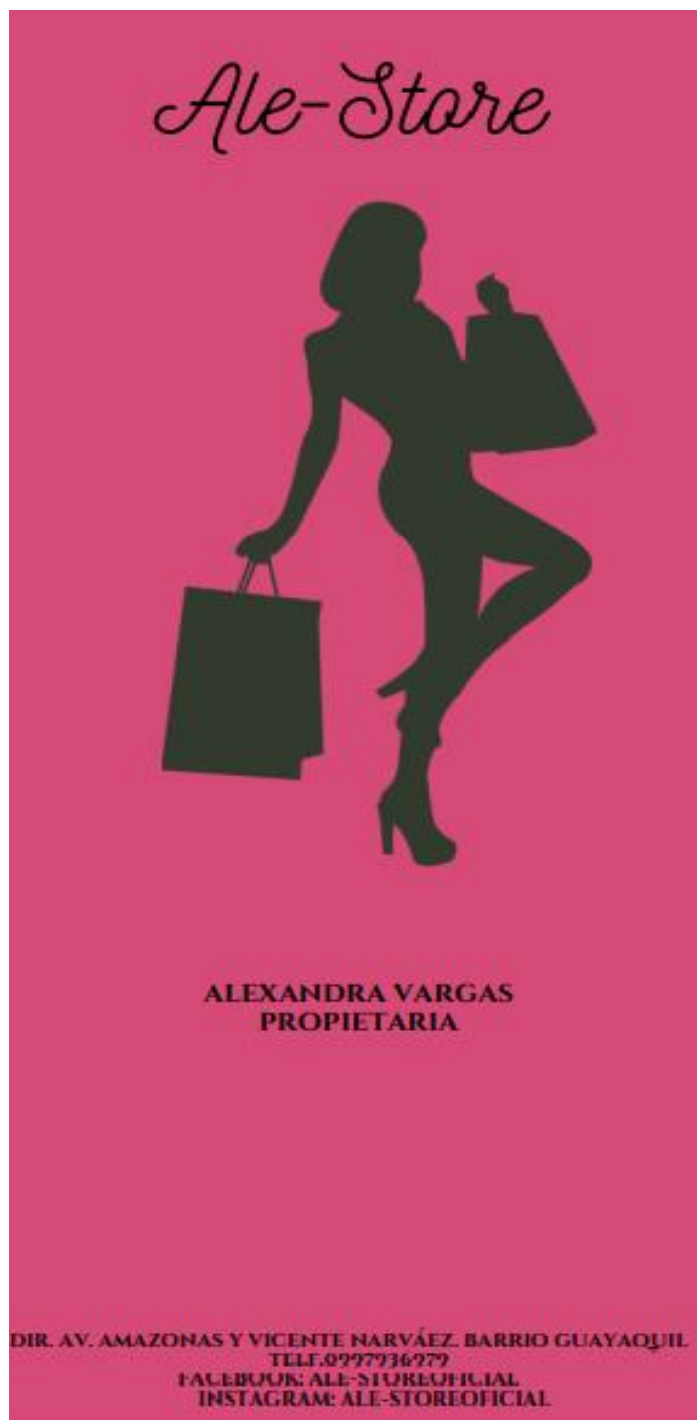
En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.

Ilustración 19. Anverso tarjeta de presentación



En el reverso hay datos de contacto, en este caso, de la propietaria, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 20. Reverso tarjeta de presentación



3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Ale-Store, es su establecimiento ubicado en la ciudad de Nueva Loja, en la Av. Amazonas, barrio Guayaquil.

- **Promoción**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook e Instagram.
- Otro canal de promoción serán los medios de comunicación locales y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micromercado, entre otros.

- **Contacto**

- Tarjetas de presentación.
- Instagram.
- WhatsApp.
- Facebook.

- **Correspondencia**

- A través de mail corporativo.

- **Negociación**

- Directa en el establecimiento.
- Vía telefónica.

- **Financiamiento**

Tabla 16.

Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	30 unidades	\$15.00
Llaveros	20 unidades	\$18.00
Publicidad Facebook e Instagram	12 veces por mes	\$0.00
TOTAL MENSUAL		\$33.00
TOTAL ANUAL		\$396.00

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Ale-Store, sino también todo el sector comercial, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID- 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, para proteger en la salud tanto a nuestros clientes como a las personas que formamos parte de Ale-Store.

Las oportunidades de negocio es que los tiempos cambian y la moda también, esto hace del negocio de la ropa una industria creativa, en donde puedes materializar todas esas grandes ideas que guardas en tu mente. Las tiendas de ropa nunca dejarán de ser un negocio concurrido y de gran demanda, dado a que comercializan productos útiles y necesarios para todas las personas, la clave del éxito es ser creativo y ofrecer algo distinto a lo de otras tiendas. La creatividad e ingenio son dos grandes aliados en esta industria.

Esta industria ofrece grandes oportunidades a quienes deciden emprender en ella. La tecnología actual, permite crear gran variedad de materiales con los cuales crear productos originales, innovadores y de gran calidad, que marcan la diferencia y brindan la oportunidad de comercializar internacionalmente.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por producto.

Los precios de los productos presentados a continuación han sido calculados para el producto estrella que se comercializará en Ale-Store. Se toma en cuenta el costo del producto principal y a este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la comercialización, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.
- Costo de servicio.

En los productos se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del producto.

A continuación, se presentan los costos de nuestro producto estrella que son las:

- Blusas.

Tabla 57.

Costos de la comercialización de blusas.

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
		COSTOS		
		Código: 001		
NOMBRE DEL PRODUCTO: Blusas		Gerente: Alexandra Vargas		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		15/8/2021		
MATERIALES	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Transporte		\$5.00	50	\$250.00
Compra de blusas		\$13.50	50	\$675.00
FOTOGRAFÍA				
		Total bruto		
		\$687.00		
		10% imprevistos		
		\$68.70		
		Total neto		
		\$755.70		
		Gasto de fab. 15%		
		\$113.40		
		Factor costo		
		\$251.90		
		33,33%		
		M.O. 45%		
		\$240.00		
		G. Admin. 12%		
		\$90.68		
		45% utilidad		
		\$240.00		
		Subtotal		
		\$1692.00		
		12% IVA		
		\$203.00		
		10% servicio		
		\$169.00		
		Total		
		\$2064.00		

3.10 Implementación del negocio

3.10.1 Arriendo del local.

Tabla 18.

Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$150	\$900	\$1800

3.10.2 Muebles y enseres

Tabla 69.

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Counter mostrador de recepción	1	165,00	165,00
Silla ejecutiva giratoria	3	59,00	177,00
Closets	4	85,00	340,00
Vitrinas	2	100,00	200,00
Colgadores de ropa	6	11,25	67,50
Maniquís para mujer	8	45,00	360,00
Estanterías	2	45,00	90,00
Alfombrado	1	150,00	150,00
Armadores	200	1,20	240,00
Perchas Grandes Bodega	1	60,00	60,00
Espejos de pared	3	30,00	90,00
Sofás	2	199,00	398,00
Mesas de cristal	2	70,00	140,00
Sillas	5	30,00	150,00
Escritorio	1	165,00	165,00
TOTAL			\$2792,50

3.10.3 Equipos de computación.

Tabla 20.

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja registradora computarizada			
+ sistema de facturación.	1	1,200.00	1200,00
Computadora	2	525.00	1050,00
Aire acondicionado Samsung.	1	510,00	510,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic.	2	37,00	74,00
TOTAL			\$2834,00

3.10.4. Maquinarias y equipos

Tabla 71.

Maquinarias y equipos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Etiquetadora de ropa pistola	2	4,00	8,00
Lector pistola código de barra.	1	25,00	25,00
TOTAL			\$33,00

3.10.5. Equipos industriales de seguridad.

Tabla 82.

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18,00	\$18,00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7,00	\$14,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$42,00

3.10.6. Suministros de oficina

Tabla 93.

Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma papel	1	3,50	3,50
Archivadores	6	7,50	45,00
Cuadernos	2	1,50	3,00
Perforadoras	1	4,00	4,00
Resaltadores	3	0,80	2,40
Esferos	3	0,75	2,25
TOTAL			\$60,15
TOTAL ANUAL			\$721.80

3.10.7. Servicios básicos.

Tabla 104.

Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$15.00
Luz	\$20.00
Teléfono	\$20.00
Internet	\$30.00
TOTAL	\$85.00
TOTAL ANUAL	\$1020.00

3.10.8. Materiales de limpieza.

Tabla 115.

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	2	\$3,00	\$6,00
Recogedor	1	\$2,50	\$2,50
Trapeador	1	\$2,50	\$2,50
Ambientadores	2	\$5,50	\$11,00
Desinfectantes	2	\$5,00	\$10,00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5,99	\$5,99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1,00	\$4,00
Toalla de papel	2	\$3,50	\$7,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9,50	\$9,50
TOTAL			\$58,49
TOTAL ANUAL			\$701,88

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño de la boutique la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (12 personas).

Adjunto en anexos el plano del establecimiento.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

4.1. Servicio de Rentas Internas / Obtención del RISE

Cédula y papeleta de votación.

Planilla de servicios básicos del establecimiento.

4.2. GAD Municipal de Lago Agrio/ Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio.

Formulario de solicitud para registro de patente.

Copia de cédula y certificado de votación.

Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.

4.3. GAD Municipal de Lago Agrio/ Permiso de uso de suelo

Copia de la escritura debidamente registrada/ o contrato de arrendamiento (legibles).

Presentación de cédula y certificado de votación del solicitante.

Certificado de no adeudar al municipio del solicitante, vigente.

Copia del ruc de la actividad económica.

4.4. Cuerpo de Bomberos del cantón Lago Agrio / Permiso de funcionamiento

Solicitud de inspección de local.

Informe favorable de la inspección.

Copia del RUC.

4.5. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

Ingresar a la página web del IESS www.iesse.gob.ec.

Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.

Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).

Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1. Objetivo de área

La industria textil en Ecuador tiene un peso muy significativo en su economía a pesar de los datos recientes sobre su contracción con una caída de un 11,3 % en 2020. La industria, sector o ramo textil es el segundo en Ecuador que genera más empleo, en torno a 170.000 puestos de trabajo, lo que supone un 21% de los que produce la industria manufacturera del país. (Illescas, 2020).

Los cambios de la sociedad pueden desembocar en nuevas oportunidades para hacer negocios, por este motivo es importante analizar los cambios demográficos, estilos de vida, tasas natalidad y todo lo que afecta al entorno social. Por lo cual Ale-Store tiene como objetivo la de prevenir y restaurar los daños que se pueda causar al medio ambiente en la comercialización de ropa.

5.2. Impacto ambiental

El aspecto ambiental no tiene mayor injerencia en este modelo de negocio, ya que comercializará las prendas de vestir con el uso de maquila y proveedores externos y no utilizará en el proceso de producción tratamiento de productos químicos u otros. Sin embargo, como un compromiso con la comunidad y responsabilidad social deberá comprometer a sus proveedores para que no produzcan ruidos que contaminen el ambiente, ni adquirirá materiales provenientes de procesos contaminantes. En el caso de los desperdicios generados en el proceso normal de su actividad, realizará reciclaje continuo, para garantizar el cuidado del medio ambiente.

Es por eso que para evitar el uso de fundas plásticas optaremos por la utilización de fundas de papel, biodegradables, reciclables, reutilizables y sostenibles.

5.3. Impacto social

Generar empleo

Ale-Store generará empleos a personas del sector.

Igualdad de género

Ale-Store desarrollará políticas que evitarán la discriminación profesional. Se realizará contratación de personal de ambos sexos.

Bienestar laboral

Mediante una política que incluya una gestión empresarial que sea sostenible y sobre todo responsable, se creará una aceptación por parte de los empleados para que ellos se sientan seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en su desempeño laboral.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

Se detalla el análisis financiero del proyecto Ale-Store, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar una boutique de ropa femenina en la ciudad de Nueva Loja.

6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$5668.50.

Tabla 26.

Activos Fijos.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	42.00
Equipos de Computación	2834.00
Muebles - enseres	2792.50
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5668.50

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$250 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 27.

Activos diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	250.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	250.00

6.4. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc. En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos de \$21186.00, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$1020.00, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) con \$721.80, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) \$587.88, el alquiler de local por 1800.00, publicidad con \$396.00, costo de materia prima de \$5000.00, gastos financieros \$3,500.00, dándonos un total de \$34325.68.

Tabla 28.

Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	21186.00
Servicios Básicos	1020.00
Material oficina	721.80
Material limpieza	587.88
Servicio auto	0
Alquiler local	1800.00
Publicidad	396.00
Adquisición de materia prima	5000.00
Gastos financieros	3,500.00
TOTAL INVERSIÓN	34325.68

Tabla 29.**Detalles de inversión**

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	5668.50
Total Activos Diferidos	250.00
Total Capital de Trabajo	34325.68
TOTAL INVERSIÓN	40244.18

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de **40244.18**

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 30.

Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	700	8400	793.8	1020.6	8626.8
Asistente de ventas	400	4800	453.6	583.2	4929.6
Cajera	400	4800	453.6	583.2	4929.6
TOTAL	1500	18000	1701	2187	18486

Tabla 31.

Décimos.

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Administrador	700	400	700	1100
Asistente de ventas	400	400	400	800
Cajera	400	400	400	800
TOTAL	1500	1200	1500	2700

Tabla 32.*Sueldos totales.*

TOTAL SUELDOS	TOT. DÉCIMOS	TOT. ANUAL
18486	2700	21186

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios de ley \$21186 de manera anual.

6.6. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1045,32.

Tabla 33.*Depreciación de activos fijos.*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	42.00	10%	4.2
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	2834.00	33.33%	944.57
Muebles y Enseres	2792.5	10%	279.25
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			1228.02

6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ciento veinte dólares, ya que el monto por constitución equivale a doscientos cincuenta dólares.

Tabla 34.

Amortizaciones.

AMORTIZACIONES PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	250	20%	12.50

6.8. Estructura de capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: capital propio con la suma de \$15244.18, y por consiguiente el Capital financiero es de \$25000 el cual será otorgado mediante un financiamiento con el Ban Ecuador, con una tasa de interés 14% y a 5 años plazo.

Tabla 35.

Estructura del Capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	15244.18	38%	12%	4.55%
Capital Financiero	25000.00	62%	14%	8.70%
TOTAL INVERSION	40944.18	100%		13.24% TMAR

6.9. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 36.*Amortización.*

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	25000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282.09	3,500.00	3,782.09	21,217.91
2	7282.09	2,970.51	4,311.58	16,906.33
3	7282.09	2,366.89	4,915.20	11,991.13
4	7282.09	1,678.76	5,603.33	6,387.80
5	7282.09	894.29	6,387.80	0.00

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 25000, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 894.29 y a su vez el pago capital de 7282.09, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.10. Punto de equilibrio

Tabla 37.*Datos punto de equilibrio.*

COSTOS FIJOS	
Arriendo	150.00
Sueldos	1725.00
Ser. Básicos	85.00
T. COSTOS FIJOS	1960.00

Tabla 38.

Punto de equilibrio.

Precio de venta	25.00			
Costo	18.00			
Ganancia	7.00	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		
VENTA		248	25.00	7000.0
COSTO		248	18.00	5040.0
GASTO				1960
PUNTO DE EQUILIBRIO				0

Tabla 39.

Ventas /costos.

VENTAS PROYECTADAS			
700	17500	210000	Ventas.
700	12600	151200	Costo

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de prendas de vestir a vender para poder tener una rentabilidad.

6.11. Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 40.*Costo de ventas.*

	FLUJO DE VENTAS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS	210000.00	216321.00	222832.26	229539.51	236448.65	
COSTO DE VENTAS	151200.00	155751.12	160439.23	165268.45	170243.03	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	58800.00	60569.88	62393.03	64271.06	66205.62	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21186.00	21823.70	22480.59	23157.26	23854.29	
SERVICIOS BASICOS	1020.00	1050.70	1082.33	1114.91	1148.46	
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA	1423.68	1466.53	1510.68	1556.15	1602.99	
ALQUILER AUTO						
ALQUILER	1800.00	1854.18	1909.99	1967.48	2026.70	
PUBLICIDAD	396.00	407.92	420.20	432.85	445.87	
DEPRECIACIONES	1228.02	1228.02	1228.02	1228.02	1228.02	
AMORTIZACIONES	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	
UTILIDAD OPERATIVA	31696.30	32688.82	33711.23	34764.40	35849.28	
GASTOS FINANCIEROS	3500.00	2970.51	2366.89	1678.76	894.29	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	28196.30	29718.32	31344.34	33085.65	34954.99	
BASE IMPOSITIVA	10221.16	10772.89	11362.32	11993.55	12671.18	
UTILIDAD NETA	17975.14	18945.43	19982.02	21092.10	22283.81	

Se contempla a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$17975.14 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$22283.81 dólares.

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 41.*Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA					
0	1	2	3	4	5
UTILIDAD	31696.30	32688.82	33711.23	34764.40	35849.28
OPERATIVA					
DEPRECIACION	1228.02	1228.02	1228.02	1228.02	1228.02
AMORTIZACION	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
- BASE	10221.16	10772.89	11362.32	11993.55	12671.18
IMPOSITIVA					
- GASTOS	3500.00	2970.51	2366.89	1678.76	894.29
FINACIEROS					
- PAGO CAPITAL	3,782.09	4,311.58	4,915.20	5,603.33	6,387.80
+ VALOR DE					0
SALVAMENTO					
+ CAPITAL DE					0
TRABAJO					
- REPOSICION DE			0		
ACTIVOS					
= FLUJO NETO DE-	40244.18	15,471.07	15,911.87	16,344.84	16,766.79
CAJA					17,174.03

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$15471.07, mientras que para el quinto (5) año esta aumentará a \$17174.03.

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. El VAN consiste en traer el valor presente de todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$16,983.09.

6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 28.73 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,24% con el TMAR.

Tabla 42.

VAN/ TIR.

CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	16,983.09
TIR	28.73%
TMAR	13.24%

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- Se concluye que, mediante las encuestas realizadas a la muestra determinada, se pudo comprobar que la creación de Ale-Store en el barrio Guayaquil, de la ciudad de Nueva Loja, es viable puesto que cuenta con una aceptación razonable en el mercado estudiado.
- El entorno potencial de la empresa presenta características positivas como negativas. Por un lado, el análisis del macroentorno deja entrever que este año y los subsiguientes serán períodos complicados desde el punto de vista económico dadas la retracción de la actividad y la elevada inflación. Además, a esto se suma la incertidumbre respecto de las decisiones gubernamentales que dificultan la planificación y administración de cualquier negocio. Sin embargo, la globalización, sobre todo de las redes sociales, representan una oportunidad para este tipo de proyectos.
- El presente proyecto se considera viable desde el punto de vista financiero al analizar sus indicadores como TMAR es de 13,24%, el VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios, los mismos que exceden la rentabilidad del proyecto después de recuperar la inversión de \$16,983.09 y una TIR del 28.73% mismo que mide la rentabilidad del proyecto.
- Una de las motivaciones de la idea de este proyecto es incentivar a consumir productos que son netamente ecuatorianos y que cumplen con estándares de calidad, precio y sobre todo creación de diseños únicos y exclusivos a más de apoyar a una industria que ha ido creciendo poco a poco a base de esfuerzos y méritos propios de gran preparación como es la industria de los diseñadores que son reconocidos por su prestigio, talento y buen gusto a la hora de vestir.
- El proyecto desde un análisis global demuestra una rentabilidad aceptable, superior a la tasa de costo de capital requerida por parte de los inversionistas.

7.2 RECOMENDACIONES

- Capacitar al personal para brindar una excelente atención, atrayendo a los clientes no solo por las prendas de vestir, sino también por la calidad en el servicio brindado.
- Preparar un cronograma de reuniones para llevar a cabo las actividades que se han planteado al inicio de este proyecto, cumpliendo con cada una de ellas para una mejor promoción y venta de la mercancía, considerando la temporalidad de las estaciones.
- Mantener una relación estrecha que se maneje entre los proveedores y el personal a cargo de la boutique para que los mismos estén seguros que sus productos se venderán de la mejor manera y sobre todo que se incrementará las ventas mensuales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Echeverri, D. C. (2017). Variables macroeconómicas y microeconómicas que influyen en la estimación del costo de capital: un estudio de caso. *unimilitar*. doi:10.18359/rfce.2657

IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iesgob.ec/home-preguntas-frecuentes/>

Illescas, S. A. (26 de mayo de 2020). *EOB*. Obtenido de LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/>

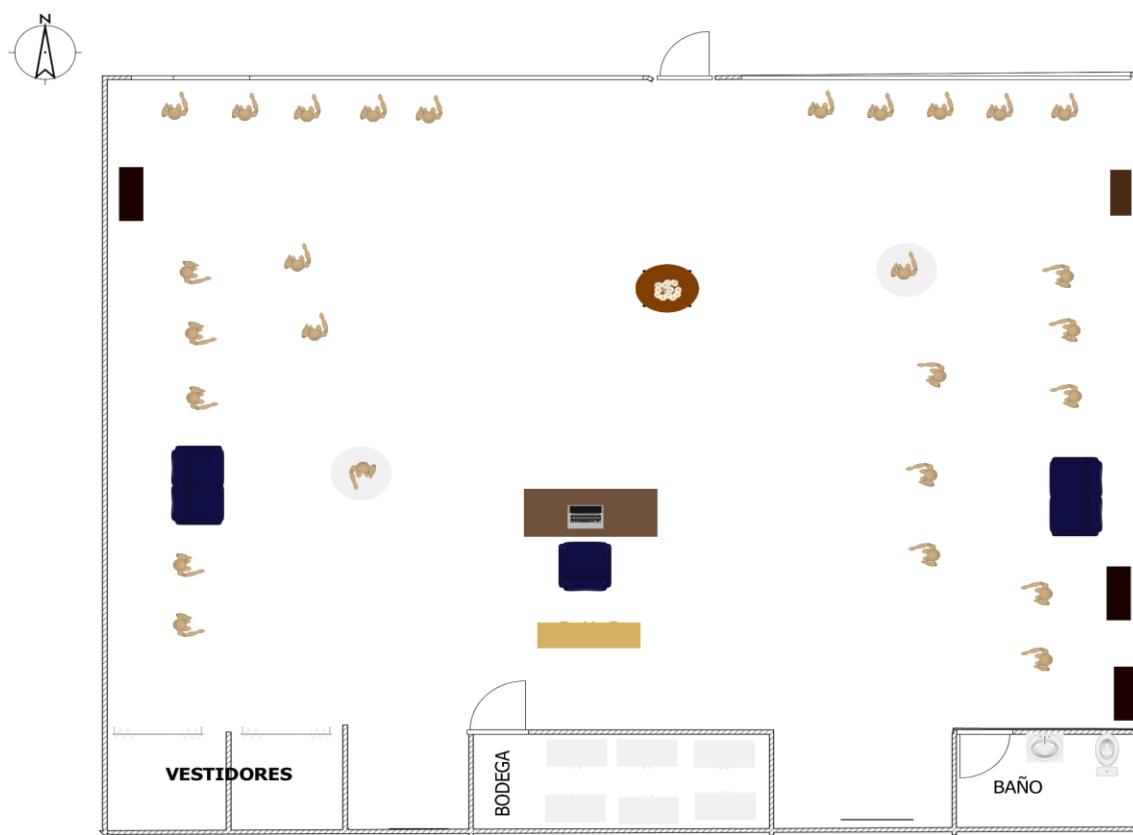
Keisner, C. A. (2016). Tecnologías revolucionarias. *OMPI*, 4. Recuperado el 20 de agosto de 2021, de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2016/06/article_0002.html

Sanclemente, M. d. (18 de diciembre de 2015). *repositorio UC*. Obtenido de LA EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DEL MARKETING: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf

ANEXOS

Ilustración 21.

Estructura del establecimiento



PROFORMAS

❖ MUEBLES Y ENSERES

COUNTER EXHIBIDOR-RECEPCIÓN

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432159249-counter-exhibidor-recepcion-JM#position=2&search_layout=stack&type=item&tracking_id=a4dbd8c0-0af1-466f-a315-e1a6632ceb1b

SILLA GIRATORIA EJECUTIVA

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-431985688-silla-de-oficina-ejecutiva-giratoria-ergonomica-incluido-iva-JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=95df9d79-dfc0-4b11-9910-5c4171485ce1

VITRINAS

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432385122-vitrinas-mostrador-exhibidor-JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=3dbe42e6-2c9a-4822-9796-262d6ec0872a

COLGADORES DE ROPA

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500078525-ropero-de-metal-movil-doble-tubo-colgador-de-ropa-JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=6f1c4557-d841-40b8-8581-aa05f78d245f

MANIQUES DE MUJER

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-431963131-brk-maniques-de-oferta-barak-JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=9ab8f7cf-0d6d-44a5-9304-f99dc09b4a31

ESTANTERIAS

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432385111-estanterias-o-perchas-metalicas-regulables-JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=54c43cd3-0090-4734-90ec-fd4bcf4be36b

ARMADORES

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500352235-brk-armadores-con-pinza-barak-distribuidora-JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=63d40ab3-1883-43a3-9d3a-16426b480e10

ESPEJOS DE PARED

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-431957260-espejos-de-pared-grosor-35-cm-JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=8089ffc5-6a48-4ee7-90db-df9f3e4530ac

SOFÁ CAMA

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500625802-sofa-cama-gris-178-m-JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=ea4de8f2-0d03-4f48-b9d8-ef1b9fb9c7f8

MESA DE CRISTAL

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-431952752-mesa-de-centro-vidrio-templado-mdf-JM#position=12&search_layout=stack&type=item&tracking_id=2b37aecb-cc91-4fe8-9f1d-44be44900001

ESCRITORIO

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432063687-escritorio-mueble-moderno-en-l-estacion-de-trabajo-modular-JM#position=9&search_layout=stack&type=item&tracking_id=0250db72-d23a-4b4e-a5fc-edcd32b86b1c

❖ EQUIPOS DE CÓMPUTO

CAJA REGISTRADORA COMPUTARIZADA

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500451019-sistema-facturacion-caja-maquina-registradora-computarizada-JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=dbdbac3a-aca4-4414-8edf-97b0bcb45cb1

COMPUTADORAS

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500028616-cpu-intel-core-i5-9na-1tb-8gb-led-20-computadora-i3i7-JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=7fa49d8e-f9cc-43b0-8dfc-7a99038dd663

AIRE ACONDICIONADO

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500313535-aire-acondicionado-lg-smart-inverter-12000-btu-_JM#position=1&search_layout=grid&type=item&tracking_id=1a83fdd2-2145-4f23-a80c-1a32ebd12b05

TELÉFONO INALAMBRICO

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432435362-telefono-inalambrico-panasonic-doble-kx-tgb110-1-base-_JM#position=24&search_layout=stack&type=item&tracking_id=e7ccfdfa-d95e-4703-8b7d-9af3ff6a70fd

❖ MAQUINARIAS Y EQUIPOS

ETIQUETADORA DE ROPA-PISTOLA

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-500627974-pasadores-etiquetadora-pistola-ropa-peluche-2500-u-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=83c82afc-c7e0-4c36-887c-5513d7374df4

LECTOR DE SCANNER

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-432108092-lector-scanner-pistola-codigo-de-barras-eclipse-ms5145-_JM#position=49&search_layout=stack&type=item&tracking_id=2b94599c-c55d-4f94-9919-94babca939e6

ENCUESTA REALIZADA A NUESTRO SEGMENTO

¿Con que frecuencia compra ropa?

- a) Una o dos veces al mes
- b) Cada tres meses
- c) Cada seis meses
- d) Una vez al año

¿Qué tipo de prenda adquiere con mayor frecuencia?

- a) Blusas
- b) Pantalones
- c) Shorts
- d) Vestidos

¿Cuáles son los aspectos que principalmente influyen de su decisión de compra?

- a) Diseño
- b) Calidad
- c) Precio
- d) Servicio en el momento de compra
- e) Todas las anteriores

¿Qué otro producto le gustaría adquirir dentro del Boutique?

- a) Zapatos
- b) Accesorios
- c) Carteras

¿Qué estilo de ropa utiliza con mayor frecuencia?

- a) Informal
- b) Formal
- c) Deportivo
- d) Casual

¿Cuánto dinero gasta aproximadamente en ropa?

- a) 10 a 50
- b) 51 a 100

- c) 101 a 150
- d) 200 en adelante

¿Por qué medio le gustaría comprar nuestro producto?

- a) Directo a la tienda
- b) Online (Facebook, Instagram, páginas web)
- c) Catálogo
- d) Todas las anteriores

¿En qué productos le gustaría tener descuentos y promociones?

- a) Blusas
- b) Vestidos
- c) Pantalones

¿Qué tipo de promoción te motiva más a comprar algo?

- a) Descuentos
- b) 2x1
- c) Cortesías

¿Qué tan atraído te sientes a comprar cuando hay promociones y descuentos?

- a) Muy atraído
- b) Poco atraído
- c) Nada atraído