



**CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un local de ropa y calzado ubicado en el sector del Barrio Amazonas, en Nueva Loja, Sucumbíos”**

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

**AUTOR:**

**Kerly Nagely Asipuela Navia**

**TUTOR:**

**Ing. Juan Chiriboga**

**D.M. Quito, 28 de febrero de 2023**

## **DEDICATORIA**

Dedico este momento importante primero a Dios por haberme permitido haber llegado hasta aquí. A mis padres que han sido mi guía y mi motor para seguir tras mis sueños, a mis hermanas por jamás soltarme y apoyarme, a mis amistades y familiares que no dejaron de confiar en mí, que me han apoyado a lo largo de este proyecto y poder poner en práctica mis conocimientos aprendidos y por desearme los mejor en lo largo de este camino difícil, que hoy por hoy se hizo posible. Cada uno de ustedes han motivado mis sueños y esperanzas en consolidar un mundo más humano y con justicia. Porque sin el equipo formado no se habría logrado la meta, esto es dedicado para ustedes y por ustedes.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a Dios por que sin Él no soy nadie, a mis padres que son mi motor principal para lograr esta meta, a mis hermanas y familiares que desde el día uno estuvieron conmigo sin desmayar, a mis amigas que siempre estuvieron para mí, a mis docentes que estuvieron a lo largo de mi formación, a mi tutor Juan Chiriboga que ha sido uno de los mejores en su enseñanza y que con su dedicación ha logrado formar la persona que hoy por hoy soy, al MSc. Cristhian Carvajal por sus correcciones y aprendizajes enseñados a lo largo de esta carrera, a nuestra Institución “Tecnológico Internacional Universitario” por abrirme sus puertas y permitir que más personas como yo logren tener formación profesional, agradezco a la vida y a ustedes que han sido un pilar muy importante en mi vida a lo largo de esta trayectoria, gracias por no soltarme, por siempre corregir cada uno de mis errores para mejor como persona y profesionalmente.

## **AUTORÍA**

Yo, **Kerly Nagely Asipuela Navia** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Kerly Nagely Asipuela Navia

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

**Ing. Juan Chiriboga.**

## **CERTIFICACIÓN**

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.

Ing. Juan Chiriboga.

D.M. Quito, 28 febrero de 2023

## **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: El **Ing. Juan Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. **Kerly Nagely Asipuela Navia** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. **Kerly Nagely Asipuela Navia** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un local de ropa y calzado en el sector Barrio Amazonas, en Nueva Loja, Sucumbíos.”**, para optar por el título de Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Chiriboga**.

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. Juan Chiriboga** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. **Kerly Nagely Asipuela Navia**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un local de ropa y calzado en el sector Barrio Amazonas, en Nueva Loja, 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 declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Ing. Juan Chiriboga**

**Kerly Nagely Asipuela Navia**

D.M. Quito, 28 de febrero de 2023

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
AUTORÍA.....	4
CERTIFICACIÓN.....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	10
RESUMEN.....	11
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	12
2.1. Creación de la Empresa.....	12
2.2. Descripción de la Empresa.....	13
2.3. Tamaño y distribución de la empresa:.....	15
2.4. Necesidades que satisfacer.....	16
2.5. Localización de la Empresa Milikemoda.....	18
2.6. Filosofía Empresarial.....	19
2.7. Desarrollo organizacional.....	25
2.8. Organigrama Empresarial.....	29
2.9. Funciones del Personal.....	30
Méritos aspectos a considerar.....	32
Remuneración \$ 400.....	33
<i>Detalles generales del puesto del Contador</i> .....	34
3. PROCESO DE INVESTIGACION DEL MERCADO.....	35
3.1. Marketing.....	35
3.2. Objetivo de Mercadotecnia.....	35
3.3. Investigación de Mercado.....	35
3.4. Plan de Muestreo.....	37
3.5. Análisis de las encuestas.....	38
3.6. Entorno empresarial.....	47
3.6.1. <i>Micro entorno</i> .....	47
3.6.2. <i>Macro Entorno</i> .....	51
3.7. Producto y Servicio.....	54
3.8. Plan de Introducción al Mercado.....	56
3.9. Canales de Distribución.....	60
3.10. Riesgo y Oportunidad.....	62
3.11. Fijación de precios.....	62
4. PROCESO EMPRESARIAL.....	71
4.1. Aspecto legal.....	71
4.2. SRI.....	71
4.2.1. <i>RUC (Registro Único de Contribuyente)</i> .....	71

5. IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....	74
5.1. Objetivo de área: .....	74
5.2. Impacto Ambiental.....	75
6. PROCESO FINANCIERO .....	77
6.1. Introducción .....	77
6.2. Inversión.....	77
6.3. Activos fijos.....	77
6.5. Capital de trabajo .....	78
6.6. Sueldos .....	80
6.7. Depreciación de activos fijos .....	81
6.8. Amortización.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	91
Conclusiones .....	91
Recomendaciones.....	92
REFERENCIAS .....	93
ANEXOS.....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Gerente .....	30
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Caja .....	31
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, Vendedor 1 .....	32
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, Vendedor 2.....	33
Tabla 5. Méritos aspectos a considerar, Milikemoda .....	34
Tabla 6. Pregunta A .....	38
Tabla 7. Pregunta B .....	39
Tabla 8. Pregunta 3.....	40
Tabla 9. Pregunta 4.....	41
Tabla 10. Pregunta 5.....	42
Tabla 11. Pregunta 6.....	43
Tabla 12. Pregunta 7.....	44
Tabla 13. Pregunta 8.....	45
Tabla 14. Proveedores .....	50
Tabla 15. Financiamiento Publicidad .....	61
Tabla 16. Combo 1 .....	64
Tabla 17. Combo 2 .....	65

Tabla 18. Combo 3 .....	66
Tabla 19. Equipos industriales .....	67
Tabla 20. Equipos de computación.....	67
Tabla 21. Muebles y enseres.....	68
Tabla 22. Equipos industriales de seguridad. ....	68
Tabla 23. Suministro de oficina.....	69
Tabla 24. Servicios básicos. ....	69
Tabla 25. Insumos de limpieza.....	70
Tabla 26. Activos fijos. ....	78
Tabla 28. Capital de Trabajo. ....	79
Tabla 29. Total de inversión.....	79
Tabla 30. Sueldos y aportaciones (IESS) .....	80
Tabla 31. Sueldos de décimos del personal.....	80
Tabla 32. Total de sueldos.....	81
Tabla 33. Depreciación de activos fijos Total de sueldos .....	81
Tabla 35. <b>Amortización</b> Datos de capital financiero:.....	82
Tabla 36. Amortización capital financiero .....	83
Tabla 41. Estructura de capital .....	83
Tabla 42. Costos fijos mensuales. ....	84
Tabla 43. Margen de contribución.....	85
Tabla 44. Punto de equilibrio. ....	86
<b>Tabla 45.</b> Flujo de ventas.....	87
Tabla 46. Flujo de caja. ....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema y Distribución de la Tienda de Ropa “Milikemoda” .....	16
Figura 2. Pirámide de Maslow.....	16
Figura 3. Ubicación Sector Barrio Amazonas .....	19
Figura 4. Proceso de adquisición y compra de insumos.....	28
Figura 5. Proceso de atención al cliente .....	28
Figura 6. Estructura organizacional.....	29

Figura 8. Esquema del micro entorno, Milikemoda .....	47
Figura 9. Ubicación .....	48
Figura 10. Esquema del macro entorno .....	51
Figura 11. Diseño de uniforme .....	56
Figura 12. Diseño uniforme auxiliar de ventas y recepcionista. ....	57
Figura 13. Logotipo Milikemoda .....	58
Figura 14 Tarjeta de presentación, Milikemoda.....	59
Figura 15. Hoja Milikemoda .....	60

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráficos 1. Pregunta 1 Gráfico circular.....	38
Gráficos 2. Pregunta 2 Grafico circular.....	39
Gráficos 3. Pregunta 3 Grafico circular.....	40
Gráficos 4. Pregunta 4 Grafico circular.....	41
Gráficos 5. Pregunta 5 Grafico circular.....	42
Gráficos 6. Pregunta 6 Grafico circular.....	43
Gráficos 6. Pregunta 7 Grafico circular.....	44
Gráficos 6. Pregunta 8 Grafico circular.....	45

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un local de ropa y calzado en el sector Barrio Amazonas, en Nueva Loja, Sucumbíos.”**

**Kerly Nagely Asipuela Navia**

**Ing. Juan Chiriboga**

D.M. Quito 28 de febrero de 2023

## **RESUMEN**

Este proyecto tiene como objetivo analizar la viabilidad de una oportunidad de inversión en la industria del calzado de cuero en el sector Barrio Amazonas. Se desarrolló un modelo de evaluación para esta oportunidad que contemplaba los siguientes tres pasos: Identificación de Oportunidad, Análisis de Mercado Global y Viabilidad. El estudio de los dos primeros pasos se centró en el análisis del país, la industria del calzado, la descripción general de la industria del calzado y también las estrategias de posicionamiento. La investigación sobre estos temas permitió la construcción de un marco conceptual que finalmente condujo a la formulación de la pregunta de investigación de este proyecto: ¿Qué posicionamiento de producto presenta el compromiso más equilibrado entre volúmenes y márgenes en la industria del calzado y ropa? El tercer paso del modelo analizó la factibilidad del país. En el análisis, se abordaron varios temas: el sector del calzado, el perfil de competitividad, iniciativas y proyectos en curso sobre la industria del país y desafíos y limitaciones. Además, se establecieron un conjunto de factores clave de éxito: Calidad, Precio, Cumplimiento, Innovación y Automatización. El objetivo fue evaluar el perfil competitivo del país en el ámbito de análisis de la industria del calzado y ropa.

## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

Según Baciero, para la creación de una microempresa se debe tener presente la idea de negocio; ninguna labor de gestión y administración será posible si antes no se fija un plan de organización para sentar las bases para el funcionamiento de la empresa y para el resto de elementos asociados (Baciero, 2019).

### **2.1. Creación de la Empresa**

Milikemoda surge de la necesidad de brindar venta de ropa, calzado y accesorios, para satisfacer las necesidades de los clientes. En la actualidad, la competencia y la demanda de tiendas de ropa ha aumentado, como se sabe las réplicas y los precios más bajos en el mercado en la cual hay mucha demanda y muchos los prefieren por sus bajos costos, pero eso no es un impedimento para lanzar una tienda de ropa al mercado, teniendo conocimiento y asesoramiento para un mejor manejo administrativo, los costos de materia prima y telas cada año suben por lo tanto las prendas igual. En la sociedad dominada por el cuidado de la imagen, la elección de las prendas de vestir constituye parte de la tarjeta de presentación social. Vestir es transmitir, comunicar. Para algunos, formar parte de una marca de ropa implica incluso sentirse aceptado y pertenecer a un grupo.

La ropa se vende y se vende bien. Cientos de personas en Ecuador emprenden cada año en la puesta en marcha de una tienda de moda, en prendas de vestir y calzado. Por lo tanto, ha surgido una idea de emprendimiento para lanzar al mercado tratando de ofrecer un producto que muchos prefieran, siempre basándose a las tendencias que día a día avanza con la tecnología.

## **2.2. Descripción de la Empresa**

### ***Importancia***

Milikemoda Surge al ver la necesidad del mercado por usar un estilo de ropa urbana, enfocándose principalmente en la combinación de tendencias de moda actual y tradicional de Colombia , la cual se basa en ofrecer productos de calidad ya sea en importado, urbano, triple A, las prendas se diferenciarán por sus acabados de confección, tratando de ofrecer un producto de calidad y los clientes prefieran Milikemoda, a su vez una excelente atención y así los trabajadores de la empresa tengan una buena asesoría para brindar el servicio al cliente, basándose en una tienda de eficiencia y calidad.

### ***Características***

La tienda de ropa Milikemoda tiene un compromiso tanto con los clientes como con los trabajadores ya que esto ha impulsado a seguir llegando a cada rincón con las prendas en tendencia, para personas desde 18 años en adelante ya que es basado en ropa de dama, caballero al igual que el calzado.

Innovación: Las prendas que se ofrecen son una variedad de productos, en la ropa de caballero que es la urbana se basa en estilos de comics, dando otro estilo de tendencia que muy pocos conocen, así mismo se dé a conocer en muchos lugares de la ciudad.

Personal profesional capacitado: En la empresa, los empleados están bajo contrato individual de trabajo, con afiliación al seguro social y contarán con todos los derechos estipulados en el código de trabajo de Ecuador (Congreso Nacional, 2020).

Responsabilidad ambiental: la empresa se compromete a realizar un buen y adecuado manejo del local, manteniendo un lugar cómodo, agradable y limpio, de los cuales se separará en:

- Las fundas de las marcas desechando en el lugar adecuado.
- Los rellenos de los zapatos que son de papel no votarlos si no guardarlos. para el nuevo ingreso de mercadería y volver a utilizarlos para relleno.

El personal de la tienda de ropa se compromete a establecer una relación cordial con los consumidores y con sus proveedores, siempre con amabilidad y profesionalismo, porque cabe recalcar que sin la eficiencia de los proveedores no se distribuirían los productos y llegar a cada uno de los consumidores

### ***Actividad***

Milikemoda es una tienda física con actividad comercial que se dedica a la venta de calzado y ropa, que incluye: ventas al por mayor y menor sobre ropa de dama y caballero, por ejemplo; shorts, blusas, pantalones, bolsos, carteras, gorras zapatos. Siendo el servicio estrella, la diferenciación de áreas de atención separadas las cuales uno se encargará de la atención vía online y WhatsApp, otra persona en venta, orden y aseo del local y otra persona para la entrega de pedidos a domicilios y ser atendidos de distinta manera para evitar el mayor estrés posible durante las entregas y ventas de los productos.

### **2.3. Tamaño y distribución de la empresa:**

Milikemoda es una microempresa que forma de 5 trabajadores que contara con tres áreas básicas funcionales: área administrativa, área operativa, área de apoyo.

En el área administrativa se encuentra un espacio pequeño destinado para realizar reuniones con el personal interno y externo de la organización, mientras que el área operativa se divide en recepción con su propio espacio, área de caja y el área exclusiva de ventas que es la más grande de la empresa y el área de apoyo suministran los recursos y otros elementos para operar y protegen el núcleo operativo básico ante las amenazas que pudieren perturbar su normal desempeño.

Se divide: en la parte del costado el vestidor, en la entrada se encontrará caja, en la mitad del local la división de ropa de dama y caballero, en el otro espacio el área de calzado y accesorios, diferenciándose cada área, el local de tamaño pequeño se encontrará en el domicilio de la propietaria para así poder estar más al tanto de cada cliente.

#### ***Estudio Arquitectónico***

Se toma en cuenta para el diseño de la tienda de ropa Milikemoda la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (5 personas). Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado espacios específicos para bodega.

El local principal será elaborado en la parte baja, a su vez se tendrá una parte de bebidas para que el cliente al momento de esperar su acompañante pueda refrescarse con una gaseosa, agua o bebida, así dándole una mejor comodidad al visitar el local.

## Estructura Interna del Establecimiento

**Figura 1.**

Esquema y Distribución de la Tienda de Ropa “Milikemoda”

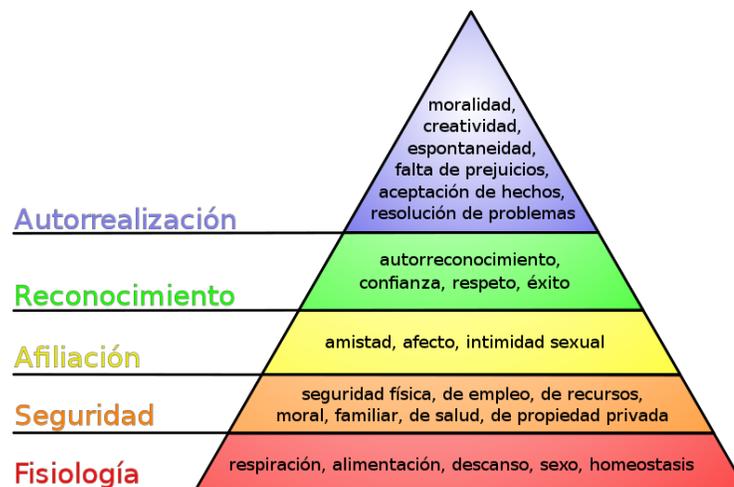


Nota: Kerly A. (2023). Elaboración y diseño de la estructura interna y de las áreas funcionales del establecimiento, Milikemoda.

## 2.4. Necesidades que satisfacer

**Figura 2.**

Pirámide de Maslow



(ARMERO, 2021). Pirámide de Maslow, <https://lamenteesmaravillosa.com/piramide-maslow>

La pirámide de Maslow es una teoría sobre la motivación y trata de explicar qué impulsa la conducta humana. El psicólogo humanista **Abraham Maslow**, que en la primera mitad del siglo XX habló en su obra de la teoría sobre la motivación humana. (Pastor, 2020)

Un factor al que la sociedad actualmente les importa verse bien para sentirse a la moda, es por esto que las personas se han basado en las nuevas tendencias, donde muchas empresas compiten en ofertar prendas y accesorios a la altura de las expectativas y exigencias de los clientes.

### ***Necesidad de Seguridad***

Brindar la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, garantizada por el seguimiento de todas las leyes y reglamentos de trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente (Congreso Nacional, 2020)

Dentro del local, se les brindara un ambiente tranquilo y calmado, a su vez estarán instaladas cámaras de seguridad, que monitorean y graban las 24 horas del día.

### ***Necesidad Social***

La empresa va enfocada a satisfacer la necesidad de los consumidores por eso se tomó en cuenta al momento de posicionar el local en un domicilio porque se evita que los vecinos de la comunidad caminen hasta el centro y se ahorren tiempo al visitar Milikemoda para adquirir productos, ofreciéndoles una atención con eficacia, puedan visitar a la vez con sus familiares y no tengan problemas al preguntar por a buen precio

y con buenos acabados. Se irán ampliando las instalaciones para un mejor espacio y así seguir mejorando como personas y empresa, dando un servicio lleno de carisma y compañerismo.

El local de ropa Milikemoda busca establecer una relación cordial con los clientes y vecinos, así como con los proveedores siempre manteniendo un trato con amabilidad y profesionalismo para poder ofrecer un servicio de calidad, manteniendo un buen ambiente de trabajo, respetando y valorando cada una de las habilidades y cualidades que ayuden a la empresa a crecer y a su vez fortalecer el trabajo en equipo.

### ***Necesidad de Autoestima***

A través del aprendizaje, obtener éxito tanto personal como empresarial, a su vez con un servicio de calidad se consigue ganar la confianza de los clientes y se alcanzará un notable crecimiento organizacional, hasta ser un local reconocido y recomendado en todo el sector.

### ***Necesidad de Autorrealización***

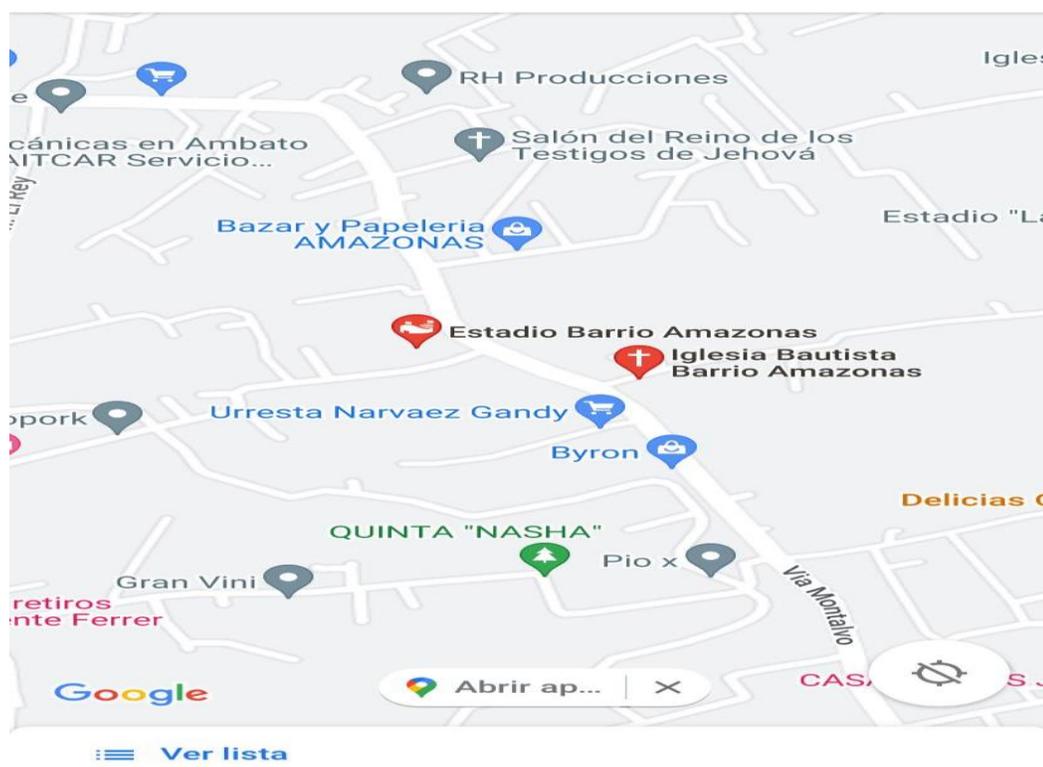
Milikemoda se encargará de que su personal de trabajo siga preparándose, estudiando y aprendiendo por medio de, talleres y cursos constantes para mejorar tanto a nivel profesional como personal y así poder desarrollar todo el potencial y alcanzar el éxito planteado.

## **2.5. Localización de la Empresa Milikemoda**

Milikemoda estará ubicada en el Barrio Amazonas calle Cesar Villacis y Segunda, cerca del Hotel Platinum en Nueva Loja, Sucumbíos.

**Figura 3.**

*Ubicación Sector Barrio Amazonas*



*Nota:* descripción de ubicación, Fuente: (Google Maps, 2023). Barrio Amazonas.

## 2.6. Filosofía Empresarial

### *Misión*

La misión es lo que actualmente la empresa ofrece y ha logrado hasta el momento, ya que es la razón por la cual existe, dando como resultado la reputación y la credibilidad del negocio Milikemoda ofrece a los clientes productos de calidad, a precios cómodos que cumplan con sus necesidades y exigencias (Caro, 2014), abarcando sus gustos de acuerdo a su estilo de vestir, con el propósito de llegar a cada rincón y ser reconocidos en el mercado.

### ***Visión***

La visión es lo que la empresa quiere lograr a un futuro, dando como resultado sus objetivos planteados ya que es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio.

Milikemoda quiere ser una empresa líder y reconocida en la venta de ropa urbana, lograr también crear franquicias de locales, proporcionando cada día más un servicio de excelencia a los clientes y que al mismo tiempo permitan competir en el mercado nacional con los mejores precios del mercado.

### ***Objetivos empresariales***

- Ofrecer productos de calidad al igual con los mejores precios del mercado
- Satisfacer las necesidades y gustos del mercado potencial.
- Capacitar y actualizar constantemente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.
- Vender ropa que cumpla con los requerimientos de estilo en el segmento del mercado.

### ***Metas***

Lograr tener tiendas físicas y sea reconocida a nivel nacional, implementando nuevas colecciones de prendas en tendencia y a su vez lograr supervivencia, crecimiento y rentabilidad del negocio.

### *Estrategias*

- Mejorar y aumentar la retención de los clientes: mediante la implementación de un Call center, donde se brindará información para realizar sus compras online.
- Venta cruzada: incentivar e informar a los clientes para adquirir sus prendas y conocer los servicios.
- Programas de fidelización: Implementando las preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector, además brindar el servicio de redes para dar a los clientes toda la información de la tienda con catálogos online, facilitar sus pedidos en orden de llegada.
- Aumentar los clientes potenciales: mediante publicidad dirigida utilizando las principales redes sociales y página web como: Instagram y Facebook para mantener una comunicación constante con el público.

### *Estrategias genéricas de Michael Porter*

- Liderar en costos supone para una empresa la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, para luego transferir este ahorro al precio final del producto.
- Liderar en diferenciación implica generar un producto exclusivo por el que los clientes estén dispuestos a pagar más.
- El enfoque o segmentación tiene que ver con la audiencia a la que está dirigido un producto o servicio. Con esta estrategia, una empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos según el tipo de población, la ubicación, o sus hábitos de consumo. (Herrero, 2018)

### ***Alta segmentación***

- Analizar y estudiar el comportamiento del mercado objetivo mediante un estudio de mercado.

### ***Liderazgo en costos***

- Identificar e implementar mejoras en el servicio que procesos de innovación y mejora continua.

### ***Diferenciación***

- Diversificar y aumentar poco a poco la línea de productos que se ofertan en el emprendimiento.

### ***Políticas***

#### **La Empresa Milikemoda**

- Brindar ventas al por mayor y menor, ayudando en el crecimiento personal de las personas que están empezando a emprender y quieren aprender del negocio.
- Velar por el bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones del local y crear un entorno amigable, divertido y lleno de compañerismo para sus labores cotidianas.
- Cumplir con todas las obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados y con los proveedores.
- Mantener un servicio de calidad a través de la innovación y la implementación de procesos y controles en todas las áreas de la empresa.

## **Los Trabajadores**

- Tratar a los clientes con amabilidad y respeto, siendo claros y precisos al momento de detallar los productos al cliente.
- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidos, cuidar su presentación personal.
- Asistir a las capacitaciones y reuniones que se brinden en la empresa.
- Cumplir adecuadamente con las labores que se le asigne a cada trabajador.

## **FODA**

El análisis F.O.D.A es un instrumento estratégico a través del cual se analizan los factores positivos y negativos dentro de cualquier empresa y sirve como apoyo para el planteamiento de estrategias y acciones para poder tomar decisiones correctas (Maldonado, 2009).

### ***Fortalezas***

- Política publicitaria y promoción en prendas seleccionada.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido que está en constante actualización.
- Complementariedad de los productos basándose en tendencia de moda.
- Comunicación con los clientes a través de redes sociales, teléfono, aplicación, página web y se medirá la satisfacción del servicio brindado mediante buzón de sugerencias.

### *Oportunidades*

- Amplio mercado para ofrecer el servicio, por el incremento de consumidores.
- Existen muchos proveedores en la zona que operan a bajo costo que se podría aprovechar para la distribución de los productos.
- La tecnología, el uso constante del internet y redes sociales, facilitan la difusión de información y promociones.
- El mercado de prendas de vestir de estilo urbano se halla en crecimiento

### *Debilidades*

- Aumento de los costos fijos y variables de la tienda.
- Solo se cuenta con un local de ventas, para comercialización y distribución.
- La difusión de las promociones y publicidad implica una inversión económica constante.
- La suba de la tasa de impuestos, podría afectar a la rentabilidad de la tienda.

### *Amenazas*

- Prendas ingresadas al país ilegalmente, se basan en políticas de bajo coste y por lo tanto bajo precio para el mercado.
- Cada vez existen más negocios que ofrecen servicios de calzado y ropa.
- Nuevas generaciones digitales en el mercado.
- Elevado número de productos sustitutos en el mercado.

## **Desarrollo organizacional**

Se deben tomar las acciones necesarias en cada uno de los grupos administradores o departamentos internos para lograr una correcta supervisión y coordinación transversal (College, 2020), que permita una evaluación al desempeño de cada uno de los colaboradores en funciones de alta calidad y servicio.

### ***Tipo de Estructura***

En Milikemoda la organización de la empresa será de tipo plana y vertical o bajo procesos (*Ver ilustración 4*), dentro del local los trabajadores serán productivos porque estarán más involucrados con la toma de decisiones y cada uno será responsable del área que manejan. Estará dividida por procesos:

- Estratégicos
- Operacionales
- Apoyo

### ***Procesos Estratégicos***

El propietario y gerente será el encargado de la planificación estratégica, gestión administrativa de la tienda de ropa.

### ***Procesos Operacionales***

Los vendedores serán los encargados del rango de ventas, aclarar dudas, ofrecer un excelente servicio ya que de eso depende las ventas al mes.

La persona encargada de dejar los pedidos a domicilio, tendrá siempre GPS en el celular para que pueda llegar a la dirección asignada de cada entrega.

El auxiliar Cal center tiene que estar en constante movimiento con la red, dando

a conocer los productos disponibles en promociones y descuentos, a su vez llevando el orden de llegada de los mensajes.

### ***Procesos de apoyo***

La gestión de limpieza será la persona de caja, cada que empiece el día junto con los vendedores se ayuden mutuamente con la limpieza del local todos los días, ya que de eso depende el servicio, ofrecer un lugar limpio y adecuado a los clientes.

La gestión de contabilidad será llevada a cabo por personal externo, en este caso el contador, para saber el estado de las finanzas mensual y anualmente.

### ***Formalización:***

El local de ropa cuenta con las políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo las leyes, ordenanzas y legislación laboral. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, contando con todos los documentos necesarios y actualizados para el correcto funcionamiento de la empresa.

### **Centralización – Descentralización**

Milikemoda centrará sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad, personalizado y brindando seguimiento necesario a cada caso. Orientada a brindar una atención de eficacia con información al adquirir sus productos ya que de eso dependerá la satisfacción de los clientes y bienestar, todo esto contribuirá a la obtención de valor para el posicionamiento de la empresa.

La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, como la organización de la empresa es plana, cada trabajador será responsable de su zona de trabajo, cuidar sus herramientas y ayudar en la promoción de su trabajo y cada miembro de la empresa aportará con ideas que ayuden a la empresa a crecer.

### **Integración**

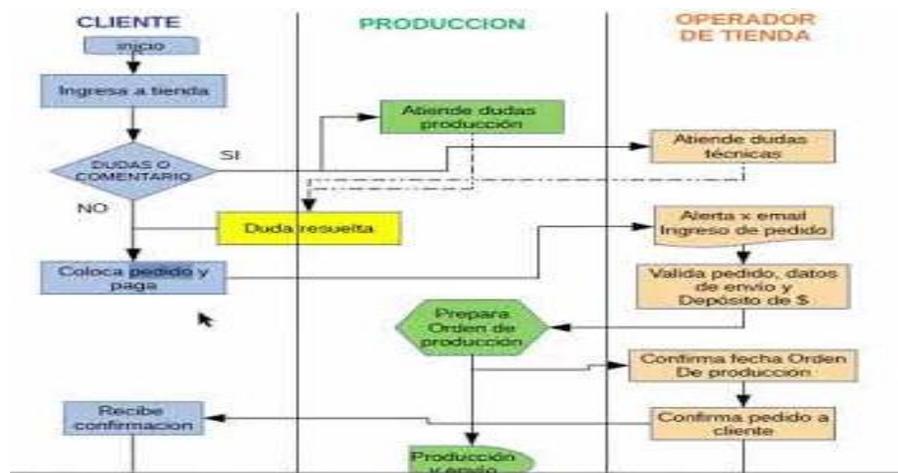
La integración organizacional se basará en procesos que cada persona debe desempeñar, este sistema permitirá llevar un control de cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria (*Ver ilustración 5*).

### **Flujograma de procesos**

#### ***Proceso de adquisición de insumos y materiales***

*Es* la serie de acciones necesarias para obtener bienes o servicios de una fuente externa. Los eventos pueden incluir la investigación de proveedores, solicitudes de pedidos, negociación de presupuestos, compras y auditorías (Henderson, 2020). Las actividades que forman parte de este proceso son las siguientes: verificación de insumos y materiales, selección del proveedor, envío de pedido, despacho y envío del pedido por parte del proveedor y pago de la factura correspondiente.

**Figura 4.**  
Proceso de adquisición y compra de insumos

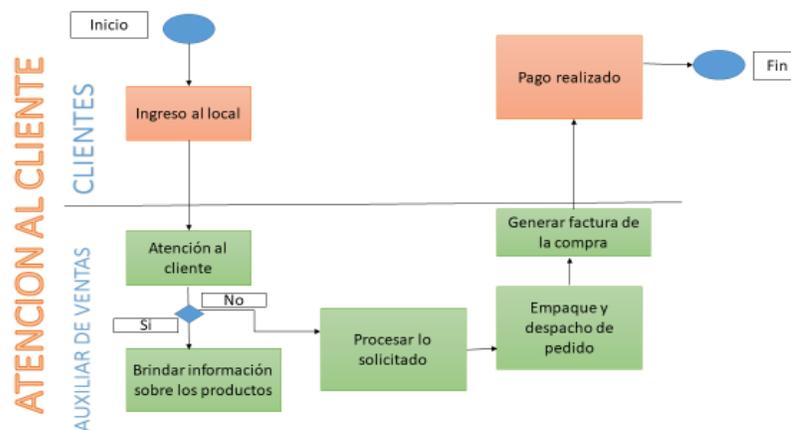


Nota: Elaborado por Kerly A. (2023). *Proceso de adquisición y compra de insumos, Milikemoda.*

Es el conjunto de operaciones que una empresa realiza con todos sus empleados para garantizar una experiencia sólida y satisfactoria para cada cliente. La confianza de los clientes en el negocio debe renovarse continuamente y con cada compra, solicitud de información, queja o consulta (Silva, 2022).

**Figura 5.**

*Proceso de atención al cliente*



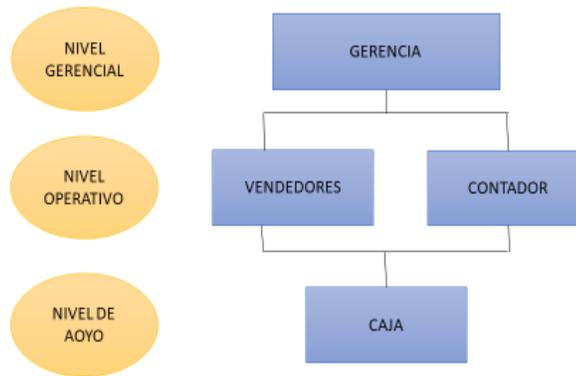
Nota: Elaborado por Kerly A. (2023). *Diseño de proceso de atención al cliente, Milikemoda.*

## 2.8. Organigrama Empresarial

El diseño del organigrama es funcional de acuerdo a la jerarquía estructural de la organización.

**Figura 6.**

*Estructura organizacional*



Nota: Elaborado por Kerly A (2023) organigrama empresarial, Milikemoda.

## 2.9. Funciones del Personal

### *Detalles generales del puesto del Gerente*

<b>Empresa</b>	Milikemoda
<b>Unidad Administrativa</b>	Área administrativa.
<b>Misión del Puesto</b>	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, responsabilizarse ante la dirección de la empresa, responsable de comprar los materiales, insumos, trato con proveedores, manejo de redes sociales. Atención al cliente. Ventas, servicio de domicilio.
<b>Denominación del puesto</b>	Gerente y propietario
<b>Rol del puesto</b>	Administración y supervisión de procesos
<b>Remuneración</b>	\$ 1000

### **Méritos y aspectos a considerar**

**Tabla 1.** *Méritos aspectos a considerar, Gerente*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Gerente y propietario Tecnólogo en Administración.	4 años de experiencia en local de ropa	Conocimiento y dominio de administración y ventas. Cursos actualizados en atención al cliente y manejo de redes. Dominio de procesos contables, manejo de inventario	Puntualidad Respeto Adaptabilidad, Atención al cliente. Creatividad, Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo, Planificación y organización. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos a considerar Gerente, venta de ropa Milikemoda

**Detalles generales del puesto del Caja**

<b>Empresa</b>	Milikemoda
<b>Unidad Administrativa</b>	Caja
<b>Misión del puesto</b>	Persona encargada de recibir el dinero de las ventas, siempre llevando un orden de lo que se realizó en el día, entrada y salida de mercadería.
<b>Denominación del puesto</b>	Distribución
<b>Rol del puesto</b>	Distribuir los productos
<b>Remuneración</b>	\$ 600
<b>Méritos aspectos a considerar</b>	

**Tabla 2.***Méritos aspectos a considerar, Caja*

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Caja	3 años de experiencia	Conocimiento y dominio de administración. Cursos actualizados de atención al cliente. Dominio de procesos contables. Innovación de producción	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Liderazgo. Planificación y organización. Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos a considerar del Proveedor, local ropa Milikemoda

***Detalles Generales del puesto del Vendedor.***

<b>Empresa</b>	Milikemoda
<b>Unidad Administrativa</b>	Vendedor 1
<b>Misión del puesto</b>	Atención al cliente, realizar mensualmente inventario de lo que ingresa y sale, ser puntual al ingreso de labores, cumplir con las reglas de la empresa, siempre mantener uniformado y dar satisfacción a los clientes al momento de la compra.
<b>Denominación del puesto</b>	Ventas
<b>Rol del puesto</b>	Atención a clientes, venta de productos.
<b>Remuneración</b>	\$ 500

***Méritos aspectos a considerar***

**Tabla 3.**  
*Méritos aspectos a considerar, Vendedor 1*

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Vendedor 1	3 años de experiencia en comisariato	Conocimiento y dominio de ventas. Cursos actualizados de atención al cliente. Dominio de procesos contables, manejo de inventario	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Trabajo bajo presión Liderazgo. Planificación y organización. Trabajo en equipo, tenacidad. Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos a considerar vendedor, local ropa Milikemoda

***Detalles generales del puesto de Vendedor 2***

<b>Empresa</b>	Milikemoda
<b>Unidad administrativa</b>	Área ventas
<b>Misión del puesto</b>	Servir atención al cliente con eficacia y amabilidad.
<b>Denominación del puesto</b>	Vendedor 2
<b>Rol del puesto</b>	Limpieza, desinfección y orden del local, ayudar en ventas a su compañero de trabajo y controlar las ventas del día con un orden eficaz.
<b>Remuneración</b>	<b>\$ 400</b>

***Méritos aspectos a considerar*****Tabla 4.***Méritos aspectos a considerar, Vendedor 2*

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Tecnólogo en trabajo social.	Al menos 1 año de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Aseo del local. Orden de ventas	Adaptabilidad. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos a considerar local de ropa, Milikemoda

**Detalles generales del puesto del Contador**

<b>Empresa</b>	Milikemoda
<b>Unidad administrativa</b>	Área contabilidad
<b>Misión del puesto</b>	Se encargará de los gastos y ganancias de la empresa, dando a conocer si se tiene buena demanda en el mercado, pagar los sueldos a los trabajadores con orden de roles de pago.
<b>Denominación del puesto</b>	Contado
<b>Rol del puesto</b>	Es quien lleva el manejo del dinero de la empresa, se encarga de llevar la contabilidad de la empresa, dando a conocer las pérdidas y ganancias de la empresa.
<b>Remuneración</b>	\$ 900

**Méritos aspectos a considerar****Tabla 5.** Méritos aspectos a considerar, Milikemoda

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Contador	Al menos 5 años de experiencias.	Contador del ingreso y salida de dinero y mercadería.	Adaptabilidad. Contador. Respeto Comunicación. Puntualidad Compromiso. Decisión. Tolerancia al estrés. Honestidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos a considerar área contabilidad local de ropa

### **3. PROCESO DE INVESTIGACION DEL MERCADO**

#### **3.1. Marketing**

Mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial, marketing es una serie de estrategias, técnicas y prácticas que tienen como principal objetivo, agregar valor a determinadas marcas o productos con el fin de atribuir una importancia mayor para un público objetivo, los consumidores. *(Kotler, 2012)*.

#### **3.2. Objetivo de Mercadotecnia**

Establecer el reconocimiento de la marca Milikemoda en el subconsciente de los usuarios y consumidores logrando obtener un mejor posicionamiento del mercado logrando una buena demanda, especialmente haciendo reconocer la marca como uno de los mejores productos en tendencia, por medio de publicidades en redes sociales, medios digitales, entre otros.

#### **3.3. Investigación de Mercado**

Se ha buscado la obtención de datos objetivos sobre el mercado, representando éste por distribuidores y consumidores. Esta información es objetiva, es decir, no depende de una persona en concreto, sino que procede, de forma independiente, del mercado al que se sirve y con el que se trabaja (Merino).

La empresa Milikemoda se basa en la distribución y comercialización de ropa y calzado, se encontrará ubicada en la ciudad de Iago agrio en el sector del Barrio Amazonas calle Cesar Villacis y segunda, la segmentación del sector cuenta con 210 habitantes.

En esta investigación se llevará a cabo un estudio de mercado aplicado y sistemático, para poder recoger información de fuentes primarias y secundarias, además de poder identificar algunas características de los clientes como la fuerte tendencia de prendas urbanas (Samaniego).

Es la investigación de campo en donde por medio de una encuesta con el propósito fundamental de recoger información esencial y de vital importancia para poder definir algunos lineamientos y directrices aplicables al servicio que se brinden en el local, además que este método de investigación permite conocer claramente cuáles son las preferencias de los clientes (Question, s.f.)

La investigación de mercado realizada es que la marca Milikemoda destaque en toda la ciudad de lago agrio con las mejores prendas, distribuyendo a varias locales de la ciudad, reconociendo la marca ya que el objetivo al que se está ofertando es el servicio previsto por la empresa y más satisfaciendo las necesidades del consumidor.

***Modalidad.***

Segun datos otendidos por el CAD de plan de ordenamiento y desarrollo 2014 esque el canton de lago agrio cuenta con 104.317 habitantes con extension de 3138,80km con una población de los cuales 53.966 son hombres y 50.778 mujeres (Lago Agrio , 2014). La recolección de datos se estableció a través de encuestas realizadas de forma presencial cumpliendo con las normas de seguridad correspondientes, en una semana se encuesto a un grupo de 144 personas de forma aleatoria de distintas edades que varían entre los 18 a 50 años de edad que viven el barrio Amazonas calle Cesar Villacis y Segunda.

### 3.4. Plan de Muestreo

Por medio de la realización de una encuesta a una población finita del segmento indicado el análisis de las diferentes variables y preferencias de prendas, además de proporcionar información que ayudará a comprender mejor el mercado teniendo un conocimiento claro de los clientes potenciales que deseen adquirir el servicio que brinda la marca.

Para determinar el tamaño de la muestra se realiza la siguiente formula de muestreo

**N**= tamaño de la muestra segmentada (230).

**Z**= nivel de confianza 95% (0.96)

**P**= probabilidad de éxito 50% (0.5)

**Q**= probabilidad de fracaso 50% (0.5)

**e**= error estimación muestra 5%

**n**= tamaño muestra

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

$$N = \frac{230 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (230 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 144$$

Aplicada la formula da como resultado que el tamaño de la muestra:

### 3.5. Análisis de las encuestas.

1. **Pregunta 1:** ¿Te gustaría que la tienda física tenga beneficios con los clientes por sus compras?

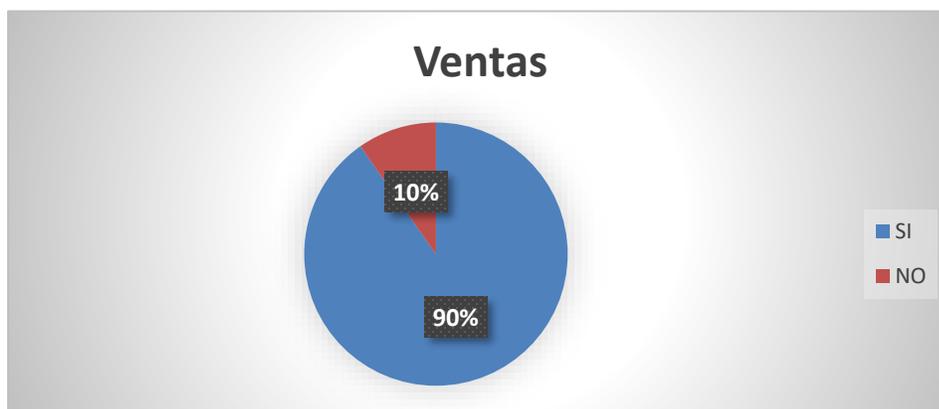
**Tabla 6.** *Pregunta A*

TIEMPO	CANTIDAD	%
SI	130	90%
NO	14	10%
<b>TOTAL</b>	144	100%

**Elaborado por:** Kerly Asipuela. (2023). *Rango compras, Encuesta. Milikemoda*

#### Gráficos 1.

*Pregunta 1 Gráfico circular*



**Elaborado por:** Kerly Asipuela. (2023). *Pregunta 1, grafico circular. Lago Agrio.*

**Análisis:** Los resultados obtenidos en las encuestas demuestran que del 100% de los consumidores, el 93% si les gustaría obtener los beneficios por sus compras y el 7% no le gustaría, por lo tanto, la mayoría de personas del sector si optarían por comprar en Milikemoda. Las estrategias de marketing están direccionadas en especial a beneficiar a su público.

2. **Pregunta 2:** ¿Si usted visitara nuestra tienda física, consumiría nuestros productos?

**Tabla 7.**

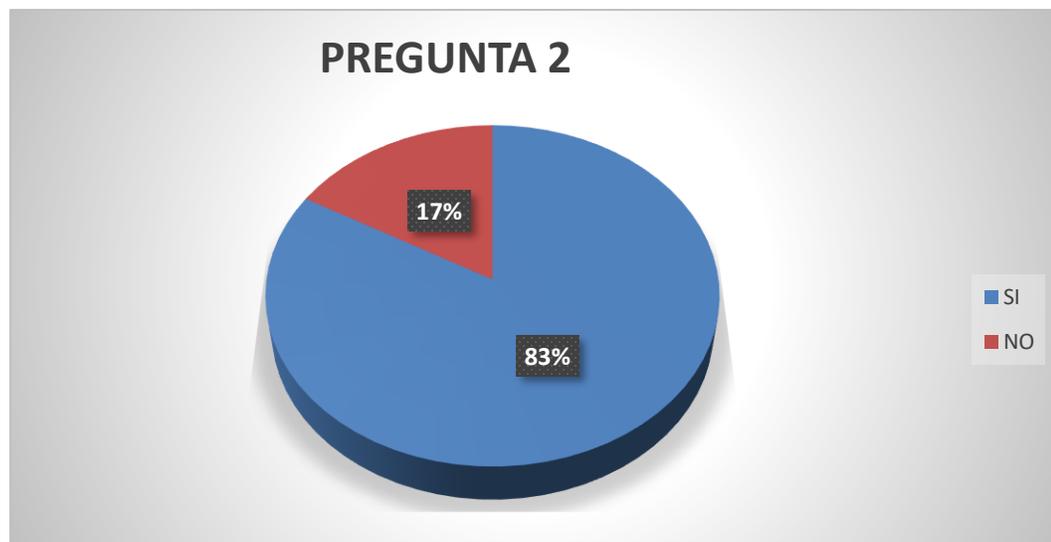
*Pregunta B*

GENERO	CANTIDAD	%
SI	120	83%
NO	24	17%
Total	144	100%

**Elaborado por:** Kerly.A (2023). Adquisición de productos, *Encuesta. Milikemoda.*

**Gráficos 2.**

Pregunta 2 Gráfico circular



**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Pregunta 2, grafico circular.*

Se obtuvieron los resultados en donde la mayoría de las personas del sector si prefieren adquirir los productos con un total de 83%, los resultados permiten conocer a los clientes potenciales para planear la comodidad como ventaja competitiva al visitar la tienda.

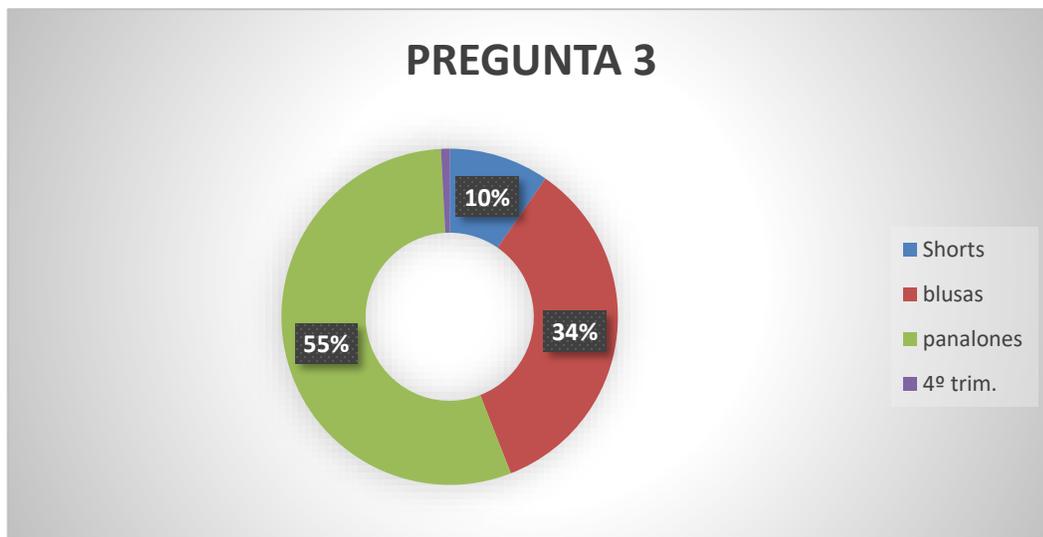
3. **Pregunta 3** ¿Usted estaría dispuesto a comprar en la empresa Milikemoda estos artículos que le ofrece?

**Tabla 8.** Pregunta 3

<b>PREGUNTA 1</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Shorts	14	10%
Blusas	50	34%
<b>Pantalones</b>	<b>80</b>	<b>55%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Pregunta 1, encuesta. Milikemoda.*

**Gráficos 3.** Pregunta 3 Gráfico circular



**Nota:** Elaborado por: Kerly. A. (2023). *Pregunta 3, grafico circular.*

**Análisis:** La mayoría de las personas encuestadas, tienen como preferencia por los pantalones dando como resultado un 56%, en cambio el 36% por blusas y por último un 10% en shorts, dando a conocer la preferencia de las prendas en el sector y además comprobando que la empresa va tener mayor demanda en los pantalones por parte de los consumidores del sector.

4. **Pregunta 4:** ¿Cuál es el rango de precios que pagarías por una prenda?

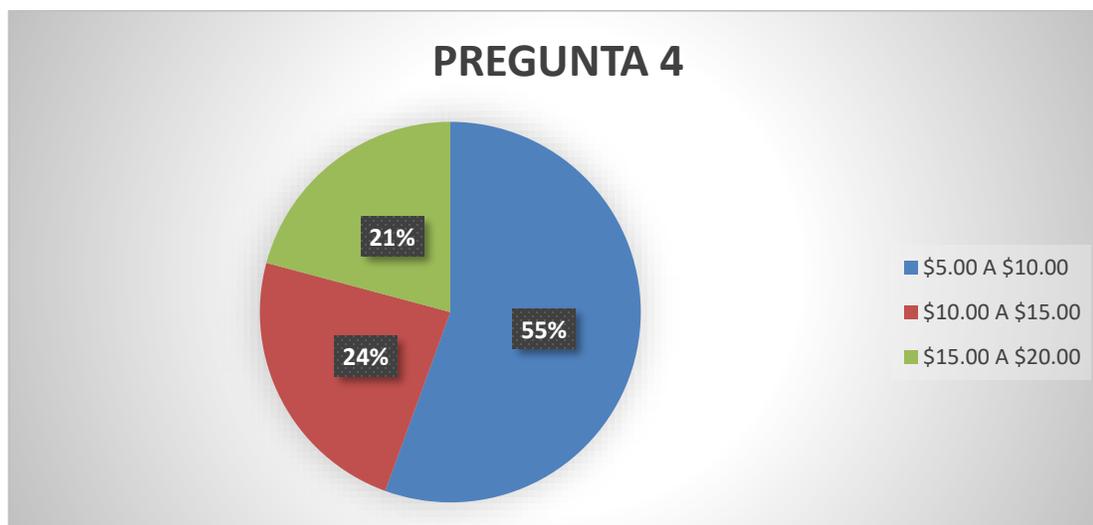
**Tabla 9.** Pregunta 4

PREGUNTA 4	CANTIDAD	%
\$5.00 a \$10.00	80	55%
\$10.00 a \$15.00	34	24%
\$15.00 a \$20.00	30	21%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por: Kerly. A (2023). Pregunta 4, encuesta. Milikemoda.

**Gráficos 4.**

Pregunta 4 Gráfico circular



**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). Pregunta 4, grafico circular. LAGO AGRIO.

**Análisis:** En la encuesta se determinó que, en su mayoría, las personas del sector prefieren pagar de \$5,00 a \$10,00 teniendo como resultado 55%, otros \$10,00 a \$15,00 con un total 24% y por último \$15,00 a \$20,00 con un total de 21% obteniendo como resultado que prefieren el rango de precio más económico por la economía que se viven en el país.

5. **Pregunta 5:** ¿Cada que tiempo le gustaría que haya promociones en la tienda?

**Tabla 10.**

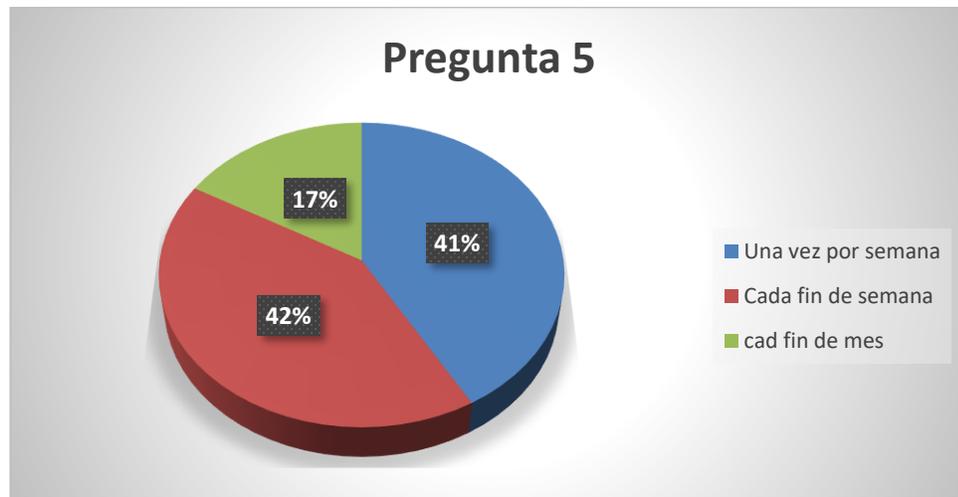
*Pregunta 5*

<b>PREGUNTA 5</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Una vez por semana	60	41%
Los fines de semana	60	42%
Una vez por mes	24	17%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). *Pregunta 3, encuesta. Milikemoda*

**Gráficos 5.**

*Pregunta 5 Grafico circular*



**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Pregunta 5, grafico circular. Lago agrio*

**Análisis:** Se obtuvieron los resultados de que los habitantes del sector prefieren las promociones cada fin de semana con un total 42%, otros prefieren una vez por semana con un total de 41% y el 17% prefirió promociones cada fin de mes, lo que significa que las personas si quieren promociones más seguido por semana al realizar sus compras, esto ayuda al volumen de ventas.

6. **Pregunta 6:** ¿Cuál es el estilo de ropa que usas con mayor frecuencia?

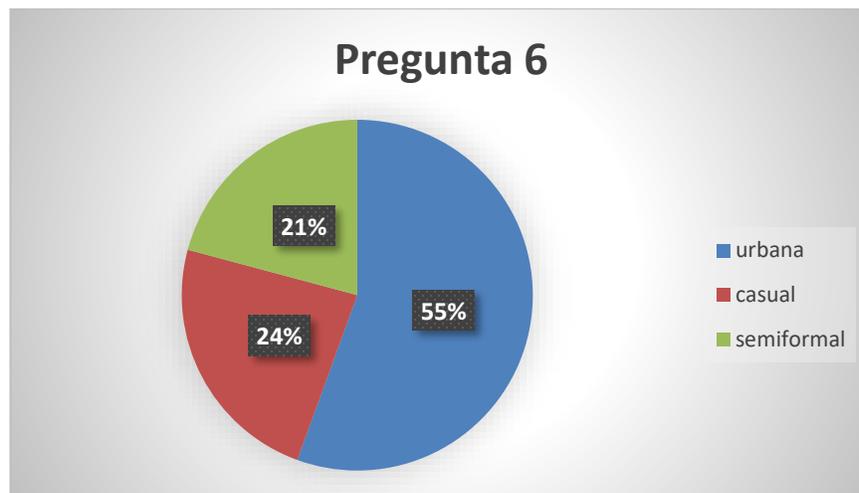
**Tabla 11.**

*Pregunta 6*

<b>PREGUNTA 6</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Casual	34	24%
Semi formal	30	21%
Urbana	80	55%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly. A (2023). *Pregunta 6, encuesta. Milikemoda.*

**Gráficos 6.** *Pregunta 6 Gráfico circular*



**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). *Pregunta 6, grafico circular. Lago Agrio.*

**Análisis:** Según los datos obtenidos de las personas encuestadas al 55% les gustaría más el estilo urbano, el 24% el estilo casual y por último el 21% el estilo semiformal, por lo tanto, los consumidores optarían más por el estilo urbano de comics dando como resultado un mercado potencial.

7. **Pregunta 7:** ¿Te gustaría que agreguemos servicio a domicilio?

**Tabla 12.**

*Pregunta 7*

<b>PREGUNTA 7</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	144	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023) Pregunta 7, encuesta. Milikemoda.

**Gráficos 7.**

*Pregunta 7 Gráfico circular*



**Elaborado por:** Kerly.A (2023). *Pregunta 7, grafico circular. LAGOAGRIO.*

**Análisis:** Las personas encuestadas dieron a conocer que, si prefieren el servicio a domicilio con un total del 100% y el 0% no prefiere servicio a domicilio, por lo tanto, si es buena opción para la comodidad de los clientes del sector, evitando así que ellos salgan de sus casas.

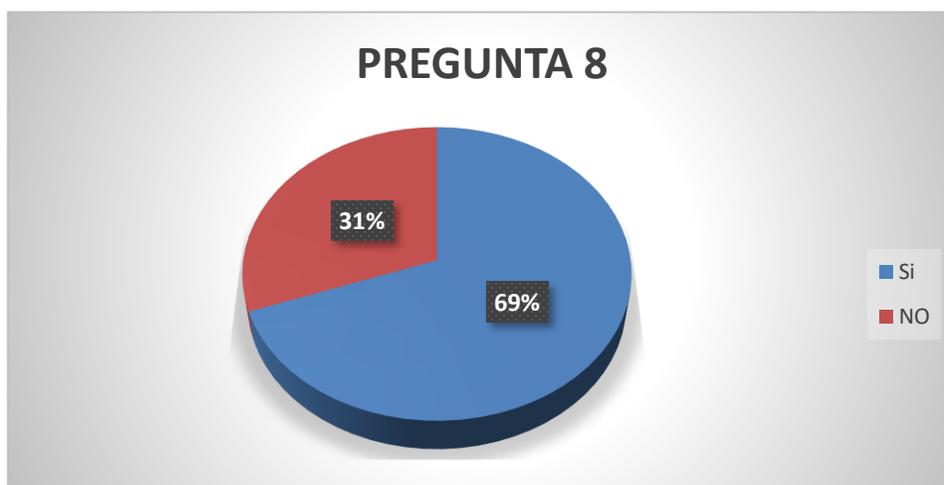
**Pregunta 8:** ¿Te gustaría que con el tiempo agreguemos otras tiendas físicas en el sector?

**Tabla 13.** Pregunta 8

<b>PREGUNTA 6</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	100	69%
NO	44	31%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). Pregunta 8 encuesta. MILIKEMODA.

**Gráficos 8.** Pregunta 8 Gráfico circular



**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). Pregunta 8, gráfico circular, LAGOAGRIO.

**Análisis:** Las personas encuestadas dan a conocer que del 100%, el 69% de consumidores prefieren que si se agreguen más tiendas físicas así evitando aglomeración de las personas en una sola tienda y muchas más personas puedan tener la comodidad de conocer el servicio y el 31% prefiere que no se agreguen más tiendas físicas. Además, esta información sirve como referencia para poder en un futuro agregar las tiendas físicas en base a la comodidad de los clientes

## **Análisis general**

Una de las conclusiones de los datos obtenidos es que las personas si consumirían y visitarían la tienda física en su sector dando como resultado un 83% acertando que si están de acuerdo , más allá de un servicio se debe satisfacer las necesidades de los consumidores, uno de los factores más importante es saber llevar a cabo el manejo del mercado, los clientes del sector hacen conocer sus preferencias para llevar a cabo una estrategia de negocio, dentro de esto se ofrecen las promociones que son una de las propuesta con mayor acogida, ya que todos necesitan promociones al momento de adquirir prendas, a su vez los beneficios, esta fue la pregunta con mejor respuesta dando como resultado un 100% como clientes prefieren evitarse y ahorrar tiempo de salir de sus casas y prefieren su producto a domicilio.

Como también llegar a concluir que la idea de negocio tiene como satisfacción que los productos que se ofrecen, tendrán buena acogida por sus nuevas tendencias urbanas, se sabe que el camino al éxito es la satisfacción de los clientes. Con el análisis de la información se tiene la confianza y seguridad que existe una amplia posibilidad en la viabilidad y ejecución para la tienda física.

### 3.6. Entorno empresarial

Las organizaciones no son absolutas, no están solas en el mundo ni se encuentran en el vacío. Como sistemas abiertos, operan en un ambiente que las envuelve y ciñe. Ambiente es todo lo que rodea a una organización. De este modo, ambiente es el contexto dentro del cual existe la organización o el sistema (Chiavenato, 2011, p.p. 23 - 24).

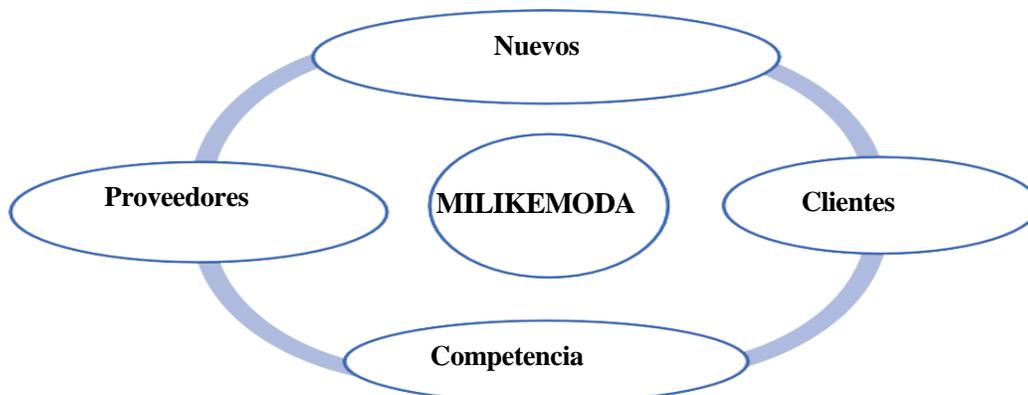
#### 3.6.1. Micro entorno

De acuerdo con Bateman & Snell, (2009) señalan que: Los participantes cercanos a la compañía que afectan su capacidad para servir a sus clientes; es decir, la compañía misma, los proveedores, los intermediarios de marketing, los mercados de clientes, los competidores y los públicos.

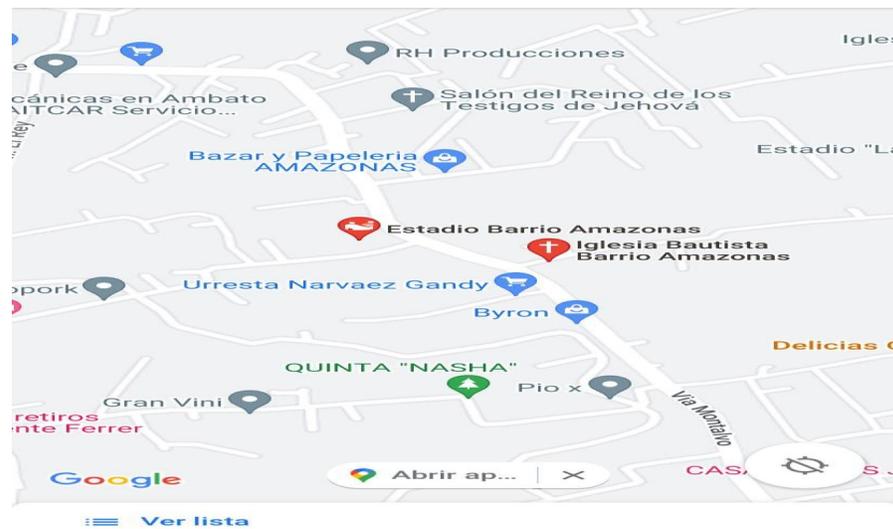
Milikemoda considera el análisis del micro entorno a determinados factores internos que pueden afectar el desarrollo del emprendimiento.

**Figura 7.**

*Esquema del micro entorno, Milikemoda*



**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Factores del micro entorno. Milikemoda.*

**Figura 8.***Ubicación*

Google, Maps, (2023). Diseño de ubicación.

### ***Nuevos competidores***

En la actualidad se sabe que los nuevos negocios de ropa cada vez son más extensos y existe la posibilidad de amenazas por el nuevo ingreso de negocios similares al que se maneja (Jimenez), por lo cual es preciso ser estratégicos en el mercado basándose en el reconocimiento de la marca llegando a los clientes por medio de publicidades, redes, promociones.

### ***Competencia directa.***

Empresas que operan en el mismo mercado, con idénticos canales de distribución, con iguales o parecidos productos/ servicios o soluciones que se dirigen al mismo perfil de potenciales clientes. (Rosales Uribe, 2015)

***Competencia indirecta.***

Está constituida por productos sustitutos o aquellos que actualmente no son competidores, pero que pueden serlo en el futuro porque satisfacen las mismas necesidades (Caro, 2014).

Establecimientos de competencia indirecta:

- VERANO
- DIVAS BOUTIQUE
- TATIS

***Clientes.***

Milikemoda es un emprendimiento que está dirigido a familiares de la ciudad de Lago Agrio y sus alrededores independientemente de su estrato socio económico, que tienen como objetivo que sus clientes prefieran sus productos innovadores, basándose en el beneficio de cada uno de ellos y que prefieran prendas que sean reutilizables para así cuidar el medio ambiente.

***Proveedores.***

El compromiso de Milikemoda es garantizar la satisfacción de los usuarios y clientes por lo que mantendrá compromiso con los proveedores que garanticen la calidad en todos sus productos

Tabla 14.

Proveedores

<b>PROVEEDORES</b>		
<b>Materiales e insumos</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Característica</b>	<b>Producto</b>
<b>URBANO BROOKLYN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Amplia trayectoria en el mercado.</li> <li>• Garantía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Camisas y Camisetas para caballero</li> <li>• Pantalones, Toreros, Pantalinetas.</li> <li>• Tela Importada</li> </ul>
<b>MATTAREK</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Importación y distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sandalias, Plataformas, Tacones</li> <li>• Productos de calzado Fashions dama y belleza.</li> <li>• Multiusos</li> </ul>
<b>TRIPLE A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantía.</li> <li>• Diferentes marcas de zapatos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réplicas de Zapatos deportivos</li> <li>• Unisex</li> </ul>
<b>HUMANS CAPS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de alta calidad.</li> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Precios competitivos.</li> <li>• 25 años de experiencia en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gorras para dama y caballero</li> <li>• Mochilas deportivas</li> <li>• Combos mochila, gorra y Zapatos.</li> </ul>

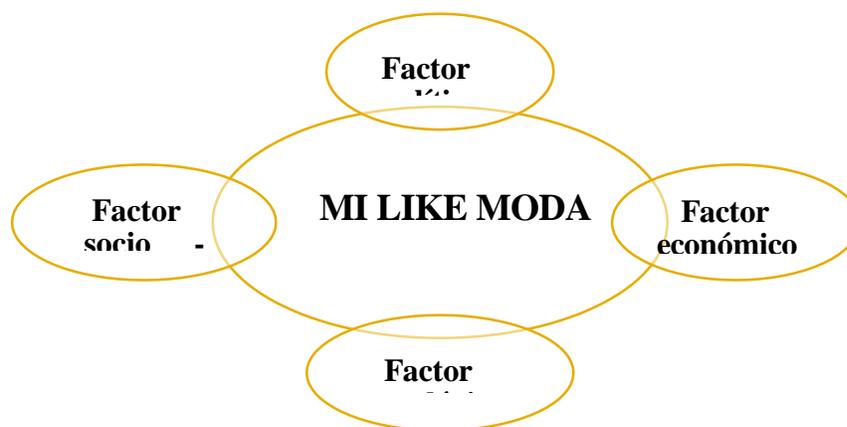
**Nota:** Elaborado por Kerly A. (2023). *Tabla de proveedores. Milikemoda.*

### 3.6.2. Macro Entorno

Basándome en el documento de (Caro, 2014) menciona que el macro entorno se refiere al contexto más general de la organización y está compuesto por todas aquellas variables que influyen indirectamente sobre la empresa. Abarca distintos factores como demográficos, económicos, del mercado financiero, tecnológicos, políticos, legales, socioculturales, etc.

**Figura 9.**

*Esquema del macro entorno*



**Nota:** Elaborado por Kerly A. (2023). *Esquema del macro entorno Milikemoda.*

Para este estudio se utilizará el análisis Milikemoda y el Diagrama del Perfil del Atractivo del Sector. El primero proporcionará una visión detallada de diferentes aspectos del ambiente general que son significativos para el establecimiento y posterior funcionamiento del negocio. El Diagrama del Perfil del Atractivo del Sector se utiliza en forma complementaria a la primera herramienta de manera de poder visualizar en forma resumida el impacto conjunto de las principales variables del entorno.

### ***Factor Político***

Según (Rosales Uribe, 2015) El entorno político – legal evalúa los riesgos que corren las empresas al querer invertir en un sector de la industria y pone al descubierto leyes, resoluciones comerciales, impuestos, situación política y de gobierno relacionada al modelo de negocio.

Cabe destacar que además de las propuestas presentadas por el gobierno, el país goza de un elevado potencial para acrecentar la exportación de productos de moda, sean estos materia prima o producto terminado, a los países que conforman la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia y Perú) y Venezuela, ya que existen acuerdos comerciales vigentes que permiten el ingreso de productos ecuatorianos sin pago de aranceles.

### ***Factor Económico***

Partiendo nuevamente del documento de (Rosales Uribe, 2015) comenta que el entorno económico nace como un factor de estudio que le permite a las empresas analizar todos aquellos indicadores que influyen o ejercen en los patrones de gasto de los consumidores potenciales.

“Milikemoda” es consciente de la situación económica a nivel nacional y mundial por lo que establecerá los precios competitivos de acuerdo a la necesidad del mercado tomando en cuenta las variables que influyen en la compra de insumos y materiales necesarios para la empresa.

***Factor socio – cultural.***

“El poder adquisitivo se desplaza hacia determinados productos y servicios, alejándose de otros, en función de los gustos y preferencias de los consumidores. La sociedad perfila creencias, valores y normas que definen en gran medida esos gustos y preferencias” (Rosales Uribe, 2015).

El comportamiento de los clientes también forma parte del factor socio-cultural, en Milikemoda existe un ambiente agradable en el trato para todos los consumidores.

***Factor tecnológico.***

Este es 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, entre otras, con el fin de mejorar los procesos productivos y la calidad de vida (Rosales Uribe, 2015).

Tomando en cuenta diferentes puntos de venta en la actualidad la mayoría de las personas prefieren comprar por internet y Milikemoda ha estado a disposición tanto de una tienda física y online que ha sido un reto bastante eficiente, estos cambios que se han erradicado en estos tiempos ha tenido un incremento bastante amplio en el ámbito comercial.

### **3.7. Producto y Servicio**

Milikemoda es una empresa o emprendimiento que se dedica a la compra y ventas de ropa y calzado dentro de sus productos son: Zapatos, Camisetas, Pantalones, Lencería para dama, Sandalias, Ropa Deportiva, etc. Y esto se realizará prestando un servicio de calidad y satisfacción.

#### ***Producto Esencial***

El producto esencial está referido a lo que el cliente compra es decir el beneficio o servicio básico en Milikemoda el cliente busca la comodidad en las prendas y sentirse seguro, confiado de lo que está comprando es un producto de mayor factibilidad para así regresar al establecimiento.

#### ***Producto Real***

El producto real puede tener diferentes características como; precio, marca, calidad. *Milikemoda* maneja una gran variedad de productos, ofreciendo siempre a sus clientes las mejores marcas del mercado, y precios competitivos. Marcas tanto de ropa como de zapatos: Urbano Brooklyn, Humans Caps., Mattarek, etc.

#### ***Características.***

La amplia variedad de productos que ofrece Milikemoda son considerados de alta calidad los mismos que cuentan con un diseño a la moda y apto para dama y caballero con diseños personalizados, únicos, diversos. Los precios son accesibles para los consumidores de clase media, alta y media baja.

Milikemoda cuenta con diferentes proveedores de distintas marcas ya que todas tienen distintos diseños y se abarca a los gustos de los consumidores y se aumentan nuevos clientes gracias al servicio brindado.

**Calidad.** Para asegurar la venta de ropa para dama y caballero el emprendimiento debe cumplir con los estándares de servicio, calidad, producto y expectativas de los clientes para ello se escoge al personal que contenga buena actitud, experiencia en servicio al cliente, paciencia y lo más importante las herramientas actualizadas en los avances tecnológicos que permitan mejorar los servicios.

**Estilo.** El estilo adoptado en el establecimiento es una temática con colores llamativos y acabados actualizados como: Pegatinas de las diferentes marcas, Fotografías de la ropa, colores relucientes.

**Marca.** El nombre escogido para el emprendimiento es Milikemoda que viene del mundo de la moda. En la actualidad es bastante común que se utilice este tipo de términos en la constitución de nuevas empresas. Además, se considera que la comercialización de marcas que tienen trayectoria en el mercado puede contribuir a atraer clientes al local (Jimenez). Esto se explica evidentemente en que la tienda se dedicará a la reventa y no al diseño y fabricación de líneas de ropa propias.

**Producto aumentado.** Los consumidores podrán hacer sus consultas sobre productos y servicios de la tienda a través de la página web de la empresa y las redes sociales, teniendo una respuesta casi inmediata por parte de la empresa. Además, se publicarán consejos de moda y belleza y los clientes podrán expresar sus opiniones y deseos al respecto, también se ofrecerá a quien compre en la tienda una prenda de regalo

**Diferenciación.** Se centra principalmente en brindar un servicio personalizado dependiendo de los necesidades y requerimientos del cliente para así mostrar eficiencia, además el mercado al que ingresa el emprendimiento no existe tiendas con las mismas prendas o parecidos que oferten tendencia para el sector seleccionado.

### 3.8. Plan de Introducción al Mercado.

#### *Distintivos y Uniformes.*

##### *Área Administrativa.*

El administrador del establecimiento utilizara el uniforme de trabajo en donde se encuentra estampado el logotipo de la empresa, en los horarios de la jornada de trabajo establecida.

##### *Administrador.*

- Camisa manga corta blanca básica con el logo en el pecho.
- Pantalón de tela color negro.
- Zapatos deportivos negros.

#### **Figura 10.**

##### *Diseño de uniforme*



### ***Área Operativa.***

El personal del área operativa del establecimiento que consta del auxiliar de ventas y recepcionista utilizara el uniforme de trabajo entregado por el establecimiento en la jornada de trabajo establecida.

#### ***Auxiliar de ventas y recepcionista.***

- Camiseta básica blanca con el logotipo del establecimiento en la parte superior izquierda.
- Pantalón Jean color azul.
- Zapatos deportivos negros.

#### **Figura 11.**

*Diseño uniforme auxiliar de ventas y recepcionista.*



## *Materiales de identificación*

### *Logotipo*

**Figura 12.** *Logotipo Milikemoda*



**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). Diseño del logotipo empresarial. Milikemoda

### *Elementos que Conforman el Logotipo.*

- El diseño del logo es bastante sencillo, que se puede entender de una manera fácil y rápida del giro de negocio del emprendimiento.
- Se diferencia con la K por desempeñar el nombre del propietario el esfuerzo y el entusiasmo de trabajar en el bienestar de los usuarios.
- El fondo rosado y negro se diferencia por las prendas que se ofrecen para dama y caballero de aportar tendencias.

### *Colores.*

- El rosado representa la pasión, energía, cariño y al deseo de prosperidad por el bien común.

- Negro representa el deseo de protección constante y la firmeza de aportar en el desarrollo de la sociedad en armonía y tranquilidad.

### *Tarjetas de Presentación.*

En el lado A de la tarjeta de presentación se encuentra el logotipo del establecimiento, también se encuentran los datos generales del establecimiento y la actividad del mismo, como también la dirección, el teléfono y redes sociales.

### **Figura 13**

*Tarjeta de presentación, Milikemoda*



**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Lado B, tarjeta de presentación, Milikemoda.*

### *Hoja Membretada.*

La papelería que utilizará Milikemoda será una herramienta de la identidad corporativa, la cual se empleará para asuntos oficiales y declaraciones formales a empresas, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

**Figura 14.** Hoja Milikemoda



Nota: Elaborado por Kerly.A (2023). Hoja. Milikemoda.

### 3.9. Canales de Distribución

El único distribuidor físico es el establecimiento que se encuentra ubicado en sector Barrio Amazonas calle Cesar Villacis y segunda – Lago Agrio.

#### *Promoción*

- El más importante medio de promoción son las plataformas digitales como: Instagram, Facebook y WhatsApp, en donde se estará compartiendo contenido acerca del modelo de negocio del establecimiento.
- Se estará realizando campañas publicitarias por medios de comunicación locales para que las personas del sector y sus alrededores empiezan a reconocer la marca.
- Participación en eventos como expo ferias y exhibiciones en donde se repartirán volantes a las personas que acudan al evento.

**Contacto**

- Número de teléfono convencional.
- Correo electrónico corporativo
- Redes sociales (Instagram, Facebook, and WhatsApp).

**Correspondencia**

- E- mail empresarial

**Negociación**

- Directamente en el establecimiento.
- Por vía telefónica convencional.
- Por WhatsApp.

**Financiamiento de Publicidad****Tabla 15.** *Financiamiento Publicidad*

<b>GASTOS DE PROMOCIÓN</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR USD</b>
Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)	Algunas veces	\$1000,00
Anuncio publicitario en medios locales (radio)	1 vez cada 4 meses	\$75,00
Uniformes 2 x trabajador	5	\$250,00
Tarjetas de presentación	1000	\$50,00
Volantes	1000	\$24,00
<b>TOTAL</b>		\$1399,00
<b>TOTAL, ANUAL</b>		\$1399,00

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Gastos de Publicidad. Milikemoda.*

### **3.10. Riesgo y Oportunidad.**

Existe el riesgo importante que hay que tener en cuenta y es que una vez que el establecimiento entre en operaciones se establezcan locales similares en el sector que brinden los mismos servicios que Milikemoda acaparando los clientes potenciales y la cuota de mercado.

La oportunidad de negocio radica principalmente en que por el momento no existe en el sector algún negocio comercial que se especialice en brindar este tipo de servicio y los mejores precios del mercado en tendencia para satisfacción de los clientes

Esta línea de negocio se encuentra en crecimiento debido al espacio que han ido ganando cada día más en él sector con prendas innovadoras al igual brindándoles servicios de calidad con excelentes beneficios.

### **3.11. Fijación de precios.**

La fijación de precios es el proceso mediante el cual la empresa establece el precio al que venderá sus productos y servicios, y puede ser parte del plan de marketing de la empresa.

#### ***Fijación de precios estándar.***

Los precios establecidos para los siguientes combos que ofrece la empresa en temporadas han sido elaborados tomando en cuenta los valores referenciales de los productos y que son establecidos por los proveedores y fabricantes de los mismos más la suma del porcentaje de ciertos factores que intervienen al momento de la comercialización de los mismos.

***Factores:***

- Utilidad.
- Factor costo.
- Gastos administrativos.
- IVA.

En la ficha técnica se refleja el porcentaje de cada uno de estos valores, que al realizar la suma de todos esto da como resultado el valor final de los combos. Milikemoda ha realizado la promoción o combos 2x1 de productos que se presentan a continuación.

**Combo 1****Tabla 16. Combo 1**

			<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>Combo caballero</b>				
<b>NOMBRE DEL KIT O COMBO:</b>	Combo en promoción / caballero		<b>Código:</b> 001	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	22/7/2022		<b>Responsable:</b> Kerly, A.	
<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Pantalón	34	\$30,0	1	\$30,00
Camiseta	L	\$20,0	1	\$20,00
Calzado	43	\$45,0	1	\$45,00
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total, bruto</b>	<b>\$95,00</b>
			<b>Total, neto</b>	<b>\$95,00</b>
			<b>Factor costo 33%</b>	<b>\$31,35</b>
			<b>G. Admón. 10%</b>	<b>\$9,50</b>
			<b>30% utilidad</b>	<b>\$28,50</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$164,35</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$19,72</b>
			<b>Total</b>	<b>\$184,00</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). *Combo de prendas caballero. Milikemoda.*

**Combo 2****Tabla 17. Combo 2**

			FICHA TÉCNICA	
<b>Combo dama</b>				
<b>NOMBRE DEL KIT O COMBO:</b>	Combo de ropa/dama		Código: 002	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	29/02/2023		Responsable: Kerly, A.	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOATAL
Blusa	Talla única	\$20,00	1	\$20,00
Pantalón	Talla 10	\$30,00		\$30,00
deportivos	Talla 39	\$30,00		\$30,00
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total, bruto</b>	<b>\$80,00</b>
			<b>Total, neto</b>	<b>\$80,00</b>
			<b>Factor costo 33%</b>	<b>\$26,40</b>
			<b>G. Admin. 10%</b>	<b>\$8,00</b>
			<b>30% utilidad</b>	<b>\$24,00</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$138,4</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$16,61</b>
			<b>Total</b>	<b>\$155,00</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). *Combo de prendas caballero. Milikemoda*

**Combo 3**

**Tabla 18. Combo 3**

		<b>FICHA TÉCNICA</b>		
		<b>Combo Caballero</b>		
<b>NOMBRE DEL KIT O COMBO:</b>	Mini combo		Código: 003	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	29/01/2023		Responsable: Kerly.A.	
<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Gorras	Talla única	10,00	1	\$10,00
Pantalón	Talla 34	25,00	1	\$25,00
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total, bruto</b>	<b>\$45,00</b>
			<b>Total, neto</b>	<b>\$45,00</b>
			<b>Factor costo 33%</b>	<b>\$14,85</b>
			<b>G. Admin 10%</b>	<b>\$4,50</b>
			<b>30% utilidad</b>	<b>\$13,50</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$77,85</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$9,34</b>
			<b>Total</b>	<b>\$87,19</b>

**Nota:** Elaborado por Kerly.A. (2023). *Combo de prendas caballero. Milikemoda*

## Arriendo

Tabla 24. Gastos arriendo local. Milikemoda.

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
<b>\$200</b>	<b>\$1200</b>	<b>\$2400</b>

Elaborado por: Kerly, A. (2023). *Arriendo del local. Barrio Amazonas*.

## Equipos industriales.

Tabla 19. Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Dispensador de agua	1	\$122,00	\$122,00
Gasto de luz	1	\$23,00	\$23,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$145,00</b>

Elaborado por: Kerly.A. (2023). *Equipos industriales. Milikemoda*.

## Equipos de computación. (Ver anexo 4)

Tabla 20. Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Laptop HP	1	\$680,00	\$680,00
Teléfono	1	\$500,00	\$500,00
Impresora	1	\$260,00	\$520,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$1.700,00</b>

*Muebles y enseres.* (Ver anexo 5)

**Tabla 21.** *Muebles y enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Estantería de ropa	2	\$220,00	\$440,00
Percha de zapatos	2	\$150,00	\$300,00
Cobrador	2	\$110,00	\$220,00
Aire acondicionado		\$200,00	\$200,00
Vitrina para gorras	2	\$210,00	\$210,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1370,00</b>

**Elaborado por:** Kerly, A. (2023). *Muebles y enseres. Milikemoda.*

*Equipos industriales de seguridad.* (Ver anexo 6)

**Tabla 22.** *Equipos industriales de seguridad.*

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintores 10 lb.	2	\$33,50	\$67,00
Señalética de seguridad industrial	12	\$2,50	\$30,00
Botiquín primeros auxilios	3	\$34,50	\$103,50
Dispensador de alcohol	2	\$70,00	\$140,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$340,50</b>

**Elaborado por:** Kerly, A. (2023). *Equipos industriales de seguridad. Milikemoda.*

**Tabla 23.**

*Suministro de oficina.*

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Cuaderno de contabilidad	1	\$3,00	\$3,00
Cinta adhesiva	5	\$2,50	\$12,50
Lápices y esferos	5	\$2,50	\$12,50
Fundas de basura	5	\$1,50	\$7,50
Resaltadores	3	\$0,75	\$2,25
Grapadora	1	\$9,99	\$7,99
Sujeta papel x caja	4	\$3,00	\$12,00
Grapas	5	\$2,00	\$10,00
Perforadora	3	\$2,28	\$6,84
Borrador	2	\$0,30	\$0,60
Agenda	2	\$2,50	\$5,00
Tijera	1	\$1,25	\$1,25
<b>TOTAL</b>			<b>\$81,44</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Suministros de oficina. Milikemoda.*

**Tabla 24.**

*Servicios básicos.*

<b>SERVICIOS BASICOS</b>	
LUZ	\$20,00
AGUA	\$8,00
TELEFONO	\$10,00
INTERNET	\$15,00
TOTAL	\$53,00
<b>TOTAL, ANUAL</b>	<b>\$636,00</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Servicios básicos. Milikemoda.*

*Materiales de limpieza.* (Ver anexo 8)

**Tabla 25.** *Insumos de limpieza*

<b>INSUMOS DE LIMPIEZA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba	1	\$2,00	\$2,00
Trapeador con sistema de lavado	1	\$11,50	\$11,50
Fundas para basura paquete x 20 unidades	10	\$2,50	\$25,00
Cloro x galón	2	\$5,00	\$10,00
Desinfectante multiusos	2	\$10,68	\$21,36
Pala recogedora de basura	1	\$2,00	\$2,00
Jabón líquido	2	\$6,20	\$12,40
papel higiénico	5	\$1,75	\$8,75
Toallas para limpieza	5	\$6,00	\$30,00
tachos para basura	6	\$3,75	\$22,50
Detergente 5 kg	1	\$12,00	\$12,00
Cepillo flexible para inodoros	1	\$3,00	\$3,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$160,51</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Materiales de limpieza, Milikemoda.*

## **4. PROCESO EMPRESARIAL**

### **4.1. Aspecto legal**

Para poder constituir la microempresa o el emprendimiento es necesario realizar los trámites legales y los permisos correspondientes vigentes en la actualidad en el territorio ecuatoriano.

### **4.2. SRI**

En el servicio de rentas internas, entidad pública encargada de realizar la recaudación de servicio a nivel nacional en donde se puede obtener se encarga de gestionar la política tributaria, asegurando la recaudación destinada al fomento de la cohesión social.

#### ***4.2.1. RUC (Registro Único de Contribuyente)***

Trámite habilitado por el servicio de rentas internas que permite a las personas naturales la inscripción del (RUC) registro único de contribuyentes mediante la presentación de los requisitos correspondientes en los diferentes canales de atención habilitados a los ciudadanos a nivel nacional (Gob.ec PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2022

#### ***Trámite en Línea***

- Ingrese el número de identificación y la clave
- Escoja la opción de inscripción
- Aceptar términos y condiciones

- Ingrese la información general del contribuyente.
- Ingrese los medios de contacto.
- Ingrese la dirección del domicilio
- Ingrese la dirección del establecimiento matriz.
- Ingrese las actividades económicas.
- Ingrese la actividad económica principal
- Resumen de la información ingresada
- Confirmacion de inscripcion del RUC

***Permiso del funcionamiento del Cuerpo de Bomberos***

Es la autorización emitida por dicha entidad para todo local comercial y tiene una duración de un año calendario, en el caso del cantón Lago Agrio los requisitos para realizar el trámite son los siguientes:(comunicación personal, CUERPODE BOMBEROS LAGO AGRIO, 26 de julio del 2023).

***Requisitos Obligatorios primera vez:***

- Copia de cedula
- Solicitud de inspección

Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de patente, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. Art. Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

***Requisitos Obligatorios Persona Natural:***

- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

***Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)***

***Registro de nuevo empleador***

- Registro Único de Contribuyentes
- Cédula
- Código de identificación para extranjeros

## **5. IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL**

### **5.1. Objetivo de área:**

Generar canales de venta tanto en el mercado local como nacional, para mejorar el posicionamiento entre la competencia. Especializarnos en el diseño de prendas de vestir únicas, utilizando la más alta calidad en productos y ofreciendo el mejor servicio.

En el ámbito ambiental el objetivo fundamental es el poder determinar cuáles son las afectaciones al ambiente que se pueden producir, además de los planes de acción y estrategias a implementar para controlar, reducir y mitigar dichas afectaciones, aplicando siempre lineamientos que permitan el desarrollo sustentable, sostenible y amigable con el medio ambiente.

En el aspecto social se puede determinar el aporte en el desarrollo integro comunitario en el lugar donde está localizada la microempresa promoviendo la formulación de estrategias de trabajo en conjunto con la comunidad para el desarrollo social del área de influencia.

### ***(ODS) OBJETIVO SOSTENIDO***

Los objetivos de desarrollos sostenible son principios globales enmarcados dentro de las estrategias adoptadas por las naciones unidas para lograr un mejor futuro que sea sostenible para todos, además de constituir una herramienta en la planificación estratégicas naciones (NACIONES UNIDAS, 2022).

En el entorno ambiental Milikemoda trabajara con dos objetivos de desarrollo sostenible:

***Principio 6: TENDENCIA Y MODA.***

La empresa existe gracias a los clientes o consumidores que logra desarrollar. La piedra angular de la mercadotecnia es muy simple: si hay clientes, hay empresa. En las economías de mercado la responsabilidad para con los consumidores es requisito de supervivencia

***Principio 12: DISTRIBUCION.***

En garantizar la fiabilidad y la flexibilidad de la entrega con una óptima rentabilidad y asegurar el máximo nivel de satisfacción del cliente, tanto al por mayor y menor.

**5.2. Impacto Ambiental.**

***Identificación de las posibles afectaciones ambientales que puede generar***

***MILIKEMODA:***

- Generación de desechos de basura (plásticos, cartón o papel y vidrio), residuos que se producen diariamente dentro y fuera del establecimiento por los clientes, proveedores y el personal colaborador.
- Elevado consumo de agua del establecimiento.

***Medidas para contrarrestar las afectaciones ambientales ocasionadas por***

***Milikemoda:***

- Clasificación de los residuos de acuerdo a las políticas de reciclaje.
- Implementación de las tres R del reciclaje (reducir, reciclar, reutilizar).
- Reducción del uso de agua en las actividades del emprendimiento, teniendo un control efectivo sobre este recurso vital.

- Utilización de fundas y material para empaquetado elaborado con materiales biodegradables.
- Utilización de productos de limpieza amigables con el medio ambiente.

### ***Responsabilidad Social.***

- La responsabilidad social podría incluirse si la empresa realiza acciones positivas para la sociedad o el medioambiente. Por ejemplo: (Caro, 2014) Podría fabricar sus prendas con telas recicladas para minimizar su impacto ambiental.
- Contratar a una población vulnerable o con riesgo de exclusión para la confección de sus prendas.
- Usar tintes de origen natural para el teñido de sus prendas. Esto no sólo contribuiría con el medio ambiente, también generaría empleo a artesanos locales.
- Podría destinar parte de sus ingresos a una causa social, etc.

### ***Generación de Empleo.***

- Milikemoda realizara la selección del talento humano requerido tomando en consideración a los habitantes del sector de acuerdo a los requerimientos establecidos en cada uno de los cargos, generando de esta forma nuevas fuentes de empleo para la población del sector de influencia del negocio.

## **6. PROCESO FINANCIERO**

### **6.1. Introducción**

A continuación, se describirá el análisis financiero de la microempresa MILIKEMODA, detallando todos los activos de la empresa que forman la inversión inicial, como activos fijos y diferidos, con el fin de emprender un negocio y de llevarse a cabo a través de las herramientas financieras la factibilidad económica del emprendimiento.

### **6.2. Inversión**

La inversión es el dinero o capital que se invierte para un negocio puede ser efectuada por una persona o empresa, de manera que estos puedan generar en el futuro una potencial ganancia.

### **6.3. Activos fijos.**

Los activos fijos o activos no corrientes son los activos que corresponden a bienes y derechos que no son convertidos en efectivo por una empresa en el año, y permanecen en ella durante más de un año (wikipedia, 2013) .

Es también un elemento tangible de propiedad, planta o equipo (PP&E) que usted posee o administra con expectativas de que ayude a generar ingresos continuamente. Un activo es fijo cuando es un artículo que su empresa no consumirá, venderá ni convertirá en efectivo en el próximo año fiscal.

MILIKEMODA considera dentro de los activos fijos a los equipos

industriales, seguridad, equipos de computación y muebles y enseres con una inversión en los activos fijos de 3.160,50 dólares. (Ver tabla 26).

**Tabla 26.**

*Activos fijos.*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Ind. / seguridad	\$340,50
Equipos de Computación	\$1450,00
Muebles - enseres	\$1370,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.160,50</b>

**Elaborado por:** Kerly. A. (2023). *Activos fijos, Milikemoda.*

## **6.5. Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos de una empresa o institución financiera para realizar sus operaciones con normalidad. Para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, entre otras.

El capital de trabajo muestra el equilibrio que tiene una empresa entre activos y pasivos (deudas o compromisos de pago), por ende, es un indicador de si tiene lo suficiente para operar antes de obtener ganancia. (Konfio, 2022)

El establecimiento Milikemoda tiene como capital de inversión 56.770,56 dólares en donde están considerados los sueldos, servicios básicos, material de oficina, limpieza, publicidad, financieros.

**Tabla 27.**

*Capital de Trabajo.*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>12 meses</b>
Sueldos	\$40.800,00
Servicios Básicos	\$636,00
Material oficina	\$75,05
Material limpieza	\$160,51
Servicio auto	\$0,00
Alquiler local	\$2.400,00
Publicidad	\$1399,00
Adquisición de materia prima	\$8.000,00
Gastos financieros	\$2.500,00
Gasto de constitución	\$800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$56.770,56</b>

**Elaborado por:** Kerly. A. (2023). *Capital de trabajo, Milikemoda.*

### ***Inversión total***

La inversión total hace referencia a los valores que se obtienen de la sumatoria de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo destinado para 1 año de actividad de la microempresa que arroja un saldo de 59.931,06 dólares. (Ver tabla 29).

**Tabla 28.**

*Total de inversión*

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	\$3.160,50
CAPITAL DE TRABAJO /12M	\$56.770,56
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	<b>\$59.931,06</b>

En la siguiente tabla se describe la remuneración que tiene cada colaborador que forma parte del establecimiento MILIKEMODA las aportaciones correspondientes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) (Ver tabla 30).

## 6.6. Sueldos

**Tabla 29.** Sueldos y aportaciones (IESS)

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP. (9,45%)	IESS EMPRESA (11,15%)	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente/Propietario	\$1.000,00	\$12.000,00	\$1.134,00	\$1.338,00	\$12.204,00
Cajero	\$600,00	\$7.200,00	\$680,40	\$802,80	\$7.322,40
Vendedor 1	\$500,00	\$6.000,00	\$567,00	\$669,00	\$6.102,00
Vendedor 2	\$400,00	\$4.800,00	\$453,60	\$535,20	\$4.881,60
Contador	\$900,00	\$10.800,00	\$1.020,60	\$1.204,20	\$10.983,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.400,00</b>	<b>\$40.800,00</b>	<b>\$3.855,60</b>	<b>\$4.549,20</b>	<b>\$41.493,60</b>

Elaborado por: Kerly. A. (2023). *Sueldos del personal, Milikemoda.*

### *Beneficios legales*

Representan el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo el que perciben los colaboradores del establecimiento de acuerdo con la ley y el código del trabajo. (Ver tabla 31).

### *Decimos*

**Tabla 30.** Sueldos de décimos del personal

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Gerente/Propietario	\$1.000,00	\$425,00	\$1.000,00	\$1.425,00
Cajero	\$600,00	\$425,00	\$600,00	\$1.025,00
Vendedor 1	\$500,00	\$425,00	\$500,00	\$925,00
Vendedor 2	\$400,00	\$425,00	\$400,00	\$825,00
Contador	\$900,00	\$425,00	\$900,00	\$1.325,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.400,00</b>	<b>\$2.125,00</b>	<b>\$3.400,00</b>	<b>\$5.525,00</b>

El monto total de los sueldos con las respectivas aportaciones al IESS y los beneficios legales generan un monto de 47.018,60 dólares. (Ver tabla 32).

**Tabla 31.** *Total de sueldos*

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOTAL, ANUAL
<b>\$3.400,00</b>	<b>\$5.525,00</b>	<b>\$40.800,00</b>

**Elaborado por:** Kerly. A. (2023). *Monto total*

### 6.7. Depreciación de activos fijos

Dentro de los activos fijos del establecimiento sujetos a la depreciación están: equipos industriales con un 10%, equipos de computación con un 33% y los muebles y enseres con un 10%. (Ver tabla 39)

**Tabla 32.**

*Depreciación de activos fijos Total de sueldos*

<b>DEPRECIACION DE ACTIVOSN FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Ind.	\$340,50	10%	\$34,05
Edificio	\$0,00	20%	\$0,00
Vehículos	\$0,00	5%	\$0,00
Equipos de Computación	\$1.450,00	33,33%	\$483,29
Muebles y Enseres	\$1.370,00	10%	\$137
<b>TOTAL</b>			<b>\$654,34</b>

**Elaborado por:** Kerly. A. (2023). *Depreciación de los activos fijos. Milikemoda.*

## 6.8. Amortización

La depreciación de activos fijos es el proceso por el cual se obtiene el valor de la vida útil de los activos a través del paso del tiempo y de esta forma obtener un valor que le permita a la empresa tener el conocimiento de la pérdida de valor económico del activo (Ecuador, 2018).

El proceso de amortización del presente negocio es de 5 años, tiempo en el cual pagara el préstamo de \$18.000,00, con un interés anual del 12%, los pagos se realizarán mensualmente.

## 6.9. Tabla de amortización capital financiado.

Mediante la siguiente tabla de amortización se detalla el monto de recursos financieros faltantes que necesita el establecimiento para iniciar con sus actividades, el monto que será financiado por una entidad financiera asciende a 18.000 dólares.

Tabla 33. *Amortización Datos de capital financiero:*

<b>Préstamo</b>	\$18.000,00
Interés anual	12%
Años a pagar	5
Frecuencia de pago	1
Nº Total de cuotas	5
Cuota anual	\$4.993,38

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Tabla de amortización del capital financiado, Milikemoda.*

**Tabla 34.** *Amortización capital financiero*

<b>Cuota #</b>	<b>Cuota a pagar</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital amortizado</b>	<b>Capital a devolver</b>
0				\$18.000,00
1	\$4.993,38	\$2.160,00	\$2.833,38	\$15.166,62
2	\$4.993,38	\$1.819,99	\$3.173,38	\$11.993,24
3	\$4.993,38	\$1.439,19	\$3.554,19	\$8.439,06
4	\$4.993,38	\$1.012,69	\$3.980,69	\$4.458,37
5	\$4.993,38	\$535,00	\$4.458,37	\$0,00

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Tabla de amortización del capital financiado, Milikemoda.*

### ***Estructura del capital del emprendimiento***

La estructura de inversión inicial del presente emprendimiento se encuentra representada por: un capital propio de \$ 29.965,53 el cual representa un 63% de la inversión total y un capital financiado de \$18.000,00 que representa el 37% faltante de la inversión. La representación del costo capital propio es de 18% y del capital financiado es de un 12%, esto tomando en cuenta el riesgo financiero que el país arroja

## **6.10. Estructura del capital**

**Tabla 35.** *Estructura de capital*

<b>Estructura de capital</b>				
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>
Capital propio	\$ 41.931,06	70%	18%	12,60%
Capital financiado	\$ 18.000,00	30%	12%	3,60%
<b>Total de inversión</b>	<b>\$ 59.931,06</b>	<b>100%</b>	<b>30%</b>	<b>16,20%</b>

**Elaborado por:** Kerly.A (2023). *Estructura del monto del capital, Milikemoda.*

***TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).***

La tasa de descuento es igual a la TMAR se compone de la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que arrojan un porcentaje del 12,60% más la tasa del capital financiado que es del 3,60%, dando como resultado una TMAR que es del 16,20% para el proyecto del establecimiento Milikemoda.

**6.11. Punto de equilibrio.**

Sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. En otras palabras, es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas. Es un nuevo punto de partida para que las empresas tengan mayor confianza en sus productos o servicios. (Flores, 2023)

Este cálculo no se hace solo una vez, puesto que el cálculo de ingresos y el margen de contribución anual son medidas periódicas.

La presente tabla a continuación refleja el monto de fijo de capital de trabajo destinada para cada mes en donde están inmersos los gastos en materia prima, arriendo, sueldos y servicios básicos calculados mensualmente.

***Costos fijos mensuales***

**Tabla 36.**

*Costos fijos mensuales.*

<b>Costos fijos mensuales</b>	
Arriendo	\$ 200,00
Sueldos	\$ 3.400,00
Servicios. Básicos	\$ 53,00
Total	\$ 3.653,00

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). Costos fijos mensuales, Milikemoda.

### ***Margen de contribución***

Los márgenes de contribución se encuentran calculados los valores de los costos del combo promoción de caballero, el combo promoción de dama y el combo de gorra y camiseta de caballero, dando un monto de \$360,19 dólares en total de los tres combos armados. El precio estimado de los mismo en conjunto da un total de 426,19 dólares, generando un margen de contribución de 66,00 dólares.

**Tabla 37.**

*Margen de contribución.*

<b>Margen de contribución</b>				
	Combo 1	Combo 2	Combo 3	Combo 1, 2 y 3
Precio	\$184,00	\$155,00	\$87,19	\$ 426,19
Costo	\$155,50	\$131,00	\$73,69	\$ 360,19
Ganancia	\$ 28,50	\$24,00	\$13,50	\$ 66,00

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Margen de contribución, Milikemoda.*

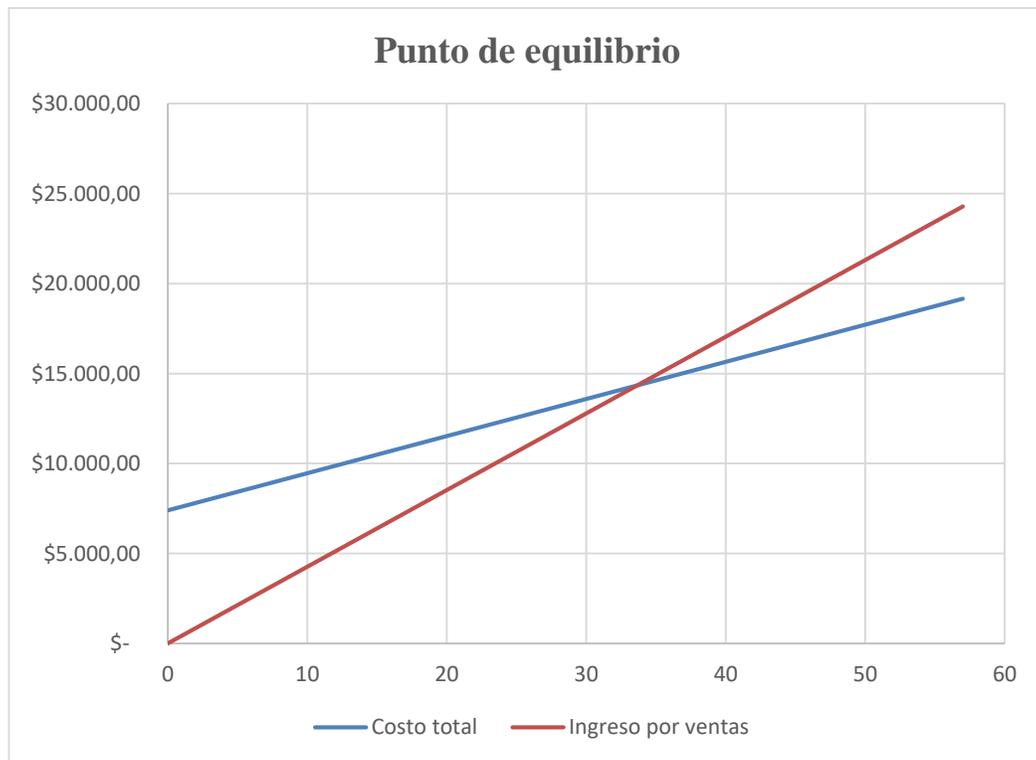
En el estudio financiero del establecimiento del punto de equilibrio que está constituido por los costos fijos de producción de los combos más el margen de contribución de los mismos que dan como resultado que para llegar al punto de equilibrio se necesita realizar una venta de 171 combos mensualmente con un promedio de 5,77 ventas diarias de estos productos.

## 6.12. Punto de equilibrio

**Tabla 38.** *Punto de equilibrio.*

Total de ventas por mes			
	Combo 1	Combo 2	Combo 3
	75	54	42
Gasto	\$ 13.800,00	\$ 8.370,00	\$ 3.661,98
Costo	\$ 11.662,50	\$ 7.074,00	\$ 3.094,98
Ganancia	\$ 2.137,50	\$ 1.296,00	\$ 567,00
Total	\$		4.000,50

Elaborado por: Kerly. A. (2023). *Cálculo del punto de equilibrio, Milikemoda.*



Elaborado por: Kerly.A. (2023). *Grafica del punto de equilibrio. Milikemoda.*

El punto de equilibrio se encuentra entre 34 ventas de los 3 combos (112 c/u), obteniendo un ingreso total de \$ 14.490,46.

### 6.13. Costo de ventas

El costo de ventas para el presente emprendimiento se encuentra estimada con una proyección de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas proyectadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros factores más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas.

**Tabla 39.** Flujo de ventas.

Flujo de ventas						
	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$48.006,00	\$52.128,00	\$52.704,00	\$55.242,00	\$56.250,00
Costo de ventas		\$21.831,48	\$23.706,16	\$23.968,16	\$25.122,42	\$25.580,80
Utilidad bruta en ventas		<b>\$26.174,52</b>	<b>\$28.421,84</b>	<b>\$28.735,84</b>	<b>\$30.119,58</b>	<b>\$30.669,20</b>
Gastos administrativos		\$21.741,20	\$22.395,61	\$23.069,72	\$23.764,12	\$24.479,42
Servicios básicos		\$504,00	\$519,17	\$534,80	\$550,89	\$567,48
Alquiler auto		\$241,95	\$249,39	\$256,73	\$264,46	\$272,42
Alquiler		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Publicidad		\$2.640,00	\$2.719,46	\$2.801,32	\$2.885,64	\$2.972,50
Depreciaciones		\$545,00	\$561,40	\$578,30	\$595,71	\$613,64
Amortizaciones		\$664,54	\$664,54	\$664,54	\$664,54	\$664,54
Utilidad operativa		<b>\$26.336,69</b>	<b>\$27.109,57</b>	<b>\$27.905,41</b>	<b>\$28.725,36</b>	<b>\$29.570,00</b>
Gastos financieros		\$2.814,00	\$2.388,29	\$1.902,98	\$1.349,72	\$719,01
Utilidad antes de impuestos		\$32.282,31	\$33.789,24	\$35.388,32	\$37.088,86	\$38.901,39
Base impositiva		\$11.702,34	\$12.248,60	\$12.828,26	\$13.444,71	\$14.101,75
Utilidad neta		<b>\$20.579,97</b>	<b>\$21.540,64</b>	<b>\$22.560,06</b>	<b>\$23.644,15</b>	<b>\$24.799,64</b>

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Flujo de ventas proyectadas, Milikemoda..*

## 6.14. Flujo de caja

El flujo de caja de Milikemoda considera todos los egresos e ingresos que tiene el establecimiento con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial.

**Tabla 40.**

*Flujo de caja.*

Flujo de caja						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		\$26.336,69	\$27.109,57	\$27.905,41	\$28.725,36	\$29.570,00
Depreciación		\$664,54	\$664,54	\$664,54	\$664,54	\$664,54
Amortización		\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Base impositiva		\$11.702,34	\$12.248,60	\$12.828,26	\$13.444,71	\$14.101,75
Gastos financieros		\$2.814,00	\$2.388,29	\$1.902,98	\$1.349,72	\$719,01
Pago capital		\$3.412,21	\$3.523,00	\$3.768,23	\$4.110,64	\$4.525,45
Flujo neto de caja	\$ -59.931,06	\$7.583,60	\$8.125,14	\$8.581,40	\$8.995,75	\$9.399,25

**Elaborado por:** Kerly.A. (2023). *Flujo de caja neto, Milikemoda.*

## 6.15. Cálculo del VAN y TIR

### 6.15.1. VAN (Valor Actual Neto) o VPN

Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en unidades monetarias (Economipedia, s.f.). La viabilidad del establecimiento en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de \$18.104,95 para el proyecto.

## Interpretación VAN

**TABLA 48.** Valor actual neto interpretación

<b>VAN: VALOR ACTUAL NETO</b>
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 VAN ES MAYOR A 0, POR LO TANTO, SI ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS

**Elaborado por:** Kerly.A (2023). *Interpretación del VAN, MILIKEMODA*

$$VAN = \frac{f_1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f_3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f_4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f_5}{(1+i)^{n5}} - I_o$$

### 6.15.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la tasa de interés o de rentabilidad que ofrece una inversión. Así, se puede decir que la Tasa Interna de Retorno es el porcentaje de beneficio o pérdida que conlleva cualquier inversión. La TIR es un factor invaluable para el éxito de una empresa o negocio. Para tal efecto, puede ser de ayuda financiar la empresa. (MX, 2020)

**Tabla 49.** Interpretación del TIR

<b>TIR= Tasa interna de retorno</b>
TIR < TMAR EL PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TMAR EL PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TMAR EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDA, SOLO GANANCIA

**Elaborado por:** Kerly.A. 2023). *Interpretación del TIR.*

## VAN y TIR

El cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) de la empresa Milikemoda, demuestra que la rentabilidad que posee este emprendimiento es de 38,43%, con una separación del 25,82 de la tasa mínima de rendimiento (TMAR), la cual se encuentra en el 12,61%. Todo esto anexado a que el valor actual neto resultante es de un 18, 104,95\$.

**Tabla 50.** Interpretación del TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	18.104,95
TIR	38,43%
TMAR	12,61%

**Elaborado por:** Kerly.A. 2023). *VAN y TIR.*

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- La Empresa Milikemoda fue creada para la venta de ropa y calzado, estructurándose con personal capacitado para brindar un excelente servicio, así **los** clientes prefieran **los** productos **de Milikemoda** ya que, con concentración, disciplina, perseverancia **se puede** lograr llegar al éxito.
- Milikemoda fue aceptada por los consumidores del sector, si prefieren adquirir productos, así obteniendo una buena demanda, los clientes que consumen los productos se basan en las edades desde 18 a 45 años, entre hombres y mujeres buscando estar siempre a la moda.
- La empresa cumple con todos los requisitos en orden, cumpliendo con todos los permisos legales vigentes en la actualidad en el territorio ecuatoriano que tiene que ver dentro de una empresa.
- Las prendas y calzados son elaborados con el fin de ser reusados nuevamente al momento de no usarlos, ya que con esto se cuida el medio ambiente.
- La empresa si es rentable, ya que se puede obtener mayores ingresos que perdidas, dando como resultado que si se puede tener una tienda física en ese sector por la buena acogida que se obtendrá y los clientes puedan disfrutar de las tendencias de ropa y calzado.

## **Recomendaciones**

- Conocer y comprender las expectativas de los clientes y estar pendiente de los posibles cambios en sus necesidades ya que así se podrá evitar la competencia y obtener mejores resultados.
- Tener el adecuado cuidado de los recursos de la empresa llevando un buen orden y capacitando a cada uno de las áreas del negocio para tener eficacia y eficiencia con los clientes, así se puede evitar las pérdidas a largo y corto plazo.
- Es necesario tener todo en orden, los reglamentos son muy importantes para poner en marcha una empresa, por eso es indispensable contar con los requisitos para evitar multas a futuro en la empresa.
- La empresa deberá innovar sobre las prendas reusables que se lancen al mercado ya que esto permite un mejor impacto ambiental para la sociedad y así se evitan contaminaciones a nivel mundial.
- Ser líder en el mercado con más tiendas físicas a nivel nacional, ofreciendo productos de calidad para la satisfacción de los clientes, teniendo en disposición el stock de mercadería suficiente para solventar la necesidad de cliente a futuro, así mismo lograr el objetivo puesto mes a mes y realizar un impacto del 100% de los clientes.

## REFERENCIAS

- 2014, P. d. (15 de noviembre de 2014). Lago Agrio .
- Asipuela, K. (15 de 02 de 2023). Organigrama Empresarial.
- Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.
- Caro, M. F. (2014). *PROYECTO DE INVERSIÓN: TIENDA DE ROPA*. Facultad de Ciencias Economicas FCE : [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/6697/caro-tesisfce.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/6697/caro-tesisfce.pdf)
- College, D. (28 de enero de 2020). *gestiopolis*.
- Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Retrieved 25 de julio de 2021, from [https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file\\_1604679569\\_1604679577.pdf](https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf)
- economipedia. (s.f.). <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Ecuador, D. (27 de Abril de 2018).
- Flores, J. (2023). *Punto de equilibrio*. @jfdludmir .
- Henderson, C. (02 de September de 2020). *ZIP orering*.
- Herrero, A. (22 de 03 de 2018). *titular.com*.
- Jimenez, A. L. (s.f.). *Manual de marketing*.
- Konfio. (11 de julio de 2022). *capital de trabajo*.
- Maldonado, S. (2009). Desarrollo de un plande negocios para la creación de LUCKYS SPA DE MASCOTAS. Cuenca, Ecuador.
- Merino, J. S. (s.f.). *investigacion de mercado* . Pagina 1.
- MX, E. (2020). <https://e.economia.gob.mx/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/#:~:text=La%20Tasa%20Interna%20de%20Retorno,de%20una%20empres a%20o%20negocio>.
- Pastor, I. (2020). *¿Qué es y para qué sirve la Pirámide de Maslow?* . Retrieved 15 de julio de 2021, from <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/qu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-pir%C3%A1mide-de-maslow>
- Question. (s.f.). *investigacion de campo*.

Rosales Uribe, A. (2015). *PLAN DE MARKETING PARA LA APERTURA DE UNA TIENDA DE ROPA EN LÍNEA DIRIGIDA AL MERCADO GUAYAQUILEÑO*. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3449/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-92.pdf>

Samaniego, J. (s.f.). *Investigacion de mercado* .

Silva, D. d. (05 de Agosto de 2022). Blog de Zendesk .

wikipedia. (29 de octubre de 2013).

# ANEXOS

## ANEXO 1

Identificación de reporte de similitud. oid:11830:213326366

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
<b>MONOGRAFIA- KERLY ASIPUELA- TURNI TIN_docx</b>	<b>KERLY ASIPUELA</b>

---

RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES
<b>14405 Words</b>	<b>79076 Characters</b>
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
<b>111 Pages</b>	<b>3.7MB</b>
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
<b>Mar 14, 2023 5:28 PM GMT-5</b>	<b>Mar 14, 2023 5:30 PM GMT-5</b>

---

- **15% de similitud general**  
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos
- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

- **Excluir del Reporte de Similitud**
- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente

---

Resumen

## *Anexo 2: Formulario de encuesta*

### **Milikemoda**

Tienda física que se dedica a la comercialización de compra y venta de ropa y calzado

### **ENCUESTA**

Fecha: 18 enero del 2023

Señor(a): el objetivo de esta encuesta es recolectar datos e información sobre las necesidades y preferencia de los consumidores del sector, la interpretación y análisis servirá como base para un estudio de mercado y la viabilidad de este proyecto en el mercado por lo que se solicita su amabilidad y sinceridad al responder este cuestionario. La información recolectada será de carácter reservada y de uso confidencial.

#### **ENCUESTA "MILIKEMODA**

1. ¿Te gustaría que la tienda física tenga beneficios con los clientes por sus compras?
  - SI
  - NO
2. ¿Si usted visitara nuestra tienda física, consumiría nuestros productos?
  - SI
  - NO
3. ¿Qué tipos de prendas le gustaría encontrar en la tienda?
  1. Shorts
  2. Blusas

3. Pantalones
4. ¿Cuál es el rango de precios que pagarías por una prenda?
  1. \$5.00 a \$10.00
  2. \$10.00 a \$15.00
  3. \$15.00 a \$20.00
5. ¿Cada que tiempo le gustaría que haya promociones en la tienda?
  - Una vez por semanaLos fines de semana
  - Una vez por mes
6. ¿Cuál es el estilo de ropa que usas con mayor frecuencia?
  1. Casual
  2. Urbana
  3. Semiformal
7. ¿Te gustaría que agreguemos servicio a domicilio?
  - SI
  - NO
8. ¿Te gustaría que agreguemos otras tiendas físicas dentro de la ciudad?
  1. SI
  2. NO

### Anexo 3: Equipos industriales



Nuevo | 5 vendidos

**Electrolux Dispensador 3 Surtidores De Agua Caliente Y Fria**

U\$S 169

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color: Gris oscuro

Cantidad: 1 unidad (487 disponibles)

[Comprar ahora](#)




**Balanza Electrónica Digital De 40kg/lb Potente Profesional**

U\$S 29<sup>48</sup>

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Kennedy, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (376 disponibles)

[Comprar ahora](#)

### Anexo 4: Equipos de computación

Laptop Portátil Hp Intel Core I7 11va 8gb 1000gb Led 15.6

1 / 10



Color: Plateado ceniza oscuro

U\$S 679



Nuevo

**Hp 515 Impresora Multifunción Smart Tank Alto Rendimiento**

U\$S 260

Hasta 1 cuotas  
**VISA**  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (4 disponibles)

[Comprar ahora](#)

20%



**TELÉFONO INALÁMBRICO ID INTELBRAS TSS120**  
Ref. ITE-647588

Precio TVentas: ~~\$49.99~~ **\$35.12** -20%

3 cuotas: **\$11.71**

La oferta termina en: 23 02 40 05

Cantidad: - 1 +

[Añadir al Carrito](#)

[Añadir a mi lista de deseos](#)

**Anexo 5: Muebles y enseres**



U\$S 150

Hasta 12 cuotas



U\$S 110



U\$S 220

1/4



U\$S 499<sup>99</sup>

## Anexo 6: Equipos industriales de seguridad

Nuevo | +5 vendidos

Extintor Pqs De 10 Libras Instado A Domicilio En Qui-  
to

1/10



U\$S 32

U\$S 32

Termómetro Dispensador De Alcohol K9pro Todo  
Incluido Fda-ce

1/10



U\$S 69<sup>90</sup>

Botiquín De Primeros Auxilios

1/3



U\$S 34<sup>09</sup>

Nuevo | +5 vendidos

Aire Acondicionado Split Inverter Mabe 12000 Btu  
Blanco

1/1



Color:  
Blanco



U\$S 255

Señalización Señaletica Impresión Full Color, Perso-  
nalizados

1/2



U\$S 2<sup>50</sup>

## Anexo 7: Suministros de oficina



Resma De Papel Impresora  
Copylaser 75 Gr

U\$S 3<sup>99</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Carbo (Concepción), Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (990 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor



Boligrafo Bic Caja X 12  
Unidades

U\$S 4<sup>50</sup>

Hasta 1 cuotas  
**VISA**  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vende  
El Inca, Quito  
[Ver costos de envío](#)

Color Del Exterior: Negro

Cantidad: 1 unidad (49 disponibles)



Nuevo

Perforadora Eagle P5024b  
80 Mm Todo Importado  
Papeles

U\$S 2<sup>28</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor<sup>100</sup>  
Riobamba, Chimborazo (43 disponibles)  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (299 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 3 vendidos

Grapadora Swingline 747  
Clasica Guayaquil Y Proviene  
Entre

U\$S 9<sup>99</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedo  
Carbo (Concepción), Guayaquil  
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (97 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Agendas Premium 2022 Para Grabado Láser Excelente Cuerina

U\$S 2<sup>50</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor

(Paquete, Quito)

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (9809 disponibles)

Comprar ahora



Caja Aprieta Papel Brinder Clip 12 Pcs

U\$S 2<sup>80</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor

(Guayaquil, Guayaquil)

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (24 disponibles)

Comprar ahora



Clips Mariposa 6920 Alex Caja X 50u

U\$S 1<sup>09</sup>

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendec

Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: METAL

Cantidad: 1 unidad (50 disponibles)

Comprar ahora



GRAPAS ALEX 26/6 5000U

☆☆☆☆ 0 Reviews | [Escriba un](#)

\$1,18

Impuestos incluidos

Marca ALEX

REFERENCIA 7861145900036 EN STO

Referencias específicas

GRAPAS ALEX 26/6 5000U

CANTIDAD 1

[Añadir al carr](#)

## Anexo 8: Insumos de limpieza



Número de venta: 1027850000

**Trapeador 360 Con Sistema De Lavado Y Centrifugado**

U\$S 11<sup>50</sup>

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (937 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación



Nuevo | 1 vendido

**Cloro Biosolutions Institucional 2,5 Galón**

U\$S 5

Pago a acordar con el vendedor  
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.  
Más información

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (22 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Número de venta: 1027850000

**Desinfectante Lysol Líquido Galón Mata 99,99% Bacterias G**

U\$S 10<sup>68</sup>

Ver los medios de pago

Envío gratis a todo el país  
Bella Vista, Quito  
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (16 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor



Número de venta: 1027850000

**Jabon Líquido Antibacterial Dr Clean Galón**

U\$S 6<sup>20</sup>

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (47 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación



**Papel Higienico Institucional Bouquet Rollo De X 250m Doble**

U\$S 1<sup>75</sup>

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor  
Quito, Quito  
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (294 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Papel Higiénico Jumbo

1 / 4



U\$S 12



Nuevo | +1 vendidos

Tacho Contenedor Aleman Ese 1100 Litros Split Lid

1 / 1



Color:  
Rojo



U\$S 2



Cepillo Escobilla Flexible  
Para Baño

U\$S 3

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor

[Quitar](#) [Quitar](#)

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (999 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

[Ver información](#)

Marca Dg

1 / 1



U\$S 12<sup>90</sup>