



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda de ropa para damas, caballeros y niños denominada Náutica Store en la ciudad de San Cristóbal Provincia de Galápagos.”

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

AUTOR:

Ángel Francisco Tomalá Quintuña

TUTOR:

Ing. Karina Falconí

D.M. Quito, 05 de marzo 2022

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios ya que me permite gozar de plena salud y vida y darme las fuerzas a seguir y no desmayar en el intento, pese a dificultades que se nos han presentado por las situaciones que se están presentando en todo el mundo.

A mis padres Francisco y Verónica, mis hermanas, sobrinos, mi querida esposa Ruth, mi hijo Miler y a mi hijo que viene en camino, quienes han sido un pilar fundamental y me han brindado su apoyo psicológico, moral y económico, para poder alcanzar una meta más propuesta en mi vida y sé que a futuro contaré con su apoyo para seguir cumpliendo todas mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por llenarme de sabiduría y valor para cumplir esta meta. A mis padres por su cariño, consejos y constancias que me dan día a día para continuar motivado en alcanzar todos mis objetivos planteados.

A mí querida esposa Ruth por su apoyo incondicional y quien me motivó para continuar con mis estudios universitarios y con el desarrollo de mi tesis.

Al Mgtr. Leónidas Salgado, por todas las gestiones hacia la Municipalidad de San Cristóbal y el apoyo incondicional hacia los estudiantes de San Cristóbal – Galápagos.

Al GAD Municipal de San Cristóbal, y la gestión por parte del Seños Alcalde, por el apoyo económico que brindaron hacia nosotros los becados para continuar con nuestros estudios universitarios.

AUTORÍA

Yo, **Ángel Francisco Tomalá Quintuña** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Ángel Francisco Tomalá Quintuña

D.M. Quito, 5 de marzo 2022

Ing. Karina Falconí.
Tutor de Trabajo de Titulación

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. Karina Falconí.

D.M. Quito 5 de marzo 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: La **Ing. Karina Falconí** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Ángel Francisco Tomalá Quintuña por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. Ángel Francisco Tomalá Quintuña realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de unas tienda de ropa para damas, caballeros y niños denominada Náutica Store en la ciudad de San Cristóbal Provincia de Galápagos.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la Dirección de la **Ing. Karina Falconí**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Karina Falconí** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. Ángel Francisco Tomalá Quintuña, 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 unas tienda de ropa para damas, caballeros y niños denominada Náutica Store en la ciudad de San Cristóbal Provincia de Galápagos.”**, 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. Karina Falconí


Ángel Francisco Tomalá Quintuña

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
RESUMEN	xii
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	14
2.1 Creación de la empresa.....	14
2.1 Descripción de la empresa	14
2.2.1 Importancia	14
2.2.2 Características	14
2.2.3 Actividad	15
2.3 Tamaño de la empresa	15
2.4 Necesidades que satisfacer	15
.....	15
.....	15
2.4.1 Necesidad Fisiológicas.....	15
2.4.2 Necesidad de Seguridad	16
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación	16
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.....	16
2.4.5 Necesidad de Autorrealización	17
2.5 Localización de la empresa	17
2.6 Filosofía empresarial.....	17
2.6.1 Misión.....	17
2.6.2 Visión.....	17
2.6.3 Objetivos	18
2.6.4 Metas	18
2.6.5 Estrategias.....	18
2.6.6 Políticas	18
2.6.7 FODA	19
2.7 Desarrollo organizacional.....	20

2.7.1	Tipo de Estructura	20
2.7.2	Formalización.....	20
2.7.3	Centralización – Descentralización.....	21
2.7.4	Integración.....	21
2.8	Organigrama empresaria	22
2.9	Funciones del personal.....	22
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	26
3.1	Objetivo de mercadotecnia	26
3.2	Investigación de mercado.....	26
3.2.1	Modalidad.....	26
3.3	Plan de Muestreo	26
3.4	Análisis de las encuestas.....	28
3.4.1	Análisis General.....	38
3.5	Entorno empresarial	39
3.5.1	Microentorno.....	39
3.5.2	Macroentorno	42
3.6.1	Producto y servicio	44
3.6.2	Producto Esencial.....	44
3.6.3	Producto real.....	44
3.6.4	Características.....	45
3.6.5	Calidad.....	45
3.6.6	Estilo.....	45
3.7	Marca.....	45
3.7.1	Producto aumentado.....	45
3.8	Plan de introducción al mercado.....	46
3.8.1	Distintivos y Uniformes.....	46
3.8.2	Materiales de identificación.....	48
3.8.3	Canal de distribución y puntos de ventas	51
.....	52
3.8.4	Riesgo y oportunidades del negocio	52
3.9	Fijación de Precios.....	53
3.10	Implementación del negocio	54
3.11	Estudio arquitectónico	57
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	58

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	59
5.1 Objetivo de área.....	59
5.2 Impacto ambiental	59
5.3 Impacto social	60
6. PROCESO FINANCIERO.....	61
6.1. Introducción	61
6.2. Activos Fijos.....	61
6.3. Activos diferidos.....	61
6.4. Capital de trabajo.....	62
6.5. Sueldos.....	64
6.6. Depreciación Activos fijos	64
6.7. Amortizaciones.....	65
6.8. Tabla de amortización	66
6.9. Estructura capital	66
6.10. Punto de equilibrio.....	67
6.11 Costo de ventas.....	69
6.12. Flujo de caja	69
6.13. Cálculo del TIR y el VAN.....	70
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	70
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	71
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
7.1. Conclusiones	72
7.2. Recomendaciones	73
7.3. Bibliográfica	74
7.4 Anexos.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Gerente</i>	23
<i>Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Vendedor</i>	24
<i>Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, Cajero.</i>	25
<i>Tabla 4 Pregunta 1.</i>	28
<i>Tabla 5 Pregunta 2.</i>	29
<i>Tabla 6 Pregunta 3</i>	30
<i>Tabla 7 Pregunta 4</i>	31
<i>Tabla 8. Pregunta 5</i>	32
<i>Tabla 9. Pregunta 6</i>	33
<i>Tabla 10. Pregunta 7</i>	34
<i>Tabla 11. Pregunta 8</i>	35
<i>Tabla 12. Pregunta 9</i>	36
<i>Tabla 13. Pregunta 10</i>	37
<i>Tabla 14. Proveedores.</i>	41
<i>Tabla 15. Financiamiento publicidad</i>	52
<i>Tabla 16. Precio de productos.</i>	53
<i>Tabla 17. Arriendo del local.</i>	54
<i>Tabla 18. Equipos de computación</i>	54
<i>Tabla 19. Muebles y enseres</i>	55
<i>Tabla 20. Suministros de oficina.</i>	55
<i>Tabla 21. Servicios básicos</i>	56
<i>Tabla 22. Materiales de limpieza</i>	56
<i>Tabla 23. Activos Fijos.</i>	61
<i>Tabla 24. Activos diferidos</i>	62
<i>Tabla 25. Capital de trabajo</i>	63
<i>Tabla 26. Detalles de inversión</i>	63
<i>Tabla 27. Sueldos.</i>	64
<i>Tabla 28. Políticas contables depreciación</i>	64
<i>Tabla 29. Depreciacion Activos fijos</i>	65
<i>Tabla 30. Porcentaje Amortización</i>	65
<i>Tabla 31. Tabla de amortización</i>	66
<i>Tabla 32. Estructura de capital.</i>	67
<i>Tabla 33. Costos fijos</i>	67
<i>Tabla 34. Cosos de pantalones</i>	68
<i>Tabla 35. Punto de equilibrio</i>	68
<i>Tabla 36. Venas proyectadas</i>	69
<i>Tabla 37. Costo de ventas.</i>	69
<i>Tabla 38. Flujo de caja</i>	70
<i>Tabla 39. VAN/ TIR</i>	71

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Piramide de Maslow.</i>	15
<i>Ilustración 2 Localización Náutica Store</i>	17
<i>Ilustración 3 Organigrama empresarial Náutica Store</i>	22
<i>Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.</i>	28
<i>Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.</i>	29
<i>Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.</i>	30
<i>Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.</i>	31
<i>Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.</i>	32
<i>Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.</i>	33
<i>Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.</i>	34
<i>Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.</i>	35
<i>Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.</i>	36
<i>Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.</i>	37
<i>Ilustración 14. Esquema microentorno Nautica Store.</i>	39
<i>Ilustración 15. Ubicación.</i>	39
<i>Ilustración 16. Esquema macroentorno Náutica Store.</i>	42
<i>Ilustración 17. Diseño uniforme vendedor y cajero</i>	46
<i>Ilustración 18. . Diseño uniforme Gerente.</i>	47
<i>Ilustración 19. Imagotipo Nautica Store.</i>	48
<i>Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación</i>	49
<i>Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación.</i>	49
<i>Ilustración 22. Hoja membretada.</i>	50
<i>Ilustración 23. Estructura del establecimiento.</i>	57

“Proyecto de factibilidad para la creación de una tienda de ropa para damas, caballeros y niños denominada Náutica Store en la ciudad de San Cristóbal Provincia de Galápagos.”

Ángel Francisco Tomalá Quintuña

Ing. Karina Falconí

D.M. Quito 5 de marzo 2021

RESUMEN

Este estudio ha sido realizado en la ciudad de San Cristóbal - Galápagos, con el objetivo de realizar el estudio de factibilidad para la creación de una tienda de ropa para damas, caballeros y niños, en esta ciudad, para lo que fue necesario realizar los estudios: encuestas a personas en un sector determinado de la ciudad, técnico, organizacional y financiero; los mismos que permitieron determinar la viabilidad de la empresa antes mencionado.

En este trabajo constan luego del título, el resumen donde se hace una recopilación de cada punto realizado para dar a conocer los diferentes datos que hacen factible al tema.

Luego consta la organización empresarial donde se denotan las razones que dieron inicio a la creación del presente tema de tesis; descripción de la empresa, tamaño de la empresa, las necesidades a satisfacer, localización de la empresa, filosofía empresarial, desarrollo organizacional, organigrama empresarial, funciones del personal.

Como 3er punto se ha desarrollado el proceso de investigación de mercados y marketing; y se debe determinar el objetivo de mercadotecnia, una investigación de mercados, modalidad, plan de muestreo, un análisis de encuestas, entorno empresarial, plan de introducción al mercado, fijación de precios por prendas, implementación del negocio, estudio arquitectónico.

En el punto 4 verificaremos el proceso de derecho empresarial donde se

adquiere los permisos de funcionamiento de la empresa para llevar un adecuado control.

En el siguiente punto 5 observaremos el impacto ambiental y social, en lo ambiental en las islas Galápagos es una política muy estricta en relación al ambiente ya que se tomó la mejor resolución para evitar el impacto ambiental.

Como último punto el análisis financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresan la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa.

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Náutica Store nace desde la necesidad de satisfacer necesidades a la población Cristobaleña y ponemos a su entera disposición la venta de prendas de vestir y calzado, en diferentes marcas como: Náutica, Ocean Pacific, Guy Harvey, Nike, Adidas, etc. En vista que en la isla San Cristóbal se carece de locales comerciales donde encontremos de manera fácil estas marcas de ropa y calzado, he planteado esta idea de implementar este negocio.

Por lo tanto, se tiene que en este proyecto se tomará muy en cuenta diversos aspectos sobre el negocio, los cuales tienen que ver principalmente con el análisis sobre la creación de la empresa, las consideraciones de marketing y financieras, aspectos sobre la introducción de la marca propia y que variables se tomaran en cuenta para el desarrollo de la marca en el mercado nacional.

2.1 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

La confianza se gana, no se exige. Una de las mejores maneras de proyectarla es consecuencia del cómo te ves (a diario). Que tus clientes no duden que están ante el mejor servicio y el profesional más capacitado.

Es importante que las personas se sientan bien al momento de visitar nuestra tienda, no solo sentirse satisfecho por cubrir una necesidad, sino también sentirse bien con la atención, el ambiente y el entorno.

2.2.2 Características

Servicio: Asistimos para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de todos nuestros clientes.

Compromiso: Nos comprometemos para que nuestras capacidades cumplan con todo aquello que se nos ha confiado.

Liderazgo: participamos activamente de forma individual y colectiva, en la búsqueda de soluciones para el mejoramiento de la salud del usuario.

Trabajo en Equipo: Colaboramos de manera sinérgica a fin de alcanzar los objetivos planteados.

2.2.3 Actividad

Náutica Store es una empresa, específicamente una tienda que ofrece toda clase de prendas de vestir y calzado para damas, caballeros y niños.

2.3 Tamaño de la empresa

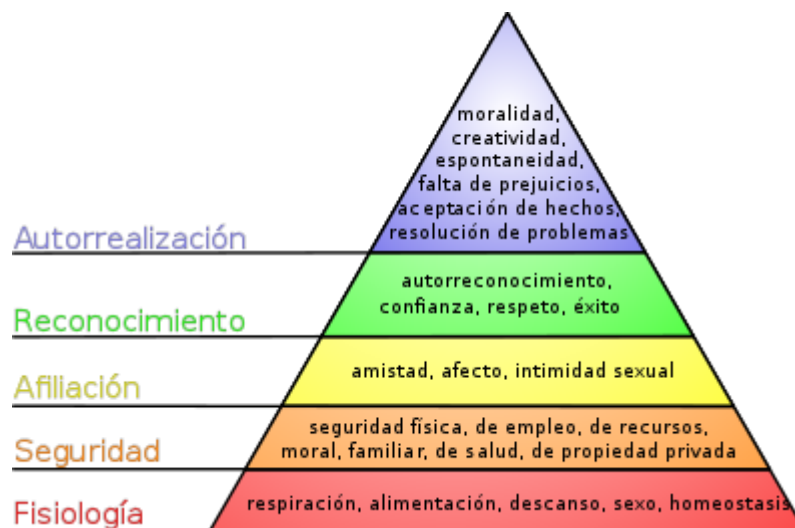
Náutica Store es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento y área de servicio.

La empresa contará con:

- Gerente.
- Vendedor.
- Cajero.

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



(García, 2020). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de:

2.4.1 <https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

Náutica Store es una empresa de venta de prendas de vestir encaminada a

satisfacer las necesidades de las damas, caballeros y niños.

2.4.2 Necesidad de Seguridad

Náutica Store además de vender prendas de vestir de buena calidad también se enfocará en la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con servicio de cámaras de seguridad.

Posteriormente está la seguridad hacia cada uno de los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del 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.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación

La necesidad social es interna y trata sobre respaldar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento.

La necesidad externa se trata de la relación empresa-clientes. Náutica Store busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, así también la supervisión y control en cuanto a la calidad del producto que ofrece y para poder brindar un servicio de calidad se realizara capacitaciones anuales a nuestros trabajadores.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento

Náutica Store mediante la actualización constante en cuanto a sus prendas de vestir ofrecerá variedad en su mercadería para la satisfacción de nuestros clientes en general.

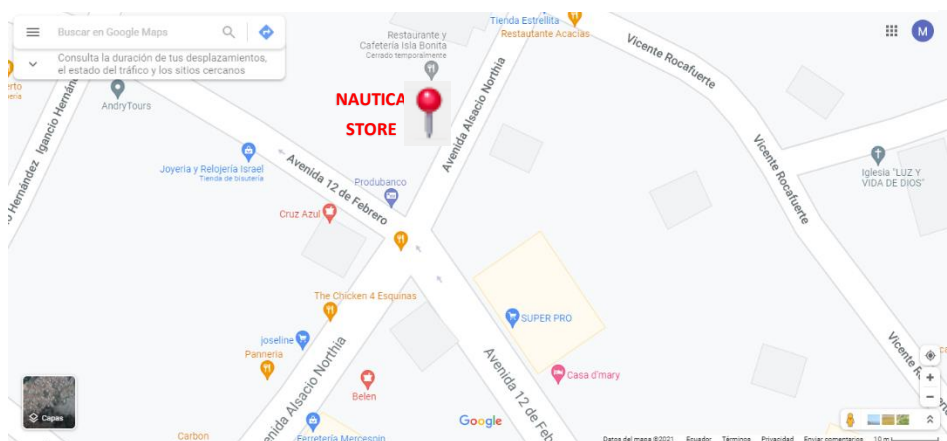
2.4.5 Necesidad de Autorrealización

Náutica Store llegará a ser una empresa muy reconocida a nivel local no solo por su variedad e innovación de su mercadería, sino también por su carisma y atención por parte de todos sus trabajadores.

2.5 Localización de la empresa

Galápagos, cantón San Cristóbal, Parroquia Puerto Baquerizo Moreno, Avenida Alsacio Northia y Avenida 12 de febrero.

Ilustración 2 Localización Náutica Store



2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad, a precios cómodos que cumplan con sus necesidades y exigencias, abarcando sus gustos de acuerdo a su estilo de ver y vivir la vida.

2.6.2 Visión

Ser una empresa líder y reconocida en la venta de ropa, lograr también extendernos y crear nuestras cadenas de almacenes, proporcionando cada día más un servicio de excelencia a nuestros clientes y que al mismo tiempo nos permitan competir en el mercado local y nacional con los mejores precios del mercado.

2.6.3 Objetivos

- ✓ Contar con una variedad de prendas de vestir en cuanto a las diferentes marcas, durante el año 2022.
- ✓ Ofrecer a nuestros clientes mercadería de calidad y precios cómodos.
- ✓ Satisfacer las necesidades y gustos del mercado potencial, mediante la venta de ropa que cumpla con la precisa de adaptarse a la temporada.

2.6.4 Metas

Tener una tienda, que satisfaga las necesidades de todos quienes visitan nuestra tienda a diario, que tenga una liquidez en el plazo de un año a partir de su apertura, y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la tienda y obtener una constante rentabilidad para cumplir con los compromisos de nuestros empleados.

2.6.5 Estrategias

- ✓ Estudiar las distintas preferencias y necesidades de los clientes potenciales que visiten nuestra tienda.
- ✓ En vista que en Galápagos no está autorizado el uso de material plástico se brindará fundas biodegradables a quienes realicen sus compras en nuestra tienda.

2.6.6 Políticas

Los trabajadores.

- ✓ Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por la Náutica Store.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✓ Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- ✓ No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- ✓ Cuidar de su aseo y presentación personal.

- ✓ Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas.
- ✓ Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa.
- ✓ No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.

La empresa.

- ✓ Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- ✓ Es responsable de la seguridad integra de los trabajadores y clientes de la empresa.
- ✓ Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- ✓ Es responsable de capacitar a todo su personal anualmente para brindar a sus clientes un servicio de calidad.

2.6.7 FODA

Fortalezas.

- ✓ Productos innovadores y con altos estándares de calidad.
- ✓ Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- ✓ Instrumentos e instalaciones de calidad que facilita el trabajo del personal.

Oportunidades.

- ✓ Poca competencia en cuanto a tiendas de venta de prendas de vestir en el sector.
- ✓ La gran cantidad de personas circulan por dicho sector a diario.
- ✓ La gran cantidad de instituciones públicas y privadas cercanas en el sector.
- ✓ Proveedores fieles, de confianza, responsables y con mercadería de alta calidad.

Debilidades.

- ✓ Limitado capital al iniciar nuestra empresa.
- ✓ Espacio disminuido del área de trabajo.

Amenazas.

- ✓ Emergencia de salud por la pandemia a nivel local y mundial.
- ✓ Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- ✓ Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura

La estructura Administrativa operacional de Náutica Store se conformará en una estructura vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Gerente

Nivel Operativo.

- Cajero
- Vendedor
-

2.7.2 Formalización.

Náutica Store se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y

estrategias basadas en la misión, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Náutica Store centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel local y posterior nacional.

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

2.7.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con los kardex correspondientes en 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.

2.8 Organigrama empresaria

Ilustración 3 Organigrama empresarial Náutica Store



Tomalá, A. (2022). *Organigrama empresarial Náutica Store*. San Cristóbal.

2.9 Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE

Detalles generales del puesto de Gerente.

Empresa Náutica Store

Unidad administrativa Área ejecutiva.

Misión del puesto Supervisar las funciones delegadas a

los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de mercadería, Diseñar procedimientos de mantenimiento y ponerlos en funcionamiento. Persuadir y negociar con los proveedores.

Denominación del puesto Gerente.

Rol del puesto Administración y supervisión de procesos de compra y venta.

Remuneración \$ 850

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración o superior. Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.	Mínima 2 años en el cargo de Gerente.	Protocolo de servicio. Administración de empresas. Dominio de procesos contables. Atención al cliente.	Puntualidad Trabajo en equipo. Liderazgo. Responsabilidad. Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Iniciativa. Integridad. Planificación y organización. Tenacidad.

Tomalá, A. (2022). *Méritos aspectos a considerar, Gerente*. San Cristóbal.

PUESTO DE VENDEDOR

Detalles generales del puesto de Vendedor.

Empresa Náutica Store

Unidad administrativa Área de servicio.

Misión del puesto Tener un conocimiento sólido de los productos. Darle la bienvenida y recibir a los clientes. Brindar asistencia a los cajeros de ser necesario. Organizar los estantes y el mostrador, llevar el inventario, limpiar las instalaciones y manejar la correspondencia en la tienda. Ayudar a los compradores a ubicar la mercancía. Garantizar la satisfacción del cliente.

Denominación del puesto Vendedor.

Rol del puesto Atención al cliente.

Remuneración \$ 770

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Vendedor

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en comercio y administración.	Mínima 6 meses en el cargo de vendedor.	Protocolo de servicio. Administración de empresas. Atención al cliente.	Puntualidad Trabajo en equipo. Responsabilidad. Respeto Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Iniciativa.

Tomalá, A. (2022). *Méritos aspectos a considerar, Vendedor*. San Cristóbal.

PUESTO DE CAJERO

Detalles generales del puesto de Cajero.

Empresa Náutica Store

Unidad administrativa Área de servicio.

Misión del puesto Realizar los cobros a los clientes que realicen sus compras. Realizar facturas. Informar a los clientes de la cantidad que deben pagar con la finalidad de procesar la transacción. Ordenar los productos adquiridos por el cliente, para posteriormente embolsarlos. Elaboración de facturas electrónicas. Reponer mostradores, colocar precios en productos y cumplir pequeñas funciones en la tienda.

Denominación del puesto Cajero.

Rol del puesto Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza.

Remuneración \$ 770

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, Cajero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en comercio y administración.	Mínima 1 año en el cargo de Cajero.	Atención al cliente. Protocolo de servicio. Administración de empresas. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.	Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Iniciativa. Puntualidad Trabajo en equipo. Responsabilidad. Respeto Adaptabilidad.

Tomalá, A. (2022). *Méritos aspectos a considerar, Cajero*. San Cristóbal.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Náutica Store mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

Náutica Store consideró la investigación aplicada de la investigación de mercado.

Se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta.

3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma digital, en donde en el transcurso de una semana se encuestó a 114 personas, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

En este trabajo se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, aledañas al lugar donde se va a ubicar la empresa. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{160 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (160 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{154}{1,3579}$$

$$n = 113$$

3.4 Análisis de las encuestas

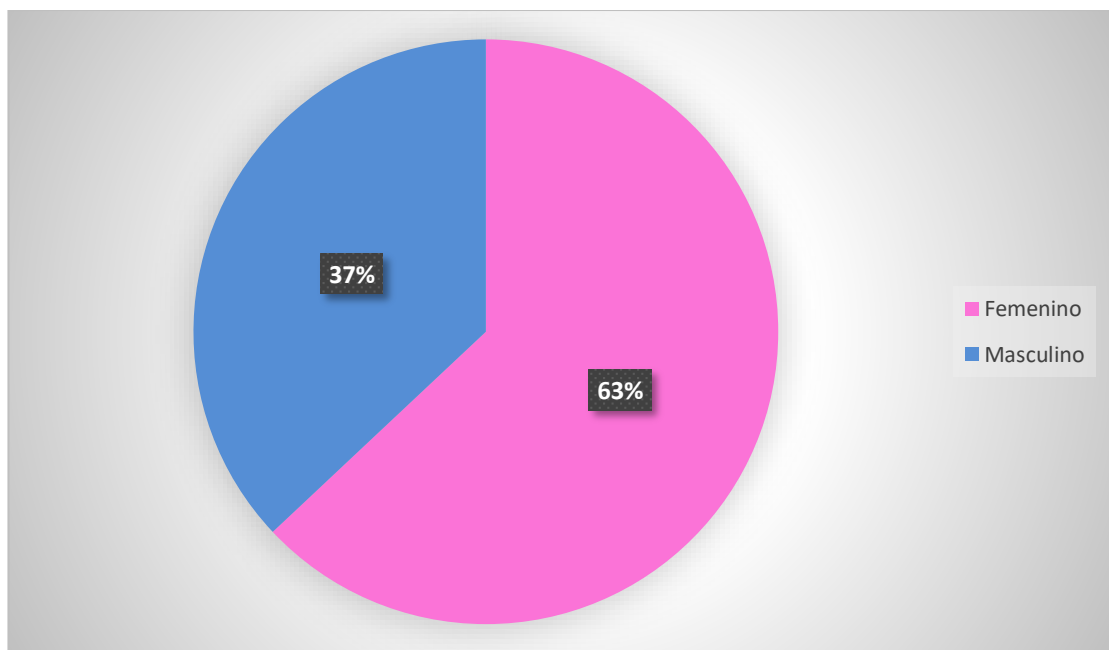
Pregunta 1.

Tabla 4 Pregunta 1.

¿A qué género pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Femenino	72	63
Masculino	42	37
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). *¿A qué género pertenece?*. San Cristóbal.

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). *Pregunta 1, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados el 63% que respondieron a esta encuesta son de género femenino en donde se ve el mayor interés por parte de este género en adquirir nuestras prendas de vestir.

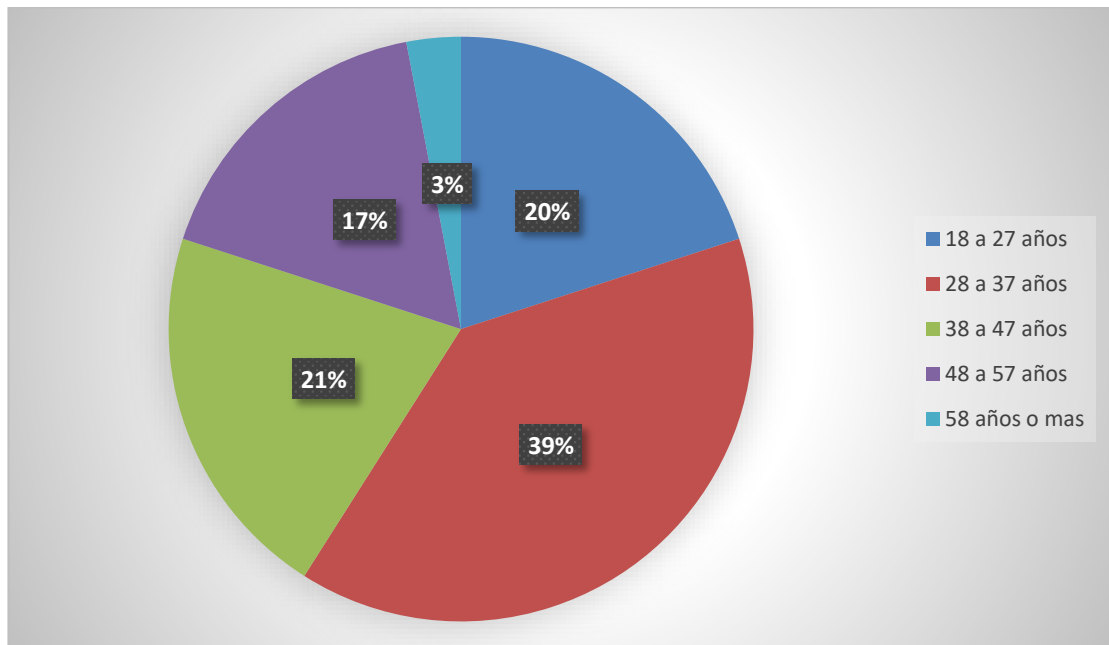
Pregunta 2.

Tabla 5 Pregunta 2.

¿A qué rango de edad perteneces?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
18 a 27	23	20
28 a 37	44	39
38 a 47	24	21
48 a 57	19	17
58 o mas	4	3
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). *¿A qué rango de edad perteneces?*. San Cristóbal.

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). *Pregunta 2, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: Los encuestados manifestaron que el 39% son de 28 a 37 años, pero un balance general da como resultado de que en su mayoría de entre 18 a 40 años, podemos mencionar que entre estos rangos de edades los resultados y ayudan y favorecen a Náutica Store.

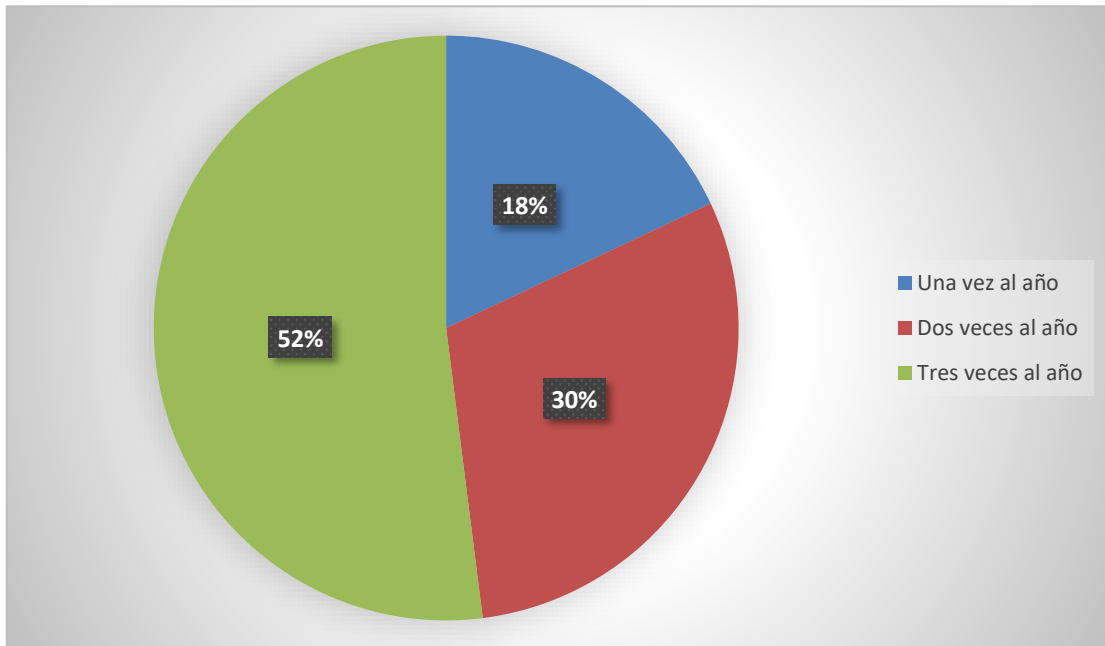
Pregunta 3.

Tabla 6 Pregunta 3

¿Con qué frecuencia realiza compras de prendas de vestir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Una vez al año	21	18
Dos veces al año	34	30
Tres veces al año	59	52
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). *¿Con que frecuencia realiza compras de prendas de vestir?.* San Cristóbal.

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). *Pregunta 3, gráfico circular.* San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados el 52% respondió que realizan compras de prendas de vestir tres veces al año, el 30% dos veces al año y el 18% una vez al año, esto ayuda a Náutica Store a que nuestros clientes acudirán con frecuencia a nuestra tienda.

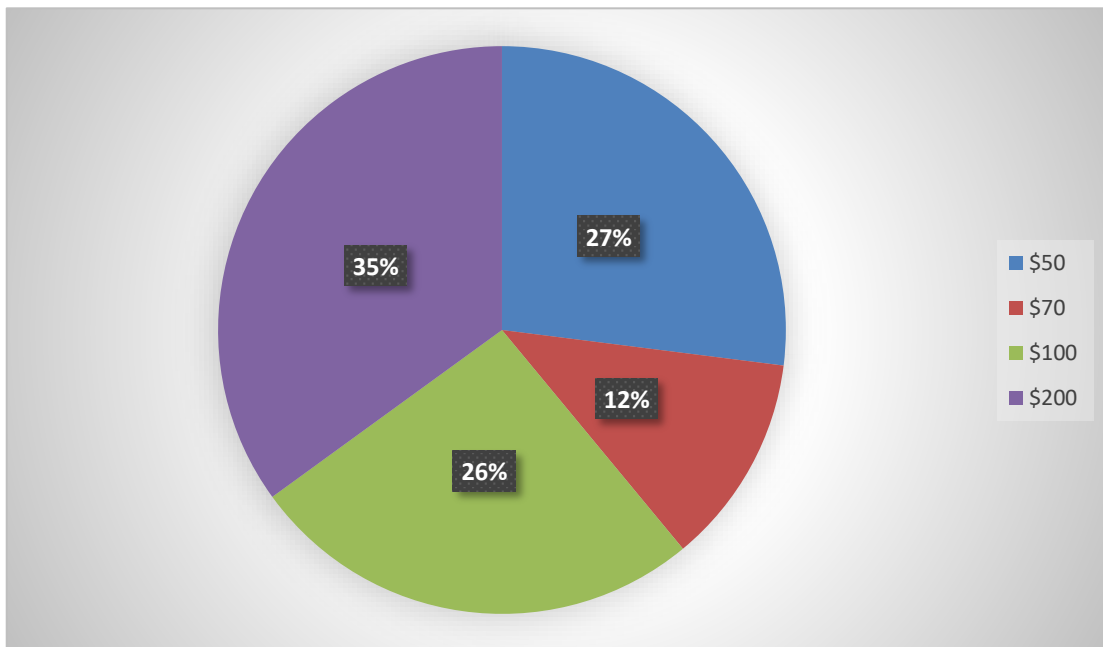
Pregunta 4.

Tabla 7 Pregunta 4

¿Cuánto estarías dispuesto a gastar en tus prendas de vestir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$ 50	31	27
\$ 70	13	12
\$ 100	30	26
\$200	40	35
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar por tus prendas de vestir?. San Cristóbal.

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 35% son personas que gastan hasta \$200 en prendas de vestir, el 27% gastan hasta \$50, el 26% gasta hasta \$100 y el 12% gastan hasta \$70 dólares.

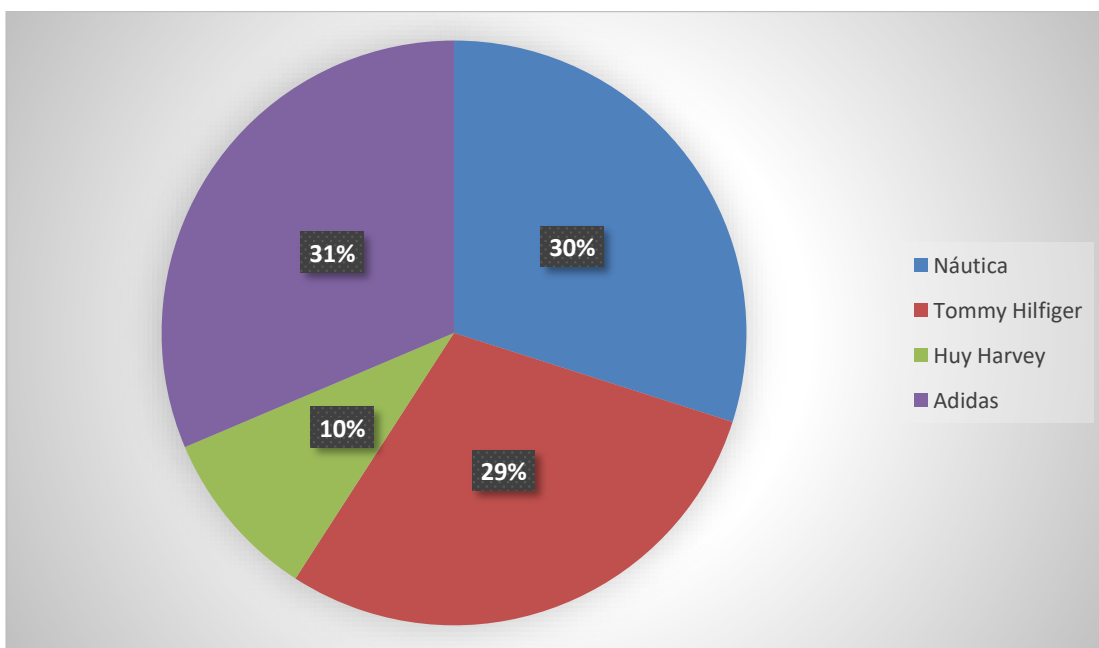
Pregunta 5.

Tabla 8. Pregunta 5

¿Qué marca de ropa prefieres?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Náutica	47	30
Tommy Hilfiger	46	29
Huy Harvey	15	10
Adidas	49	31
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). *¿Que marca de ropa prefieres?.* San Cristóbal.

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). *Pregunta 5, gráfico circular.* San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados el 31% prefieren Adidas, el 30% prefiere Náutica, el 29% Tommy Hilfiger con un 10% Huy Harvey cabe recalcar que no todas las marcas de ropa fueron ubicadas en la encuesta.

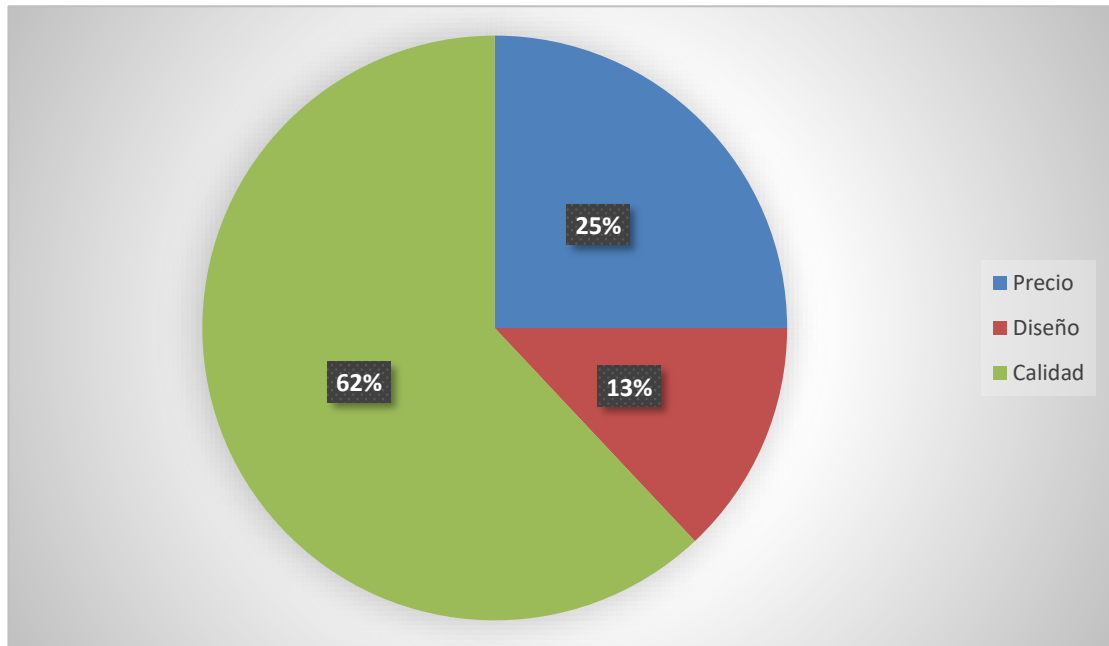
Pregunta 6.

Tabla 9. Pregunta 6

¿Qué aspectos toma en cuenta cuando compra sus prendas de vestir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Precio	28	25
Diseño	15	13
Calidad	71	62
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). *¿Qué aspectos toma en cuenta cuando compra sus prendas de vestir?*. San Cristóbal.

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). *Pregunta 6, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados el 62% toma en cuenta calidad del producto que van a adquirir, el 25% toma en cuenta el precio y el 13% el diseño, quiere decir que debemos tener muy en cuenta estos aspectos para las prendas de vestir que vamos a ofrecer a nuestros clientes.

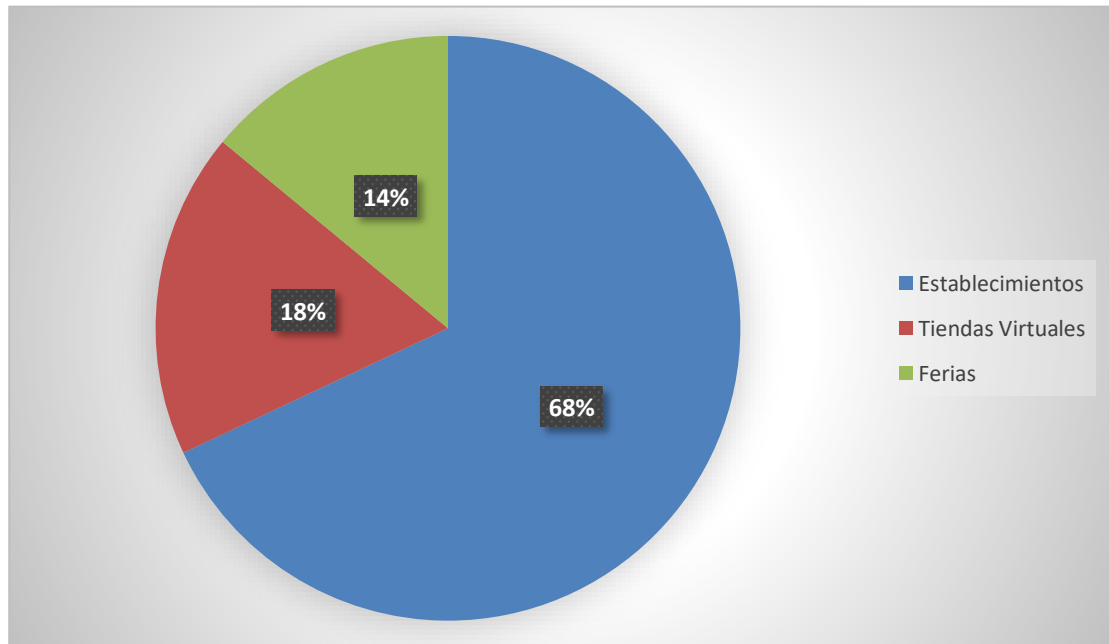
Pregunta 7.

Tabla 10. Pregunta 7

¿ En que lugar prefiere comprar sus prendas de vestir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Establecimientos	79	68
Tiendas Virtuales	22	18
Ferias	13	14
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). ¿ En que lugar prefiere comprar sus prendas de vestir?. San Cristóbal.

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados, el 68% prefiere comprar prendas de vestir en establecimientos, esto es de gran aporte para la empresa, ya que teniendo variedad en nuestra tienda estaríamos dispuestos a satisfacer necesidades que busca el cliente.

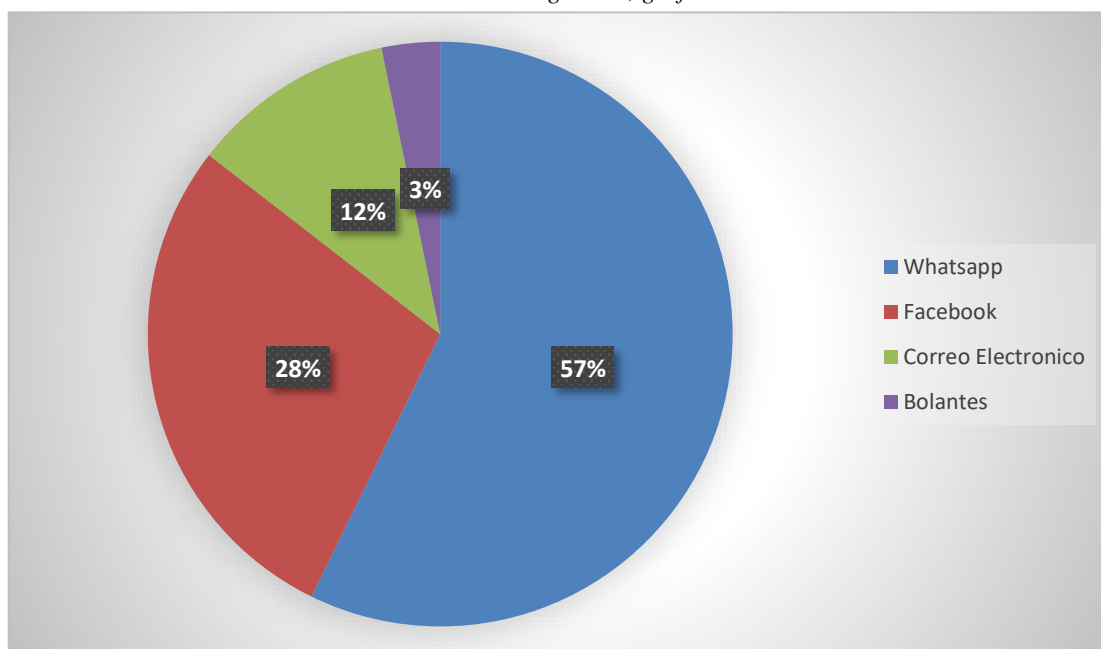
Pregunta 8.

Tabla 11. Pregunta 8

¿Porque medios te gustaría recibir nuestras promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Whatsapp	81	71
Facebook	40	35
Correo Electronico	16	14
Bolantes	4	4
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). ¿ Por que medios te gustaría recibir nuestras promociones?. San Cristóbal.

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: De todos los encuestados podemos verificar que el 57% les gustaría recibir nuestras promociones por medio de WhatsApp, y el 28% por medio de Facebook en vista que en la actualidad la mayoría de personas hacen uso de estas redes sociales y así pueden estar al tanto de nuestras promociones.

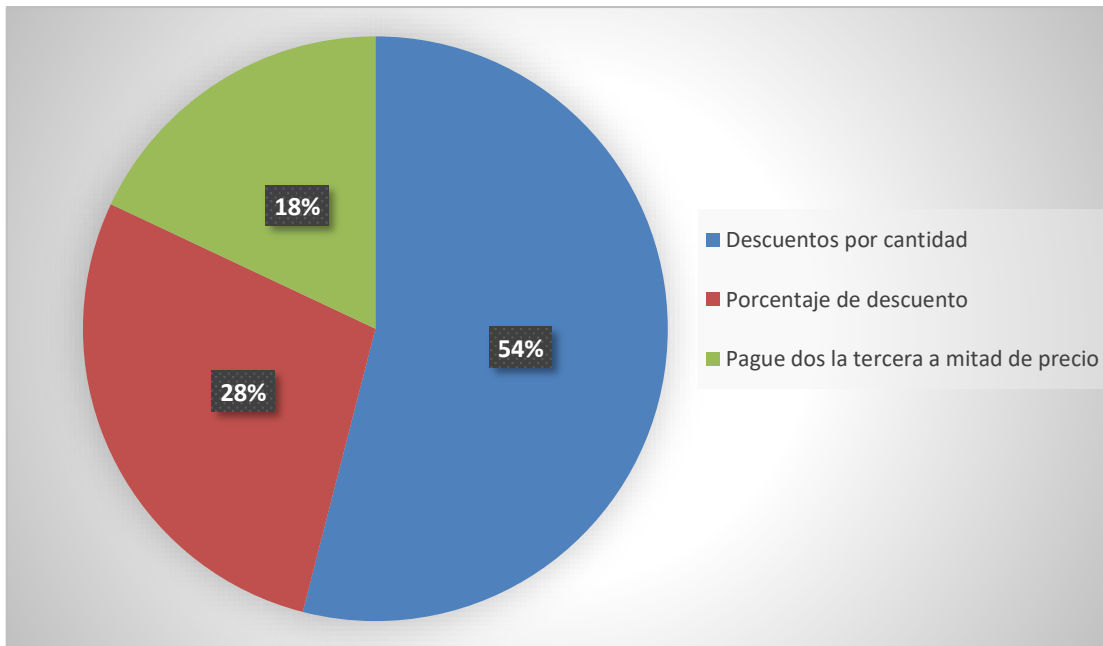
Pregunta 9.

Tabla 12. Pregunta 9

¿ Que promociones te gustaría recibir?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Descuentos por cantidad	61	54
Porcentaje de descuento	32	28
Pague dos la tercera a mitad de precio	21	18
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). ¿ Que promociones te gustaría recibir?. San Cristóbal.

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: De los 114 encuestados podemos observar que el 57% les gustaría recibir promociones en cuanto a descuento por cantidad de prendas de vestir que adquieran en nuestra tienda, un 28% en cuanto a porcentajes de descuento en nuestras prendas de vestir.

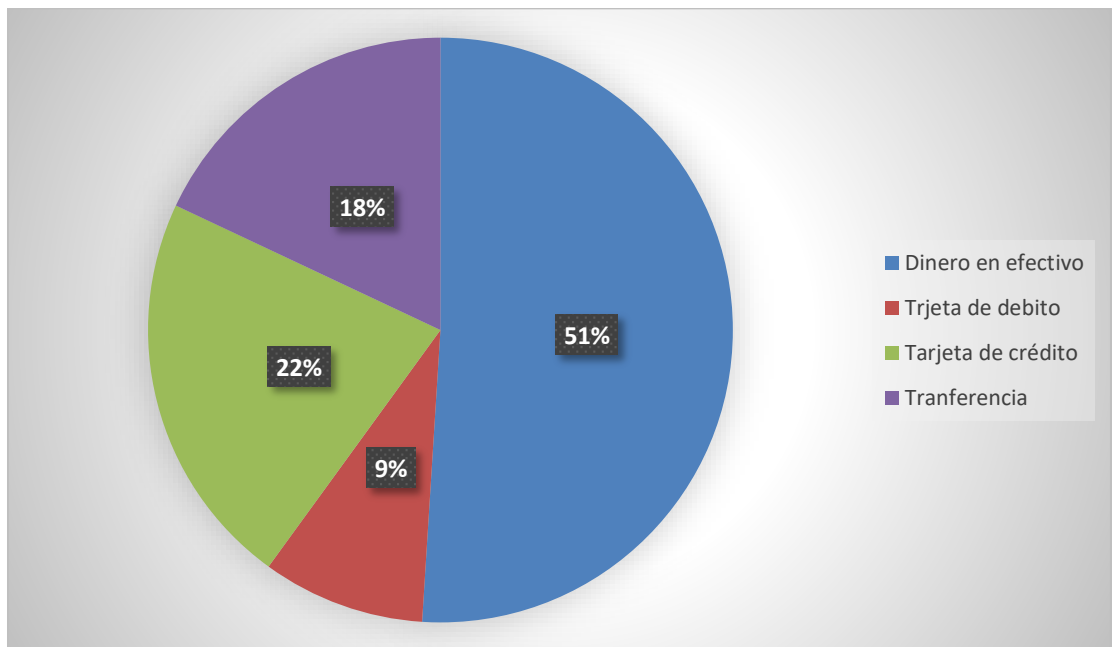
Pregunta 10.

Tabla 13. Pregunta 10

¿Como preferirías realizar tus pagos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Dinero en efectivo	58	51
Trjeta de debito	10	9
Tarjeta de crédito	25	22
Tranferencia	21	18
TOTAL	114	100%

Tomalá, A. (2022). ¿Como preferirías realizar tus pagos?. San Cristóbal.

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.



Tomalá, A. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: De todos los encuestados podemos observar que un 51%, realizarían sus pagos con dinero en efectivo, seguidos por un 22% de personas que prefieren cancelar con tarjeta de crédito y un 18% que prefieren cancelar por medio de transferencias.

3.4.1 Análisis General.

Como primer punto se puede concluir que del total de personas que respondieron a esta encuesta en su mayoría son de género femenino, de la misma manera tenemos un balance general, da como resultado de que en su mayoría están entre 18 a 40 años, podemos mencionar que entre estos rangos de edades los resultados y ayudan y favorecen a Náutica Store.

De los 114 encuestados en su gran mayoría respondió que realizan compras de prendas de vestir tres veces al año, esto ayuda a Náutica Store a que nuestros clientes acudirán con frecuencia a nuestra tienda de tal manera que gastan una cantidad considerable de dinero en prendas de vestir, así también podemos mencionar que la mayoría prefieren todas las marcas de ropa que nos indica la encuesta, por ende podremos satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes.

De todos los encuestados en su gran mayoría toma en cuenta calidad del producto que van a adquirir y prefieren comprar prendas de vestir en establecimientos, esto es de gran aporte para la empresa ya que podemos tener en cuenta que las personas si visitarán Nautica Store.

En vista que en la actualidad la mayoría de personas hacen uso de esta red social y así pueden estar al tanto de nuestras promociones, la mayoría de encuestados indican que les gustaría recibir nuestras promociones por medio de WhatsApp, por eso es importante para Náutica Store manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y darnos a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia local.

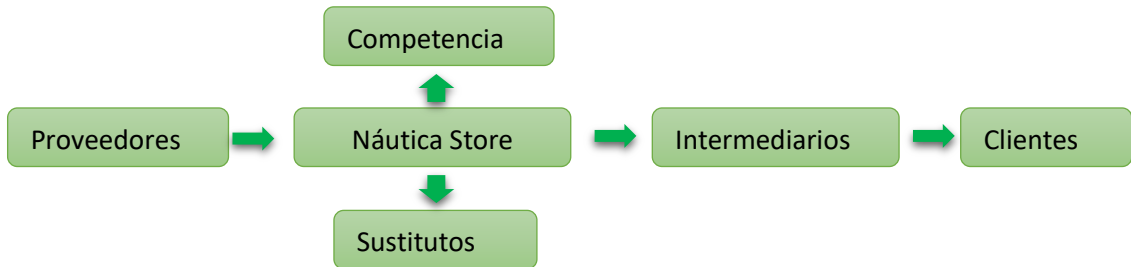
Por último podemos mencionar que les gustaría recibir promociones en cuanto a descuento por cantidad, de prendas de vestir que adquieran en Náutica Store, de tal manera que en su mayoría realizaran sus pagos con dinero en efectivo, seguidos por personas que prefieren cancelar con tarjeta de crédito.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

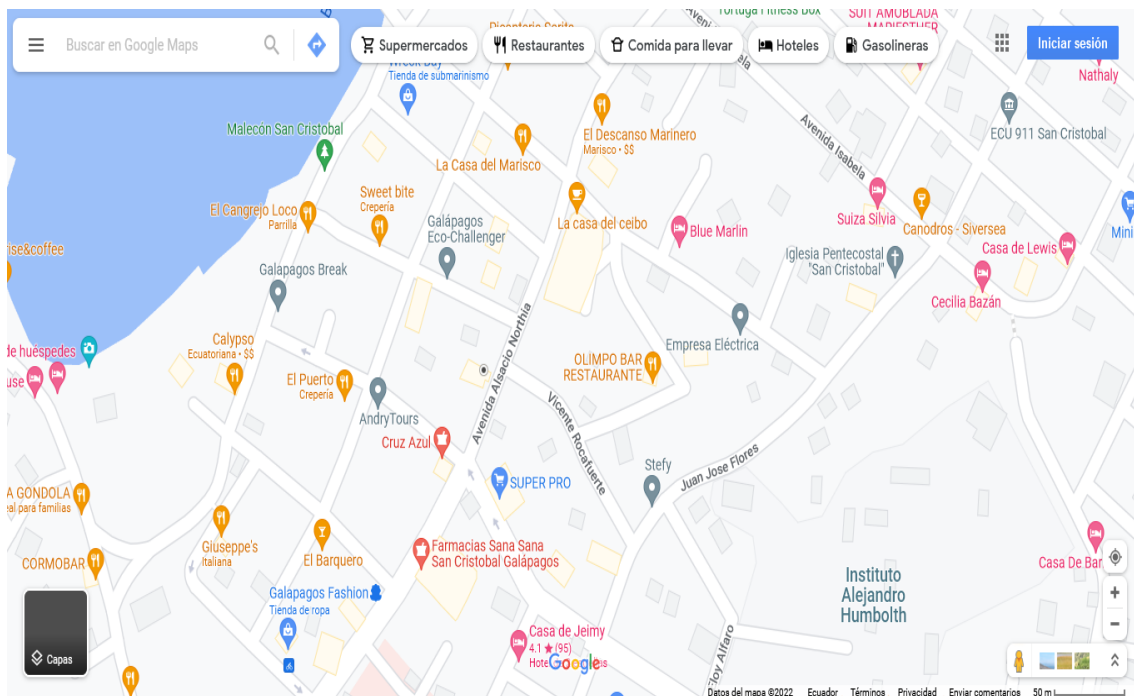
Náutica Store considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 14. Esquema microentorno Nautica Store.



Tomalá, A. (2022). *Esquema microentorno Nautica Store*. San Cristóbal.

Ilustración 15. Ubicación.



(GoogleMaps, 2022) *Ubicación*. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.9025626,-89.6101665,18z?hl=es>

- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a ubicarse Náutica Store, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

A una cuadra de donde se va a ubicar Náutica Store existe una tienda de ropa y calzado llamado “Calzado de Willy” en el cual se pudo observar que siendo competencia directa venden algunas de las marcas de prendas de vestir que se va a ofrecer en nuestra tienda.

- **Competencia indirecta.**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar Náutica Store.

En la calle Española se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Almacén Karen en donde venden solo calzado y pocas prendas de vestir.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es Comercial Alvarado, ubicado en la Avenida Alsacio Northia. Este comercial surtido que hace las veces de sustituto al vender electrodomésticos, pocas prendas de vestir y artículos de bazar, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento neto de solo venta de prendas de vestir.

- **Proveedores.**

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Náutica Store, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 14. *Proveedores.*

TABLA DE PROVEEDORES		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Palm	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Facilidades depago • Entrega mediante envíoal establecimiento • Variedad de productos 	Camisas, pantalones
Origami	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Productos de calidad • Entrega mediante envíoestablecimiento • Facilidad depago • Responsables 	Bermudas, Camisetas, Camisas
De Prati	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Productos de calidad • Entrega mediante envíoestablecimiento • Facilidad depago 	Ropa para Damas, Caballeros y Niños

Tomalá, A. (2022). *Proveedores.* San Cristóbal

•

- **Intermediarios.**

Nuestra tienda, Náutica Store, comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para poder realizar dicha actividad.

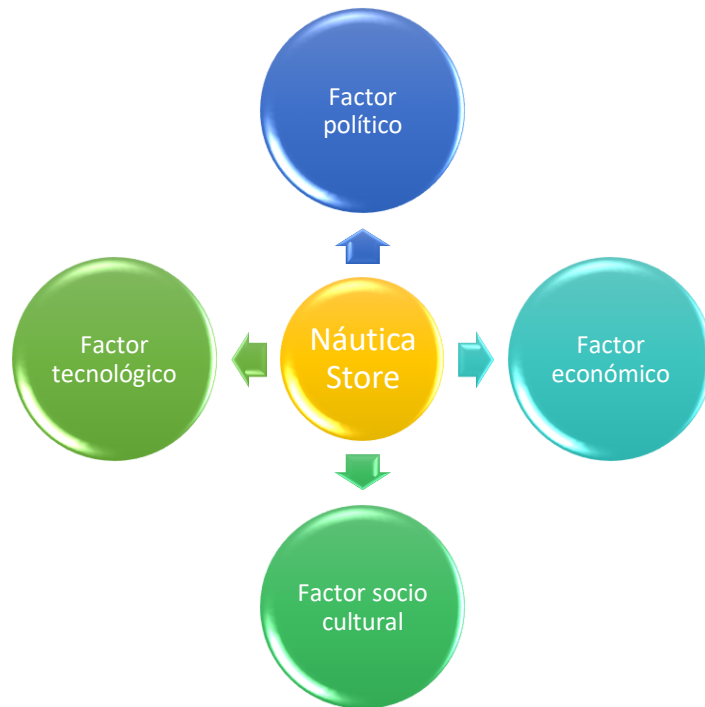
- **Clientes.**

Náutica Store es una empresa dirigida a familias y comunidad en general, con el fin de satisfacer las necesidades de todas y cada una de las personas quienes vivimos en esta ciudad.

3.5.2 Macroentorno

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

Ilustración 16. Esquema macroentorno Náutica Store.



Tomalá, A. (2022). *Esquema macroentorno Náutica Store*. San Cristóbal.

- **Factor Político.**

Náutica Store realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses, ya que el Ecuador está cerca de las elecciones para su nuevo gobierno.

- **Factor Económico.**

Que se refieren a los costos de los suministros e insumos en esa localidad, tales como la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura disponible, los terrenos y la cercanía de los mercados y de las materias primas.

Es por eso que Náutica Store estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

- **Factor Sociocultural.**

Es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos. La denominación objetiva hace referencia a la actividad de la compañía. El nombre debe ser claramente distinguido de cualquier otro, constituye una propiedad de la compañía y no puede ser adoptada por ninguna otra.

En cuanto a este factor Náutica Store ofrece prendas de vestir de proveedores ecuatorianos, cabe recalcar que las prendas de vestir que son fabricadas en el Ecuador son de muy buena calidad, para la satisfacción de nuestros clientes.

- **Factor Tecnológico.**

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, la tecnología ha evolucionado en

cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de todo tipo de establecimiento.

La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. Náutica Store trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes.

3.6.1 Producto y servicio

Náutica Store es una empresa de venta de prendas de vestir para damas, caballeros y niños, se enfoca directamente a la satisfacción familiar de esta localidad, Así también Nautica Store también ofrece el servicio de delivery (entrega a domicilio).

3.6.2 Producto Esencial.

En la actualidad las personas no buscan satisfacer únicamente las necesidades físicas sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos y a gusto con lo que van a adquirir en cuanto a sus prendas de vestir. En Náutica Store, el producto es de perfecta calidad y en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo.

3.6.3 Producto real.

Náutica Store maneja una gran variedad de marcas en cuanto a prendas de vestir, ya sean nacionales o extranjeras y podemos encontrar las siguientes:

- Camisas Palm producto nacional de calidad y de buena referencia y muy conocidas.
- Bermudas, camisetas, camizar Oigami producto nacional de calidad, conocido anivel nacional.
- De Pratti, Prendas de vestir en general para damas, caballeros y niños, conocidop a nivel nacional.

3.6.4 Características.

Para la elección de sus prendas de vestir contamos con catálogos donde puede elegir a su gusto diseño, talla, etc. Náutica Store está en constante innovación para brindar un servicio de calidad en cuanto a sus prendas de vestir.

3.6.5 Calidad.

Para la venta de las prendas de vestir se tiene en cuenta la calidad y diseño, de tal manera que se toman en cuenta algunos indicadores para mantener la calidad de las mismas, entre algunas tenemos:

- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Almacenamiento de la mercadería

3.6.6 Estilo.

Náutica Store ofrece todo tipo de prendas de vestir ya sea casual, deportivo playero, etc. La tienda prestara un servicio de calidad para todos sus clientes.

3.7 Marca.

Náutica Store es un nombre creado con el propósito de en un futuro dar inicio con la apertura de dicha tienda, y en vista que Náutica s una marca muy reconocida decidí ponerle este nombre, de tal forma que proponemos un ambiente diferente y que a su vez atraiga a todos los clientes.

3.7.1 Producto aumentado.

Náutica Store a diferencia de su competencia resalta su concepto y estilo innovador en cuanto a sus prendas de vestir y los clientes buscan satisfacer necesidades de acuerdo a sus exigencias, así también para que el dinero no sea un obstáculo para poder visitar nuestra tienda, también brinda precios accesibles.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área de Ventas.

El Cajero y Vendedor usaran el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Vendedor y Cajero.**

- * Camisa de cuello color blanco de mangas cortas y el sello distintivo de la empresa en la parte delantera y posterior de la misma.

Ilustración 17. Diseño uniforme vendedor y cajero



Tomalá, A. (2022). Diseño uniforme vendedor y cajero. San Cristóbal.

Área Administrativa.

El Gerente usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Gerente.**

- * Camisa de cuello color negro de mangas cortas y el sello distintivo de la empresa en la parte delantera y posterior de la misma.

- *



Tomalá, A. (2022). Diseño uniforme, Gerente. San Cristóbal.

3.8.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 19. Imagotipo Nautica Store.



Tomalá, A. (2022). Imagotipo Nautica Store. San Cristóbal.

Elementos a destacar:

- El nombre de la tienda que resalte el logo
- El logotipo del establecimiento “Nautica Store”
- El eslogan de la tienda “Si te gusta, usalo”

Los colores usados:

- Color negro de fondo.

- Color amarillo, nombre y slogan de la tienda.
- El Isotipo es claro en remarcar el nombre de la tienda y dandole la llamatividad del mismo.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse claramente el Isotipo de la empresa.

Ilustración 20. Anverso tarjeta de presentación



Tomalá, A. (2022). Anverso tarjeta de presentación. San Cristóbal.

En el reverso hay datos del propietario y de contacto, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de Nautica Store.

Ilustración 21. Reverso tarjeta de presentación



Tomalá, A. (2022). Reverso tarjeta de presentación. San Cristóbal.

Hoja membretada

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 22. Hoja membretada



Tomalá, A. (2022). Hoja membretada. San Cristóbal.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Nautica Store es su establecimiento ubicado en la ciudad de San Cristóbal, en la calle Av. Alsacio Northia y Av. 12 de febrero

- **Promoción.**
 - * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
 - * Cuando el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.
- **Contacto.**
 - * Tarjetas de presentación.
 - * E-mail.
 - * WhatsApp.
 - * Facebook.
- **Correspondencia.**
 - * A través de mail corporativo.
- **Negociación.**
 - * Directa en el establecimiento con cita previa.
 - * A través de videoconferencia.
 - * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	300 unidades	\$50.00
Publicidad Facebook	10 veces por mes	\$50.00
TOTAL		\$100.00
TOTAL ANUAL		\$12.000

Tomalá, A. (2022). Financiamiento publicidad. San Cristóbal.

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Náutica Store, sino también todo establecimiento, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad como uso de mascarilla, el aforo permitido por la empresa.

La oportunidad más grande que tiene Náutica Store es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas

Hoy en día es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y ha tomado alternativas para poder ofrecer y vender sus productos.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a ofrecer y vender nuestros productos, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Náutica Store es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.9 Fijación de Precios

Fijación de precios por prendas de vestir.

Los precios de las prendas de vestir presentadas a continuación han sido calculados para un solo cliente. Se toma en cuenta el costo de transporte, el análisis de la competencia, así también se le van a sumar comisiones de diversos factores que intervienen en el momento de la venta de nuestras prendas de vestir.

Tabla 16. Precio de productos.

PRECIOS DE PRODUCTOS					
Producto	Marca	Precio de compra por	Precio de venta por	Iva 12%	Precio final
		unidad	unidad		
Caballeros					
Camiseta	Tommy Hilfiger	\$10,00	\$22,00	\$2,64	\$24,64
Camiseta	Adidas	\$12,00	\$25,00	\$3,00	\$28,00
Pantalón	Tommy	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Pantalón	H&O	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Camiseta	Huy Harvey	\$25,00	\$40,00	\$4,80	\$44,80
Camiseta	Quiksilver	\$10,00	\$20,00	\$2,40	\$22,40
Camiseta	Under Armor	\$12,00	\$25,00	\$3,00	\$28,00
Bermuda	Origami	\$18,00	\$30,00	\$3,60	\$33,60
Damas					
Blusa		\$20,00	\$30,00	\$3,60	\$33,60
Blusa	H&O	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Pantalón Damas	H&O	\$25,00	\$40,00	\$4,80	\$44,80
Pantalón	Hollister	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20

Pantalón	Diesel	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Niños					
Camiseta	Carter	\$12,00	\$15,00	\$1,80	\$16,80
Pantalon	Cater	\$15,00	\$15,00	\$1,80	\$16,80
Blusas	Kido	\$10,00	\$18,00	\$2,16	\$20,16
Camisetas	Kido	\$10,00	\$18,00	\$2,16	\$20,16
Conjuntos	Kido	\$20,00	\$35,00	\$4,20	\$39,20

Tomalá, A. (2022). Precio de productos, San Cristóbal.

3.10 Implementación del negocio

Arriendo del local.

Tabla 17. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$400,00	\$2.400,00	\$4.800,00

Tomalá, A. (2022). Arriendo del local. San Cristóbal.

Equipos de computación.

Tabla 18. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora acer core i5	1	\$600.00	\$550.00
Impresora HP	1	\$250.00	\$225.00
TOTAL			\$775.00

Muebles y enseres.

Tabla 19. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Vitrinas	3	\$85.00	\$255.00
Mostrador	1	\$400.00	\$400.00
Maniqués Grandes	4	\$45.00	\$180.00
Maniqués Pequeños	3	\$30.00	\$90.00
Espejos	5	\$30.00	\$150.00
TOTAL			\$1075.00

Tomalá, A. (2022). Muebles y enseres. San Cristóbal.

Suministros de oficina.

Tabla 20. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	3	\$6.00	\$18.00
Grapadora	2	\$8.00	\$16.00
Grapas (caja)	3	\$4.00	\$12.00
Esferos (azul, negro)	20	\$0.50	\$10.00
Perforadora	1	\$7.50	\$7.50
Cuaderno	3	\$2.50	\$7.50
Archivador	4	\$4.00	\$16.00
TOTAL			\$87.00
TOTAL ANUAL			\$1044.00

Tomalá, A. (2022). Suministros de oficina. San Cristóbal.

Servicios básicos.

Tabla 21. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$30.00
Teléfono	\$15.00
Internet	\$10.00
TOTAL	\$65.00
TOTAL ANUAL	\$780.00

Tomalá, A. (2022). Servicios básicos. San Cristóbal.

Materiales de limpieza.

Tabla 22. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	2	\$4.50	\$9.00
Trapeador	2	\$6.00	\$12.00
Alcohol Antiséptico	3	\$8.00	\$24.00
Recogedor	1	\$3.95	\$3.95
TOTAL			\$48.95
TOTAL ANUAL			\$587.40

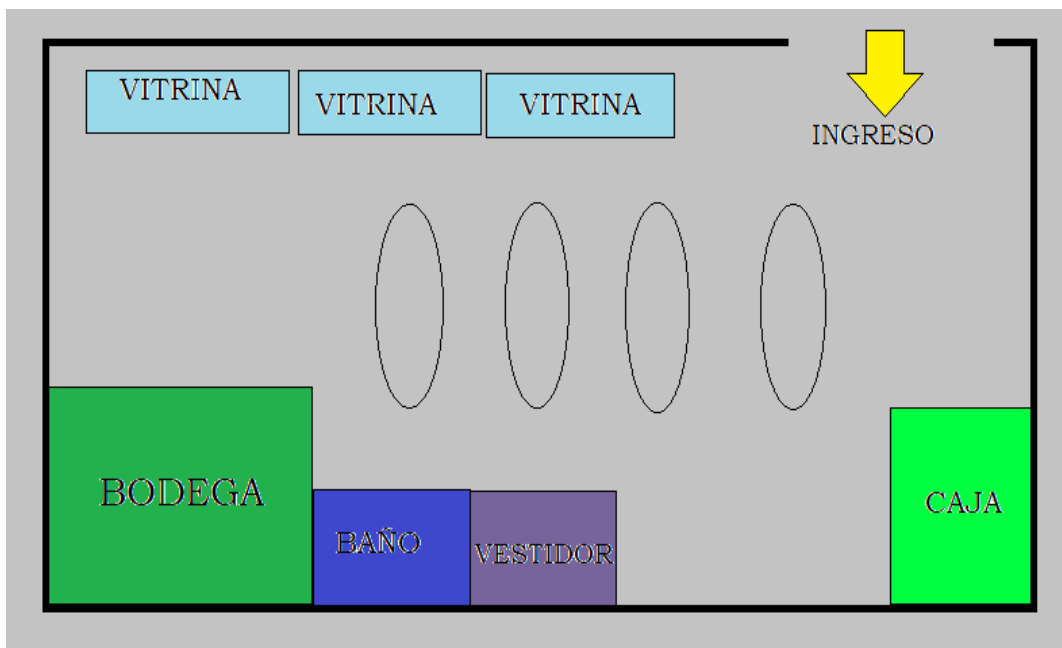
Tomalá, A. (2022). Materiales de limpieza. San Cristóbal

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño de tienda la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (10 personas). Así también consideramos el espacio de bodega. Adicional se toma en cuenta las vitrinas, perchas, mostrador, etc.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 23. Estructura del establecimiento.



Tomalá, A. (2022). Estructura del establecimiento. San Cristóbal.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

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

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar la empresa Náutica Store y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de San Cristóbal. Los requisitos que se solicitan son

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual

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

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS 2022).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).

- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

El sector de la empresa comercializadora se puede aportar numerosas soluciones a la venta de prendas de vestir para damas caballeros y niños donde se ofrece una variedad de marcas. Aporta a la creación de puestos de trabajo y ayuda a la economía de la comunidad.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa Náutica Store, es por ellos que se compromete al cumplimiento de la legislación ambiental que desarrolle esta actividad, a la reducción de uso de bolsas plásticas, esta es la tarea principal para la protección del medio ambiente.

5.2 Impacto ambiental

Náutica Store, como empresa comercializadora y en conjunto a la normativas dispuestas por las Islas Galápagos y cuidando el medio ambiente hará el uso de bolsas biodegradables las cuales ayudaran a reducir el impacto ambiental de los residuos de plásticos, de igual manera los recibos de pago y facturas serán emitidas vía correo electrónico para reducir el uso de papel.

5.3 Impacto social

Igualdad de género

La igualdad de género es “igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. Náutica Store priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres.

Generar empleo

El propósito de Náutica Store es generar empleos a las personas del sector tanto a personas no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal de la empresa con premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños, canasta navideña para los trabajadores.

Atracción de empleados

Náutica Store mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que sus trabajadores se sientan motivados y seguros de prestar sus servicios en este lugar de trabajo de tal manera que su desempeño laboral sea al máximo y cumplan con todas las actividades encomendadas a cada uno de ellos.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la empresa comercializadora “Náutica Store”.

6.2. Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, equipos de computación y muebles, sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$1.593.00.

Tabla 23. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$850.00
MUEBLES Y ENSERES	\$605.00
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	\$138.00
TOTAL	\$1,593.00

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.3. Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que en este caso, se la instaura como Sociedad Anónima lo que representa a \$300, los gastos legales serán

de \$500, el permiso de funcionamiento de \$76,32 y las patentes municipales de \$101,04 lo que nos da un total de activos diferidos de \$977,36.

Tabla 24. **Activos diferidos**

ACTIVOS DIFERIDOS	
Inscripción Compañía (S.A.)	\$ 300,00
Gastos legales	\$ 500,00
Permisos funcionamiento	\$ 76,32
Patentes municipales	\$ 101,04
TOTAL	\$ 977,36

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo que contará la entidad será la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes, de acuerdo a los lineamientos de un análisis financiero. De esta manera se reconocerá el flujo operativo inicial de las actividades económicas de Náutica Store S.A.

Dentro del capital de trabajo se encuentra los gastos de sueldos y salarios, servicios básicos, materiales de oficina y limpieza, arriendo, publicidad y el valor para compra de mercadería, en total se tiene una necesidad de capital de trabajo de \$11,836.84, proyectando a 3 meses se tiene un valor de \$35,510.52.

Tabla 25. **Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO	Mensual	12 meses
Sueldos	\$ 3,345.89	\$ 40,150.69
Servicios Básicos	\$ 65.00	\$ 780.00
Material oficina	\$ 87.00	\$ 1,044.00
Material limpieza	\$ 48.95	\$ 587.40
Alquiler local	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Publicidad	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Gastos financieros	\$ 233.33	\$ 2,800.00
Adquisición de mercadería	\$ 416.66	\$ 5,000.00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 4,696.83	\$ 56,362.09

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de \$58.932,45.

Tabla 26. **Detalles de inversión**

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 1,593.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 977.36
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 56,362.09
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 58,932.45

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales.

Tabla 27. **Sueldos.**

SUELDOS									
Cargo	Numero	Sueldo	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Vacaciones	Fondo de reserva	IESS Patronal	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Gerente	1	\$850.00	\$63.86	\$70.83	\$35.42	\$70.81	\$94.78	\$1,185.69	\$14,228.24
Cajero	1	\$770.00	\$63.86	\$64.17	\$32.08	\$64.14	\$85.86	\$1,080.10	\$12,961.23
Cajero	1	\$770.00	\$63.86	\$64.17	\$32.08	\$64.14	\$85.86	\$1,080.10	\$12,961.23
TOTAL	3	\$2,390.00	\$191.57	\$199.17	\$99.58	\$199.09	\$266.49	\$3,345.89	\$40,150.69

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$40.150,69 anual.

6.6. Depreciación Activos fijos

En cuanto al desgaste de la propiedad, planta y equipo, se disponen las siguientes políticas contables para el reconocimiento de la depreciación:

Tabla 28. Políticas contables depreciación

Depreciación	Línea recta
Grupo	Vida útil
Muebles y enseres	10
Equipos de computación	3

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

Estos lineamientos se aplicaron a las propiedades, planta y equipo de la entidad, permitiendo reflejar la situación final de estos elementos y la incidencia en los resultados.

En la siguiente tabla 26, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$357.61.

Tabla 29. Depreciacion Activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
ACTIVO FIJO	VALOR EN LIBROS	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 850.00	33.33%	\$ 283.31
MUEBLES Y ENSERES	\$ 605.00	10.00%	\$ 60.50
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	\$ 138.00	10.00%	\$ 13.80
TOTAL			\$ 357.61

6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$195,47, ya que el monto por constitución equivale a \$977,36

Tabla 30. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$977,36	20%	\$195,47

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$20.000,00 a una tasa preferencial del 14% de interés, mediante una tabla decreciente, este modelo de tabla de amortización se acopla a las necesidades de una empresa que recién se constituye, tendrá una duración de 5 meses y los pagos serán mensuales.

Tabla 31. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MONTO	20000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	20000
1	5825,67	2.800,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00
		9.128,35		
2912,84		INTERES ANUAL		2.800,00
		INTERES SEMESTRAL		1400,00

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 20.000, llegando al 5 mes, el pago de interés de \$9,128.35 y a su vez el pago capital de \$20.000, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.9. Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones.

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$38.932,45 que equivale a una estructura del 66%; costo 13% con una tasa de descuento de 8,6 %; por

consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000,00 con una estructura del 34% , el costo es del 15% que otorga el 5,1% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$58,932.45 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,7% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 32. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	38.932,45	66%	13%	8,6%	
Capital Financiero	20.000,00	34%	15%	5,1%	
TOTAL INVERSION	58.932,45	100%		13,7%	TMAR

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.10. Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pago. El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$ 4,227.55

Tabla 33. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	416,66
Arriendo	400,00
Sueldos	3345,89
Servicios Básicos	65,00

	4.227,55
--	-----------------

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para la tienda se tomó en cuenta el valor de un pantalón. Entonces el valor del pantalón es \$15,00, el valor del costo sería \$35,00 por lo que el margen de contribución será de \$20,00

Tabla 34. **Cosos de pantalones**

COSTOS DE PANTALONES				
Precio	35,00			
Costo	15,00			
Ganancia	20,00	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias.

Tabla 35. **Punto de equilibrio**

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PE=	211			
	211	pantalones	7,0	diario
VENTA	211	35,00	7398,20	
COSTO	211	15,00	3170,70	
GASTO			4227,55	
PUNTO DE EQUILIBRIO			0	

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

Tabla 36. Venas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
350	12250	147000	Ventas
350	5250	63000	Costo

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.11 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año.

Tabla 37. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		147000,00	151424,70	155982,58	160677,66	165514,06
COSTO DE VENTAS		63000,00	64896,30	66849,68	68861,85	70934,60
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		84000,00	86528,40	89132,90	91815,81	94579,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS		40150,69	41359,23	42604,14	43886,52	45207,51
SERVICIOS BÁSICOS		780,00	803,48	827,66	852,58	878,24
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1631,40	1680,51	1731,09	1783,19	1836,87
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		4800,00	4944,48	5093,31	5246,62	5404,54
PUBLICIDAD		1200,00	1236,12	1273,33	1311,65	1351,14
DEPRECIACIONES		357,61	357,61	357,61	357,61	357,61
AMORTIZACIONES		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
UTILIDAD OPERATIVA		34884,83	35951,51	37050,30	38182,16	39348,09
GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		32084,83	33575,11	35156,79	36839,16	38632,66
BASE IMPOSITIVA		11630,75	12170,98	12744,34	13354,19	14004,34
UTILIDAD NETA		20454,08	21404,13	22412,46	23484,96	24628,32

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo

específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa. Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$17.981,49, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$20.071,6.

Tabla 38. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		34884,83	35951,51	37050,30	38182,16	39348,09
DEPRECIACIÓN		357,61	357,61	357,61	357,61	357,61
AMORTIZACIÓN		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
- BASE IMPOSITIVA		11630,75	12170,98	12744,34	13354,19	14004,34
- GASTOS FINANCIEROS		2800,00	2376,41	1893,51	1343,01	715,43
- PAGO CAPITAL		3.025,67	3.449,26	3.932,16	4.482,66	5.110,24
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	58932,45	17.981,49	18.507,94	19.033,37	19.555,38	20.071,16

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

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

6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero;

por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$7,719.13; por lo tanto, el negocio es factible.

INDICADORES	VALOR	COMPARACIÓN	CONCLUSIÓN
VAN	\$7,719.13	VAN>0	EL PROYECTO ES VIABLE

6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 18,03 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 4,35% con el TMAR.

Tabla 39. VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN		
VAN	7.719,13	
TIR	18,03%	
TMAR	13,68%	

Elaborado por: Tomalá, A. (2022)

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Al momento de crear una empresa debemos tener en cuenta muchos factores como; crear una misión, visión, objetivos y buscar el lugar ideal para ubicar nuestra empresa y poder ponerla en marcha.

Podemos concluir que en cuanto a la variedad de productos que Náutica Store ofrece tenemos la certeza que el mercado objetivo nos visitará, y se alcanzará las metas esperadas.

Náutica Store se encarga de cuidar al medio ambiente reduciendo el uso de fundas plásticas en nuestra empresa y en cuanto al tema de facturación vía correo electrónico mismo que es factible para nuestra empresa.

Todo plan de negocios requiere de varios estudios sean estos financieros o administrativo, obteniendo mayores ingresos y determinando que el proyecto es factible.

7.2. Recomendaciones

Al momento de realizar un plan de negocio siempre se debe estructurar la parte administrativa, eso nos ayudará a tener una perspectiva del tamaño de la empresa.

Se recomienda realizar estudios consecutivos de mercado al que va dirigido el negocio y así poder determinar los gustos y preferencias de los clientes y futuros clientes, los mismos que están en constantes cambios, aplicando resultados de la forma más conveniente para las partes interesadas.

7.3. Bibliográfica

- Balanko-Dickson, G. (2008). Cstantes cambios, de esta manera apxitoso.
M resultados de la forma más conveni
- Software DELSOL. (s.f.). Tasa interna de retorno (TIR). Recuperado el 25
de Agosto de 2021, de [https://www.sdelisol.com/glosario/tasa-
interna-de-retorno-tir/](https://www.sdelisol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/)
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & Strickland III, A. J.
(2012). Administraci A., Gamble, J.
Teorson, A. A., Gamble, J. E., PeteraMorales Castro, A., &
Morales Castro, J. A. (2009). Proyectos de Inversi(2012). Adminn
y formulación. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/20
08_1/a11.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2008_1/a11.pdf) [mayo 2014]

7.4 Anexos



Tienda de MOSTRADORES
▷ Mostrador de MADERA y VIDRIO | Lo bueno de los dos

\$400



\$30

icante de espejos para tienda...



Foto de empresa - Galería de imágenes de empresas españolas
 o: Vitrina/mostrador de vidrio con iluminación, base n

\$85



PAPER SHOP ECUADOR
 Grapadora M-527

\$6.00



Supermercados
 o Esfero Azul P/F - Ronald Supermercados

\$0.50



Clasif Para
 Archivadores oficina [ANUNCIOS Marzo] | C

\$4.00