



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una Boutique en el sector de la Cdla la Chala al Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil.”

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

AUTORA: Gildrey Esday Mendieta Baraja

TUTOR:

MSc. Karina Falconí

D.M. Quito, 5 de Marzo 2022

DEDICATORIA

Llena de satisfacción, de amor y esperanza, dedico este proyecto, a mi hijo Bradley Matheo Mendieta Baraja, la persona que me motivó para ser la persona que he logrado ser ahora, y ser un gran ejemplo para él, quien ha sido mi pilar fundamental para seguir y salir adelante, ya que con mucho esfuerzo, esmero, trabajo y dedicación me lo he ganado.

A mi madre Carmen Isolina Baraja Ruiz, porque ella estuvo en cada paso de mi carrera, es mi motivación de vida mi orgullo de ser lo que seré.

Y son los que están orgullosos de mí al culminar esta meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí. Y sin dejar a un lado a mi pareja, quien me estuvo motivando y apoyando en todo momento, para que no tire la toalla y siga adelante y dándome todo su amor incondicional, y a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles mi tesis a ellos, y me llevo una felicidad total por tenerlos a ellos conmigo, porque sin ellos no lo hubiera logrado.

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios, quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante.

Así mismo a mí institución, quien me abrió las puertas al mundo como tal, ya que me ha brindado muchas oportunidades para lograr la meta que es ahora, la culminación de mi carrera con éxito.

Un agradecimiento muy grande a todos los docente,s quienes me enseñaron y otorgaron todos sus conocimientos en cada paso de mi carrera.

Un agradecimiento muy especial a mi coordinador el MSc. Christian Carvajal y a mi tutora la MBA. Karina Falconí quienes estuvieron apoyándome en el trascurso de este proyecto.

A mi familia por su comprensión, apoyo y persuasión constante, además de su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

AUTORIA

Yo, Gildrey Esday Mendieta Baraja autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Gildrey Esday Mendieta Baraja

D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

MBA. 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.

MBA. Karina Falconí

D.M. Quito, 05 de Marzo del 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 **MBA. Karina Falconí** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. Gildrey Esday Mendieta Baraja por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Sra. Gildrey Esday Mendieta Baraja, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una Boutique en el sector de la Cdma la Chala al Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MBA. 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, **MBA. Karina Falconí** en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Sra. Gildrey Esday Mendieta Baraja, 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 una Boutique en el sector de la Cdma la Chala al Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil.”**, 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.

MBA. Karina Falconí
Baraja

Gildrey Esday Mendieta

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	<i>ii</i>
AGRADECIMIENTO.....	<i>iii</i>
AUTORIA	<i>iv</i>
CERTIFICACIÓN	<i>v</i>
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	<i>vi</i>
ÍNDICE DE GRAFICO	<i>xii</i>
ÍNDICE DE TABLA	<i>xiv</i>
RESUMEN	<i>16</i>
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	<i>18</i>
2.1 Creación de la empresa	<i>18</i>
2.2 Descripción de la empresa.....	<i>18</i>
2.2.1 Importancia.	<i>18</i>
2.2.2 Características.....	<i>19</i>
2.2.3 Actividad.....	<i>20</i>
2.3 Tamaño de la empresa.....	<i>20</i>
2.4 Necesidades que satisfacer.....	<i>20</i>
2.4.1 Necesidad de Seguridad.	<i>21</i>
2.4.2 Necesidad Social – Afiliación.	<i>21</i>
2.4.3 Necesidad de Reconocimiento _ Autoestima.....	<i>22</i>
2.4.4 Necesidad de Autorrealización.	<i>22</i>
2.5 Localización de la empresa	<i>22</i>
2.6 Filosofía empresarial	<i>23</i>
2.6.1 Misión.....	<i>23</i>

2.6.2 Visión.....	23
2.6.3 Objetivos.....	24
2.6.4 Meta.....	24
2.6.5 Estrategias.....	24
2.6.6 Políticas.....	25
2.6.7 FODA.....	26
2.7 Desarrollo organizacional.....	27
2.7.1 Tipo de Estructura.....	27
2.7.2 Formalización.....	27
2.7.3 Centralización – Descentralización.....	28
2.7.4 Integración.....	28
2.7.5 Desarrollo de procesos.....	29
2.8 Organigrama empresarial.....	30
2.9 Funciones del personal.....	31
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	37
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	37
3.2 Investigación de mercado.....	37
3.2.1 Modalidad.....	37
3.2.2 Plan de Muestreo.....	38
3.3 Análisis de las encuestas.....	39
Pregunta 1.....	39
Pregunta 2.....	40
Pregunta 3.....	41
Pregunta 4.....	42

Pregunta 5.....	43
Pregunta 6.....	44
Pregunta 7.....	45
Pregunta 8.....	46
Pregunta 9.....	47
Pregunta 10.....	48
3.4 Análisis General.	49
3.5 Entorno empresarial.....	50
3.5.1 Microentorno.	50
3.5.2 Macroentorno.....	54
3.6 Producto y servicio.....	56
3.6.1 Producto Esencial.....	57
3.6.2 Producto real.	57
3.6.3 Características.....	57
3.6.4 Calidad.....	57
3.6.5 Estilo.....	58
3.7 Marca.....	58
3.7.1 Producto aumentado.....	59
3.8 Plan de introducción al mercado	59
3.8.1 Distintivos y Uniformes	59
3.8.2 Materiales de identificación.	63
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas	67
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio.....	68
3.9 Fijación de Precios	69

3.9.1 Fijación de precios por producto estándar.....	69
3.10 Implementación del negocio	77
.....	80
3.11 Estudio arquitectónico	81
4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	82
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	85
5.1 Objetivo de área	85
5.2 Impacto ambiental.....	85
5.3 Impacto social.....	86
6. PROCESO FINANCIERO	87
6.1. Introducción.....	87
6.2. Inversiones.....	87
6.3 Activos Fijos.....	87
6.5. Capital de trabajo	88
6.4. Activos diferidos.....	88
6.6 Sueldos.	89
6.7. Depreciación activos fijos.	90
6.8. Amortizaciones	91
6.9. Estructura capital.....	92
6.10. Tabla de amortización.....	93
6.11. Punto de equilibrio	93
6.12 Costo de ventas.....	95
6.13. Flujo de caja.....	96
6.14. Calculo del TIR y el VAN.....	97

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)	97
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	97
CAPÍTULO 7	99
7.1 Conclusiones.	99
7.2 Recomendaciones.	100
7.3 Bibliografía.	101
7.4 Anexos	102
Anexos N° 1 	102
Anexos N°2	103
Anexos N°3	107
Anexo N° 4	108

ÍNDICE DE GRAFICO

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.	20
Ilustración 2. Ubicación.....	23
<i>Ilustración 3. Desarrollo de proceso de Boutique Bradley</i>	29
<i>Ilustración 4. Organigrama empresarial de Boutique Bradley.....</i>	30
<i>Ilustración 5. Pregunta 1, gráfico circular.</i>	39
<i>Ilustración 6. Pregunta 2, gráfico circular.</i>	40
<i>Ilustración 7. Pregunta 3, gráfico circular</i>	41
<i>Ilustración 8. Pregunta 4, gráfico circular</i>	42
<i>Ilustración 9. Pregunta 5, gráfico circular</i>	43
<i>Ilustración10. Pregunta 6, gráfico circular.</i>	44
<i>Ilustración 11 Pregunta 7, gráfico circular</i>	45
<i>Ilustración 12. Pregunta 8, gráfico circular</i>	46
<i>Ilustración 13. Pregunta 9, gráfico circular</i>	47
<i>Ilustración 14. Pregunta 10, gráfico circular</i>	48
<i>Ilustración 15. Esquema microentorno Boutique Bradley.....</i>	50
<i>Ilustración 16. Ubicación.....</i>	51
<i>Ilustración 17. Esquema macroentorno B outique Bradley</i>	54
<i>Ilustración 18. Diseño uniforme administrador/a</i>	60
<i>Ilustración 19. Diseño uniforme cajera.</i>	61
<i>Ilustración 20. Diseño uniforme de vendedor.....</i>	62
<i>Ilustración 21. Imagotipo Boutique Bradley.....</i>	63
<i>Ilustración 22. Anverso tarjeta de presentación.....</i>	65

<i>Ilustración 23. Reverso tarjeta de presentación</i>	65
<i>Ilustración 24. Hoja membretada</i>	66
Ilustración 25. Estructura del establecimiento.....	81

ÍNDICE DE TABLA

<i>Tabla 1. Detalles generales del puesto de Administrador/a</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Administrador/a</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 3. Detalles generales del puesto de vendedor/a.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, vendedor.</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 5. Detalles generales del puesto de cajero/a.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 6. Méritos aspectos a considerar, cajero/a.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 7. Pregunta 1</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 8 Pregunta 2.</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 9. Pregunta 3</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 10. Pregunta 4.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 11. Pregunta 5.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 12. Pregunta 6.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 13. Pregunta 7.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 14. Pregunta 8.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 15. Pregunta 9.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 16. Pregunta 10.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 17. Proveedores.</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 18. Financiamiento publicidad.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 19. Calzado deportivo para hombre, precio estándar de costos.</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 20. Calzado deportivo para mujer, precio estándar de costos.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 21. Calzado deportivo infantil, precio estándar de costos</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 22. Blusones para dama, precio estándar de costos</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 23. Buzo para hombre, precio estándar de costos</i>	<i>74</i>

<i>Tabla 24. Labial hidratante, precio estándar de costos</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 25. Loción refrescante, precio estándar de costos.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 26. Arriendo del local.</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 27 equipos de computación</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 28. Muebles y enseres</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 29. Equipos industriales de seguridad</i>	<i>79</i>
<i>Tabla. 30 suministros de oficina.</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 31. Servicios Básicos.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 32. Materiales de limpieza</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 33. Activos Fijos.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 34. Activos Diferidos.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 35. Capital de trabajo.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 36. Total de inversión..</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 37. Sueldos.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 38. Decimos.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 39.total de Decimos.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 40. Depreciación de activos fijos.</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 41. Amortización.</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 42. Estructura de capital.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 43. Tabla de amortización.</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 44. Costos fijos.</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 45.precio estándar.</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 46 punto de equilibrio.</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 47 ventas proyectadas.....</i>	<i>95</i>

Tabla 48. Estado de resultados.....	96
Tabla 49. Flujo de cajas.....	97
Tabla 50. Cálculo del TIR y del VAN.	98

“Proyecto de factibilidad para la creación de una Boutique en el sector de la Cdla la Chala al Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil.”

Gildrey Esday Mendieta Baraja

Ing. Karina Falconí

D.M. Quito, 05 de marzo del 2022

RESUMEN

El presente estudio fue realizado en la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de realizar el estudio de factibilidad para la creación de una boutique de ropa, calzado, y cosméticos para dama, caballero y niños en esta ciudad, para lo que fue necesario realizar los estudios: de mercado, técnico, organizacional y financiero; los mismos que permitieron determinar la viabilidad de la boutique en la antes mencionado ciudad. 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 el tema; luego consta la introducción donde se denotan las razones que dieron inicio al presente tema de tesis.

Además de ellos para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron métodos y técnicas como Método Inductivo que se lo utilizó para diseñar en el estudio organizacional y financiero, para determinar la estructura organizacional y el detalle del estudio financiero; el método deductivo se utilizó para elaborar los análisis correspondientes en cada una de las preguntas que se realizarán y con ello elaborar cada uno de los estudios correspondientes; y el método analítico que se utilizó para analizar la información proveniente de los instrumentos de recolección de información; además se usaron las técnicas de la observación directa para verificando paso a paso el proceso para el estudio técnico del proyecto; y la encuesta para determinar la demanda que fue realizada a los ciudadanos de 15 hasta 51 o más años de edad.

Así mismo se aplicaron 73 encuestas para determinar la oferta. Consta además en el trabajo los resultados donde se da a conocer las encuestas para determinar la demanda y la oferta del servicio, posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación que el canal que se utilizará para comercializar los productos de la nueva boutique es el canal directo, es decir Comercializador, usuario final. La localización de la nueva boutique será en la ciudad de Guayaquil, específicamente en el Sur Oeste de la ciudad, en las calles Federico Goding entre la 4 de noviembre.

En lo referente al estudio organizacional, de acuerdo a la ley de compañías la boutique se establece cómo una compañía limitada aquí también se detalla todo lo referente a la base filosófica de la misma, estructura interna, y desarrollo de manuales de funciones; en el cual se especifican las actividades de los empleados en cada uno de los puestos de trabajo. En el estudio financiero se señala que la inversión necesaria para poder implementar el proyecto es de \$41.778,61 de los cuales el 45% del capital será financiado por los accionistas de la empresa y el 55% se lo financiará con crédito de forma Bancaria.

En la evaluación financiera del proyecto presenta los siguientes indicadores: valor actual neto de \$10.010,02, la tasa interna de retorno es de 22,13%, el periodo de recuperación de capital es de 1 año, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta una tasa de crecimiento en los costos de 1.03% por año. Una vez terminada con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se concluyó que el proyecto puede ser ejecutado ya que los resultados previamente obtenidos así lo indican, y es así que recomiendo tener en consideración para poner en marcha el mismo; a continuación, se presenta la bibliografía la que se recopiló de distintas fuentes de información como en internet, finalmente se hace constar anexos que son el soporte para poder comprender la investigación.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Boutique Bradley busca la necesidad de que las personas usen prendas de ropa, calzado, cosméticos y de más que son consideradas elementos que satisfacen la necesidad de vestir de las personas, con el fin de brindar protección de diferentes condiciones climáticas, también posteriormente se enfoca en satisfacer necesidades más complejas referentes a relación de los individuos con el entorno al que pertenecen y consigo mismo.

Sin embargo, una tienda de ropa no satisface las mismas necesidades de las prendas de vestir, por el contrario, satisface la necesidad que las personas tienen de comprar, brindando así un servicio; la Boutique brindará mediante su oferta de ropa para hombres, mujeres, jóvenes y niños que pretende facilitar el proceso de compra de esos productos en un mismo lugar.

Esa es una de las diferencias que la Boutique creará, ya que muchas no son variables, razón por la cual, la investigación tiene como objetivo incrementar la utilidad de la empresa mediante el desarrollo de diferentes estrategias de marketing que permitan que la Boutique logre satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes.

Se realizará un análisis de situación interna y externa de la empresa que identifique la posición actual de la misma.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia.

El verse bien es una forma no solo de cubrir una apariencia, sino también de transmitir buena presencia, con productos de calidad y buen ambiente, es importante que las personas se sientan bien al momento de visitar la Boutique, no solo sentirse satisfecho por cubrir una necesidad personal, sino también sentirse bien con la atención, el ambiente y el entorno, es importante resaltar que una

Boutique dentro de una calle principal y sin competencia, atraerá a un sin número considerado de personas, ya que no solo tendrán la opción de pasear con sus familiares sino también de disfrutar con una gran variedad de ropa, calzado, cosmético y de más.

Además de ello, es importante que los negocios vuelvan su mirada a la producción dentro de una calle que es rodeada solo de puestos de comida y vean algo diferente, ya que estos lugares llaman a cientos de personas cada día, quienes salen a caminar con familia y amigos; y necesitan de un lugar llamativo con ambiente ameno y productos de calidad en donde puedan obtener todo tipo de variedades para su uso personal.

2.2.2 Características.

Responsabilidad social: Boutique Bradley entiende que debido a la situación que atraviesa el mundo y para que esto no vuelva a pasar es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras, también entiende que no es un actor pasivo dentro de esta calle principal, por lo que ayuda al mantenimiento y mejoras del lugar, para que sea un lugar adecuado para los visitantes.

Investigación e innovación: Boutique Bradley trabaja en una constante investigación acerca de que productos de calzado, cosméticos, ropa y demás, son únicos dentro de un target de gente de todo género, investiga la cultura y orígenes de la raza ecuatoriana y con estas bases poder realizar innovaciones dentro de la cultura social.

Responsabilidad ambiental: Boutique Bradley es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que cuenta con basureros de reciclaje en zonas estratégicas dentro del local, así como basureros fuera del mismo, cuenta también con envases biodegradables y realiza campañas en contra de la contaminación y a favor del reciclaje.

Profesionales apasionados con su trabajo: sabiendo que las ventas no es solo un acto de esperar al cliente que llegue, sino de poner pasión y un toque extra,

Boutique Bradley ofrece un servicio de calidad con un personal que hace que los clientes se sientan como en casa, brindando no solo una excelente atención desde adentro si no desde afuera, e innovadores sino también una atención de primera.

2.2.3 Actividad.

Boutique Bradley es un establecimiento que brinda producto de calidad, con un buen servicio, específicamente una Boutique de todo tipo de cosméticos, ropa, calzado para todo tipo de género.

2.3 Tamaño de la empresa.

Boutique Bradley es una microempresa que contará con 2 áreas: ejecutiva y operativa. La empresa contará con:

- Administrador.
- Agente en ventas.
- Cajero/a

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



2.4.1 Necesidad de Seguridad.

Primero está la seguridad de un buen producto que abarca todo respecto a buenas prácticas de manufactura. Los productos ofrecidos en la Boutique Bradley estarán sometidos a diferentes protocolos de seguridad de un producto de calidad para que al final llegue apto para el cliente, para ello habrá un estricto control en la cadena de producción haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del producto al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además con cámaras de seguridad.

Finalmente está la seguridad hacia 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.

2.4.2 Necesidad Social – Afiliación.

La primera necesidad social es interna, y trata sobre propiciar un buen ambiente laboral, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para Boutique Bradley, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento, además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa, y se trata de la relación empresa-clientes. Boutique Bradley busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad en los productos,

además de una capacitación semestral al personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

2.4.3 Necesidad de Reconocimiento _ Autoestima.

A través de la investigación de TIENDAS con éxito en cuanto a la venta de productos para la belleza personal, la innovación de los productos, la temática de la empresa y la entrega de productos finales de primera calidad a precios accesibles para el target al que va dirigido la Boutique, que buscará tener éxito y con esto poder satisfacer dichas necesidades.

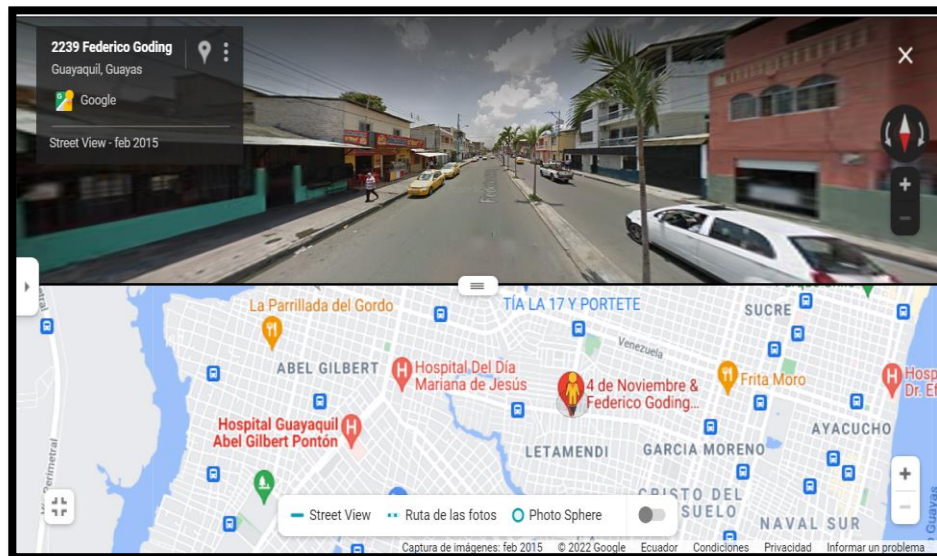
2.4.4 Necesidad de Autorrealización.

Boutique Bradley llegará a ser una empresa reconocida no solo por su variedad de productos y la innovación de brindar a cliente algo único, sino por su compromiso social dentro del sector y con sus trabajadores.

2.5 Localización de la empresa

Boutique Bradley estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, Ecuador, en el sur de la ciudad, calles 11 y 4 de noviembre, barrio la Chala.

Ilustración 2. Ubicación.



https://www.google.com/maps/place/Federico+Goding+%26+4+de+Noviembre,+Guayaquil+090304/@-2.2089759,-79.9120771,3a,90y,180h,90t/data=!3m9!1e1!3m7!1sE6mDnhN_VDcUyYPaifnJxg!2e0!7i13312!8i6656!9m2!1b1!2i50!4m5!3m4!1s0x902d6e226aa73a11:0x70053b2b36ec1fa5!8m2!3

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión.

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

2.6.2 Visión.

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

2.6.3 Objetivos.

Objetivo general.

- * Establecer como política de venta, poder ofrecer precios accesibles por compras. Permitiendo visualizar márgenes de ganancia permanentes durante la existencia de la empresa, con una excelente atención al cliente y productos de calidad.

Objetivos específicos.

- * Incursionar en los mejores productos de calidad de las empresas que serán los proveedores para brindar un buen servicio a los clientes.
- * Capacitar semestralmente a los empleados en temas de servicio al cliente, brindando un servicio de calidad, donde el porcentaje de satisfacción incremente en un 15%.
- * Brindar al cliente una variedad de productos de alta calidad a precios accesibles para su bolsillo.

2.6.4 Meta.

- * Posicionar a la boutique en el mercado como una empresa líder en la venta de cosméticos, ropa, calzado.
- * Clasificarnos como una empresa que ofrece productos de calidad.
- * Mantener los productos acordes a las tendencias de moda.
- * Ofrecer un servicio satisfactorio al cliente.
- * Mantener precios competitivos acordes al mercado.
- * Convertir la empresa en una distribuidora para las pequeñas boutiques de la ciudad.

2.6.5 Estrategias.

- Estudiar las preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector, centrándonos en las personas que asisten cada día a esta calle, mediante la elaboración de un estudio de mercado.

- Crear una campaña publicitaria digital de la tienda para atraer a los clientes, con un llamativo logotipo, slogan, letrero, con base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Facilitar promociones y descuentos, por cada tiempo determinado, para así ganar más clientes fijos. Como son:
 - ✓ 2 x 1
 - ✓ Descuento de cantidad
 - ✓ Porcentaje de descuento
 - ✓ Envíos gratuitos y otros.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- * Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por la Boutique.
- * Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- * Llevar siempre su vestimenta formal dentro de las instalaciones.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal.
- * Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- * No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- * No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- * Satisfacer las necesidades de los clientes.
- * No podrá usar el teléfono móvil, mientras este con clientes la empresa.

La empresa.

- * Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.

- * Es responsable de la seguridad íntegra 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 semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- * Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

- * Productos innovadores y con altos estándares de calidad.
- * Anuncio llamativo de la Boutique.
- * Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.

Oportunidades.

- * Poca competencia en cuanto a locales de Boutiques con temática de variedades de artículos a los alrededores de la empresa.
- * La gran cantidad de personas que transurren por esta famosa calle principal donde estará ubicado el restaurante.
- * Proveedores fieles, de confianza, responsables y con materia prima de alta calidad.

Debilidades.

- * El espacio físico definido de la Boutique.
- * Limitado capital al iniciar el negocio.
- * No establecer un orden claro en los procesos de producción y servicio.

Amenazas.

- * Emergencia de preocupación de salud por la pandemia que vive el mundo.
- * Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- * Alza de precios en mobiliario y mercadería.
- * La creciente delincuencia del país a raíz de la emergencia sanitaria.
- * Cambio de leyes y regulaciones.

2.7 Desarrollo organizacional**2.7.1 Tipo de Estructura.**

Diferenciación.

En Boutique Bradley la comunicación será de tipo 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 administrativo
- Nivel Operativo

Nivel Administrativo.

- Administrador/a

Nivel Operativo.

- Vendedor / a
- cajero/a

2.7.2 Formalización.

La empresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, 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 empleados) y la legislación laboral.

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

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Boutique Bradley centrará sus actividades en las áreas, ejecutiva, operativa y promoción; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

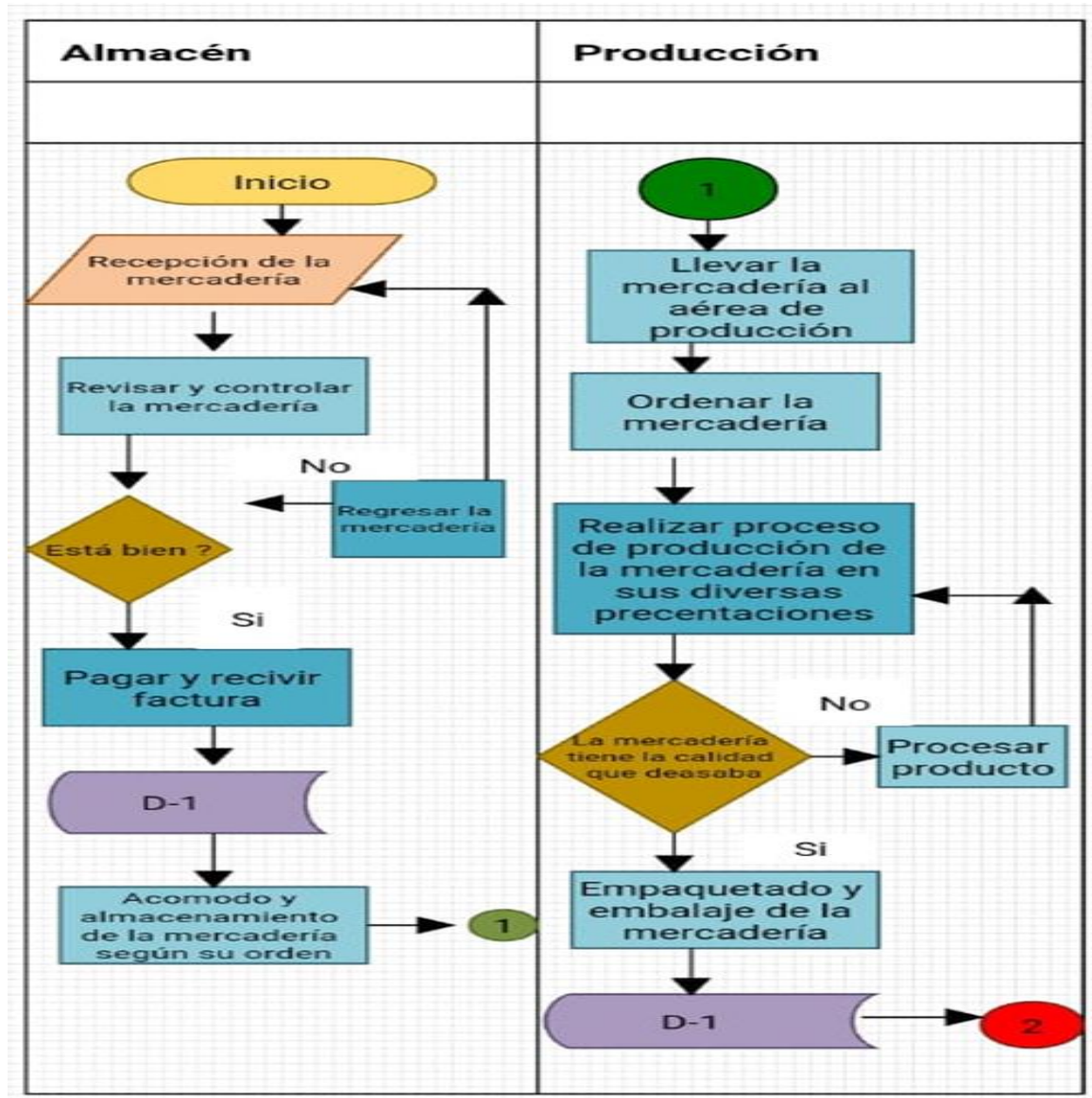
La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Administrativo, permitiendo las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de los clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, el sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con los productos correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre ellos 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.

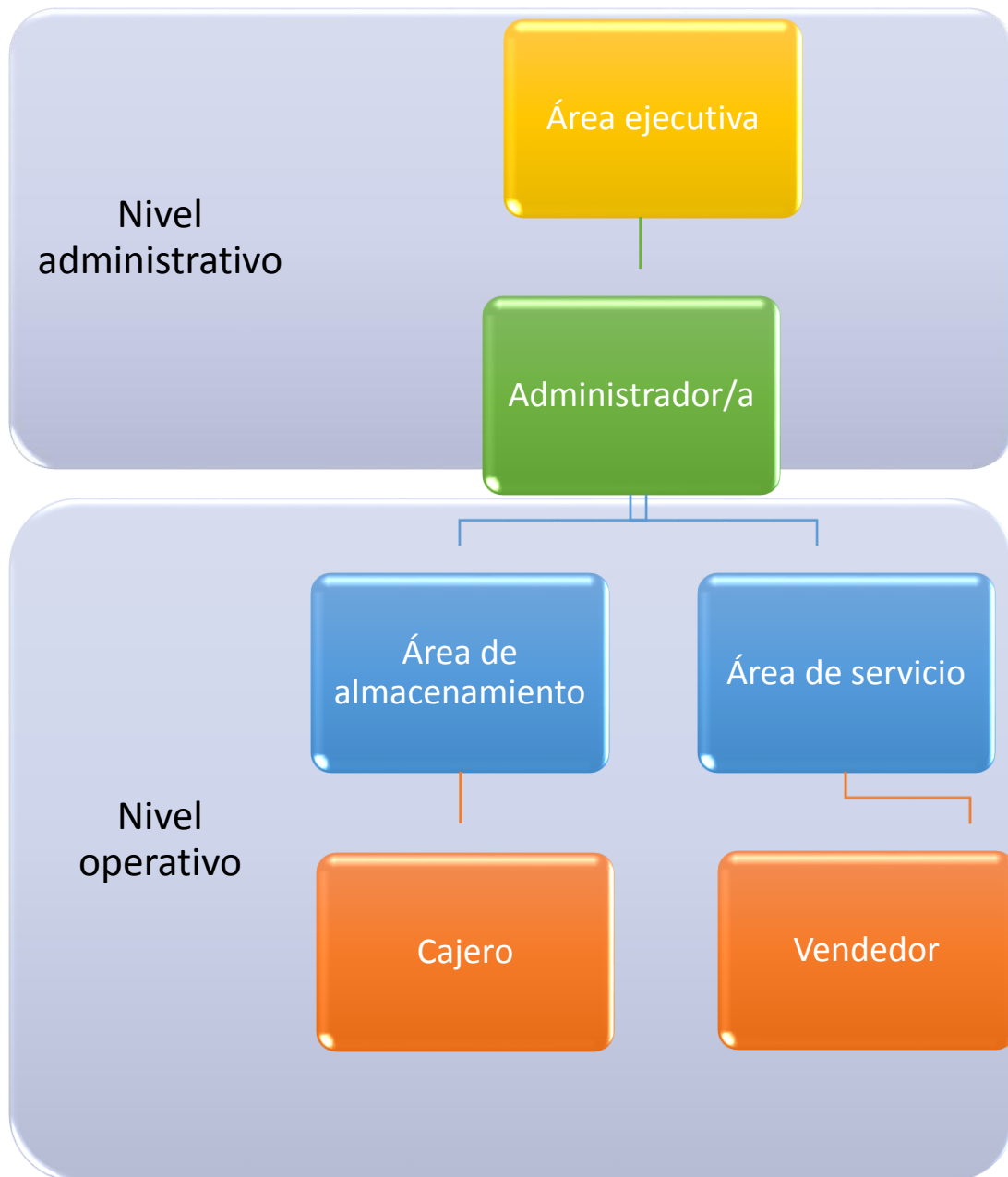
2.7.5 Desarrollo de procesos.

Ilustración 3. Desarrollo de proceso de Boutique Bradley



2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 4. Organigrama empresarial de Boutique Bradley



Mendieta G. (2022). Organigrama empresarial Boutique Bradley . Guayaquil.

2.9 Funciones del personal

PUESTO ADMINISTRATIVO

Detalles generales del puesto de Administrador/a.

Tabla 1. Detalles generales del puesto de Administrador/a

Empresa	Unidad administrativa	Misión del puesto	Denominación del puesto	Rol del puesto	Remuneración
Boutique Bradley	Área ejecutiva	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 la Boutique, responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de la mercadería e inventario.	administrador	Administración, supervisión de procesos de Almacenamiento, y el servicio en la venta de la mercadería	\$550

Mendieta, G (2022). Detalles generales del puesto de Administrador/a, Guayaquil.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Administrador/a

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnólogo en administración de empresas. ➤ Al menos un idioma fluido aparte del nativo, de preferencia inglés. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínima 1 1/2 año en el cargo de Gerente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Técnicas de vanguardia e innovación. ➤ Protocolo de servicio. ➤ Administración de empresas. ➤ Dominio de procesos contables, manejo de kardex. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad ➤ Respeto ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Análisis numérico. ➤ Atención al cliente. ➤ Creatividad. ➤ Comunicación ➤ Delegación. ➤ Desarrollo de subordinados. ➤ Tolerancia al estrés. ➤ Liderazgo. ➤ Iniciativa. ➤ Integridad. ➤ Meticulosidad. ➤ Planificación y organización. ➤ Sensibilidad interpersonal. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Tenacidad. ➤ Responsabilidad.

Mendieta, G (2022). Méritos aspectos a considerar, administrador/a. Guayaquil.

PUESTO DE VENDEDOR

Detalles generales del puesto de vendedor/a

Tabla 3. Detalles generales del puesto de vendedor/a

Empresa	Unidad administrativa	Misión del puesto	Denominación del puesto	Rol del puesto	Remuneración
Boutique Bradley	Área de servicio	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando nota de lo que el cliente desea, y recomendarlos si fuese necesario.	Vendedor	<p>Comunicación eficaz con el área de Producción.</p> <p>Atención al cliente, toma de pedido que el cliente requiera por si es algo que no está en exhibición, y guía del cliente durante su experiencia en la Boutique.</p>	\$450

Mendieta, G (2022). Detalles generales del puesto de vendedor/a, Guayaquil.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, vendedor.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínimo curso de atención al cliente o carreras afines a ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al menos 1 año de experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Protocolo de servicio. ➤ Atención al cliente. ➤ Toma de comandas. ➤ Saber hacer inventario. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Automotivación. ➤ Comunicación. ➤ Compromiso. ➤ Respeto. ➤ Puntualidad. ➤ Decisión. ➤ Capacidad de escucha. ➤ Solidaridad. ➤ Iniciativa. ➤ Integridad. ➤ Sociabilidad. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Tenacidad. ➤ Responsabilidad.

PUESTO DE CAJERO

Detalles generales del puesto de cajero

Tabla 5. Detalles generales del puesto de cajero/a

Empresa	Unidad administrativa	Misión del puesto	Denominación del puesto	Rol del puesto	Remuneración
Boutique Bradley	Área de servicio	Estará encargado de la cobranza en la caja, de actividades relacionadas a cobro de las compras de los clientes, así como también de guiar y delegar al vendedor en lo que el cliente desee y este en bodega.	Cajero/a	Atención al cliente, manejo de dinero, Cobranza, realización de factura.	\$450

Mendieta, G (2022). Detalles generales del puesto de cajero/a, Guayaquil.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 6. Méritos aspectos a considerar, cajero/a

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tecnólogo superior en administración o contabilidad. ➤ Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al menos 1 año de experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Protocolo de servicio. ➤ Atención al cliente. ➤ Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. ➤ Cobranza y manejo de dinero. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adaptabilidad. ➤ Análisis de problemas. ➤ Análisis numérico. ➤ Atención al cliente. ➤ Respeto ➤ Comunicación. ➤ Puntualidad ➤ Compromiso. ➤ Decisión. ➤ Tolerancia al estrés. ➤ Capacidad de escucha. ➤ Integridad. ➤ Solidaridad. ➤ Planificación y organización. ➤ Sociabilidad. ➤ Honestidad. ➤ Trabajo en equipo. ➤ Responsabilidad.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Boutique Bradley en la mente del consumidor poniendo énfasis en la relación con las necesidades de las personas que transcurren dicha calle principal con originalidad, calidad y un excelente servicio a través de la expansión de la imagen, productos y artículos de la boutique mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, conectando con los usuarios a nivel humano, atrayendo así clientes viables.

3.2 Investigación de mercado

Boutique Bradley consideró la investigación aplicada, y de campo para la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el estudio de productos o artículos que se venden más en el país. La diferenciación de las necesidades de las personas que transcurren por esta calle principal y como ésta es importante la satisfacción de los clientes. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre que les gusta más a las personas usar.

Por otro lado, 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 virtual, en un fin de semana se encuestó a 73 personas de forma aleatoria que transcurrieron, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.2.2 Plan de Muestreo

En el proyecto existe un personal concreto, ya que se realizó en la emergencia sanitaria por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de determinadas edades, las cuales viven y transitan día tras día por dicho sector.

En el cual, no se utilizó la fórmula ya que el micro mercado y la segmentación de la población del sector existen 65 familias, el cual se realiza el 100% de las mismas y que es a partir de 15 años en adelante.

3.3 Análisis de las encuestas

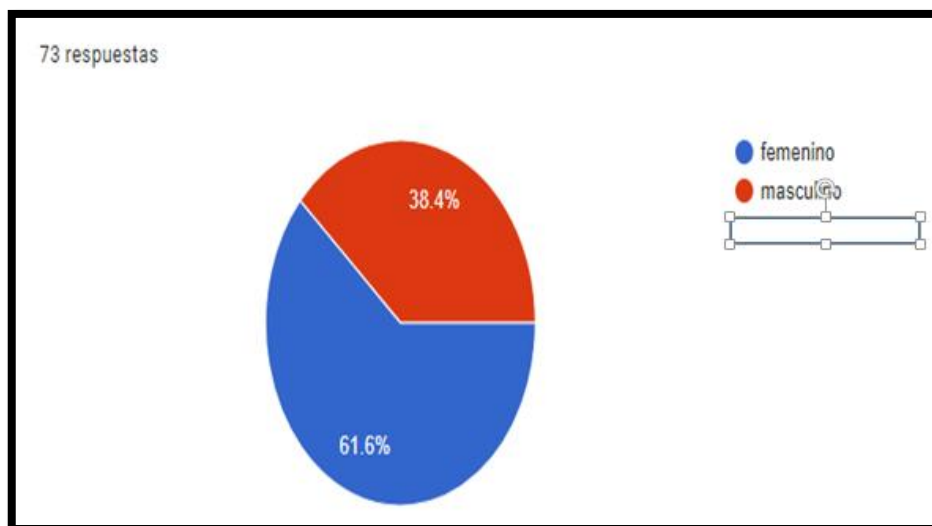
Pregunta 1.

Tabla 7. Pregunta 1

¿A qué género usted pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Femenino	45	61.6%
Masculino	28	38.4%
TOTAL	73	100%

Mendieta G. (2022). ¿A qué género pertenece?. Guayaquil.

Ilustración 5. Pregunta 1, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 61.6% son de género femenino, mientras que el 38.4% son de género masculino, por lo que las mujeres serían en su mayoría quienes compren los productos.

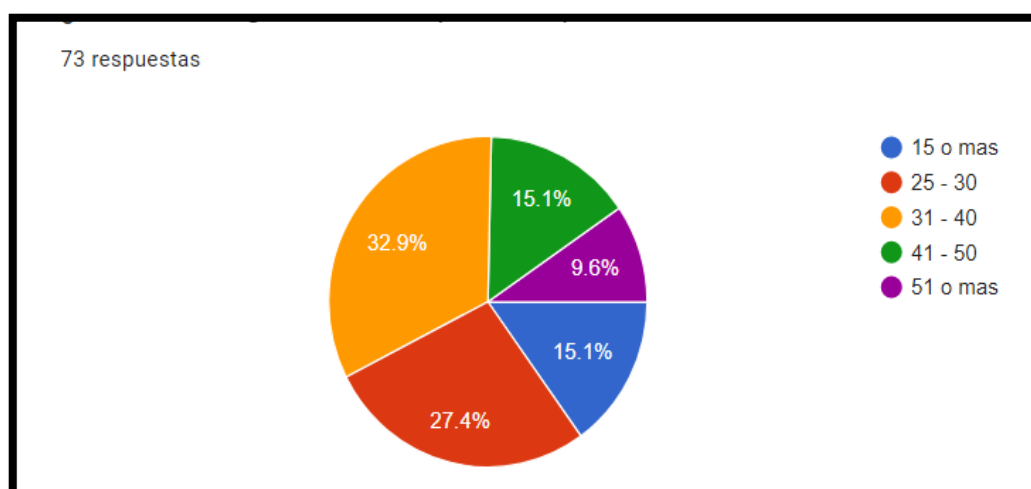
Pregunta 2.

Tabla 8 Pregunta 2.

¿Cuál es el rango de edad al que usted pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
15 o mas	11	15.1%
25 - 30	20	27.4%
31 - 40	24	32.9%
41 - 50	11	15.1%
51 o mas	7	9.6%
TOTAL	73	100%

Mendieta G. (2022). ¿Cuál es el rango de edad al que pertenece?. Guayaquil.

Ilustración 6. Pregunta 2, gráfico circular.



Mendieta G. (2022). pregunta 2. grafico ciclar Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 32.9% son personas de 31 y 40 años, pero un balance general da como resultado de que en su gran mayoría son personas entre 25 a 40 años, que ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro target va dirigido.

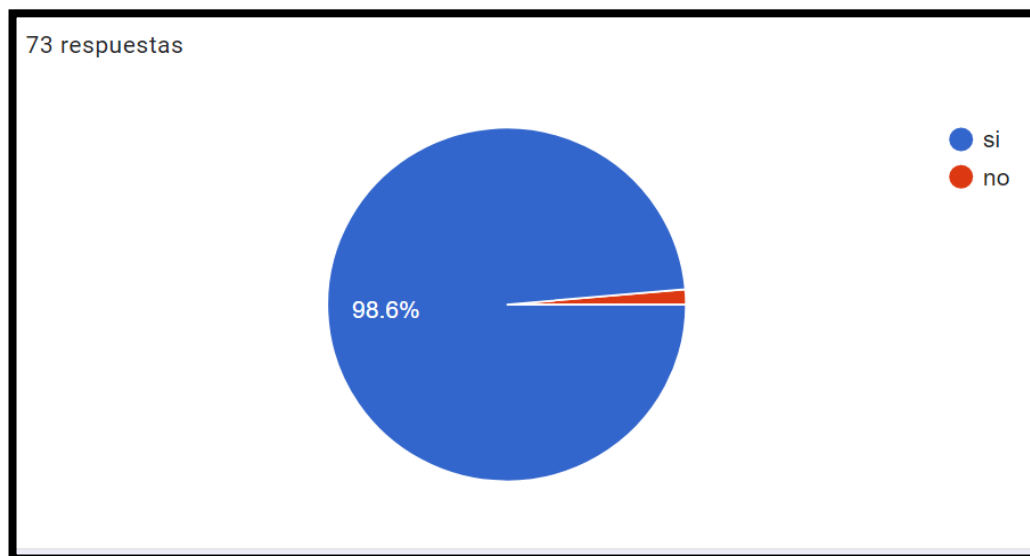
Pregunta 3.

Tabla 9. Pregunta 3

¿Cree usted que el barrio le hace falta una boutique?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	72	98,6%
No	1	1,4%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2022). ¿ Cree usted que el barrio le hace falta una boutique?. Guayaquil.

Ilustración 7. Pregunta 3, gráfico circular.



Mendieta, G. (2020). Pregunta 3, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 98,6% respondió que si es necesario una Boutique en este barrio para así las personas tengan un lugar único y diferente para adquirir los artículos de preferencia, el cual permitirá que la Boutique Bradley pueda atraer clientes potenciales.

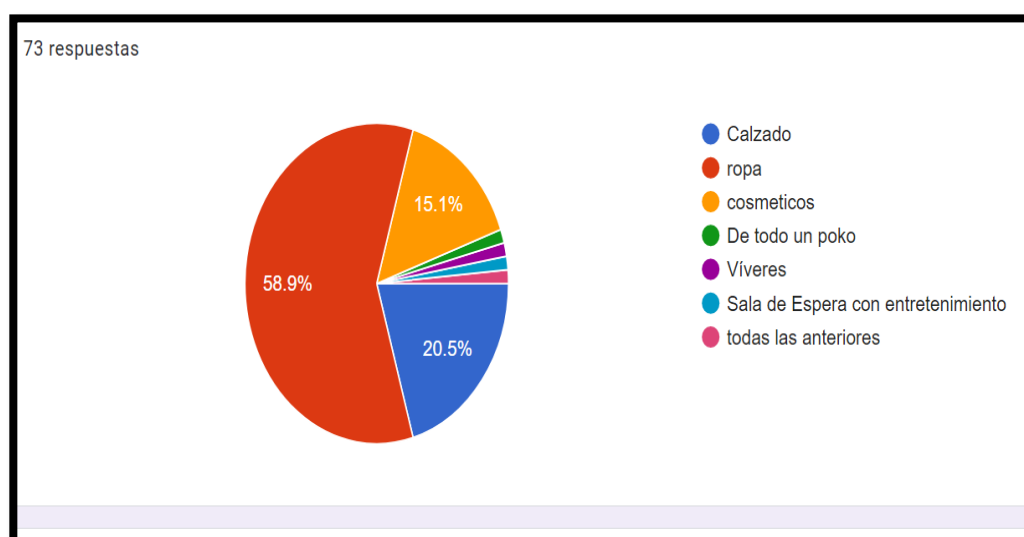
Pregunta 4.

Tabla 10. Pregunta 4

¿Qué le gustaría que tenga la boutique?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Ropa	43	58.9%
Calzado	15	20.15%
Viveres	1	1,4%
De todo un poco	1	1,4%
Cosméticos	11	15.1%
Sala de espera con entretenimiento	1	1,4%
Todas las anteriores	1	1,4%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2022). *¿Qué le gustaría que tenga la boutique? Guayaquil.*

Ilustración 8. Pregunta 4, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). *Pregunta 4, gráfico circular. Guayaquil.*

Análisis: Del 100%, el 58.9% respondió que les gustaría que la Boutique tuviera más calzados, indicando que en su gran mayoría pueden ser futuros clientes que también atraigan a más clientes para la Boutique, que sean amantes del calzado, ya que será la parte principal de venta, aparte de que son el 20,5% de encuestados prefieren ropa y el 15,1 cosmético, es ya algo a favor para la Boutique, porque está destinada a venta de calzado, ropa y cosméticos. Lo que provoca que muchas personas sean parte de la clientela de la empresa.

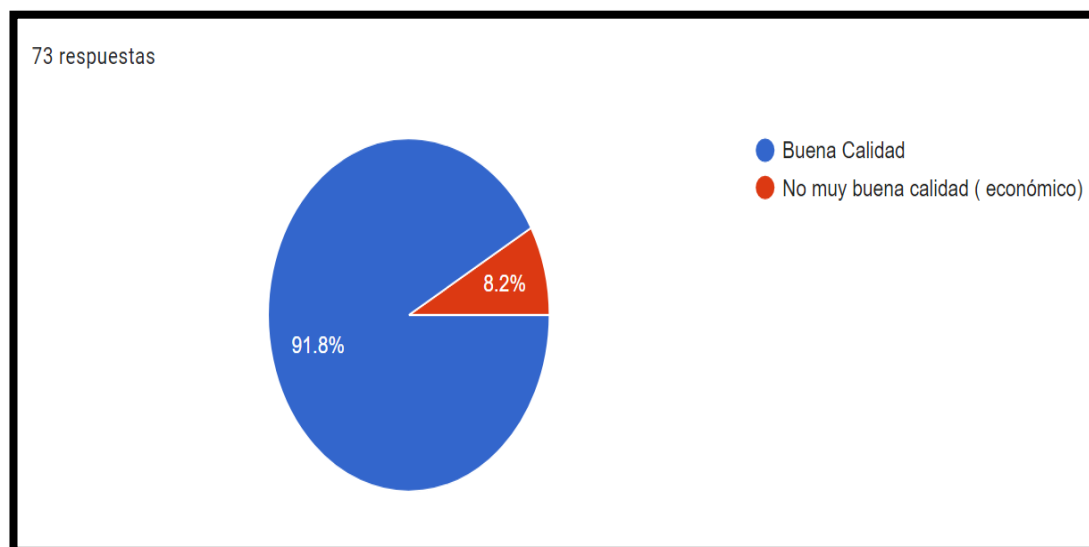
Pregunta 5.

Tabla 11. Pregunta 5

¿Prefiere usted comprar artículos de calidad o algo económico y no de muy buena calidad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Buena calidad	67	91,8%
No muy buena calidad	6	8,2%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2022). ¿ Prefiere usted comprar articulos de calidad o algo economico y no de muy buena calidad?. Guayaquil.

Ilustración 9. Pregunta 5, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 91,8% respondió positivamente a la venta de productos de mejor calidad el cual es un punto muy impórtate ya que la Boutique está ofreciendo todo de buena calidad, esto ayudará a concluir, que es de suma importancia que tenga la empresa la mejor calidad de cada uno de las mercaderías que estará Boutique Bradley ofreciendo al público, para atraer clientes confiables.

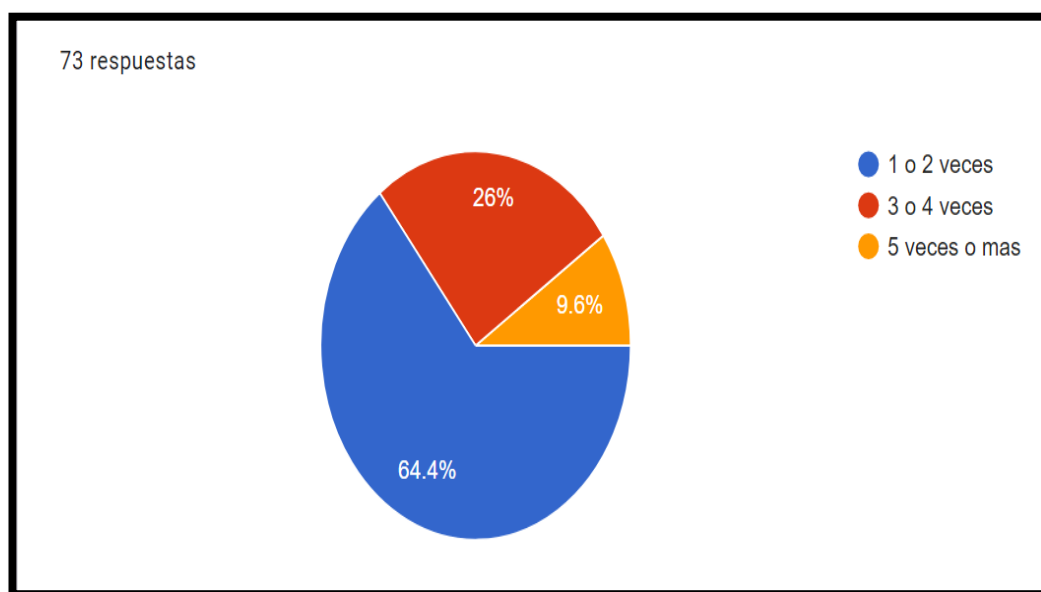
Pregunta 6.

Tabla 12. Pregunta 6

¿Con qué frecuencia usted estaría dispuesto comprar en Boutique por semana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 o 2 veces	47	64.4%
3 o 4 veces	19	26%
5 o más veces	7	9.6%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2022). ¿Con qué frecuencia usted estaría dispuesto comprar en Boutique por semana?. Guayaqui.

Ilustración10. Pregunta 6, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 64.4% de personas harían sus compras 1 o 2 veces semanalmente, pero cabe recalcar que las veces en los cuales se basó la encuesta no son tan elevados.

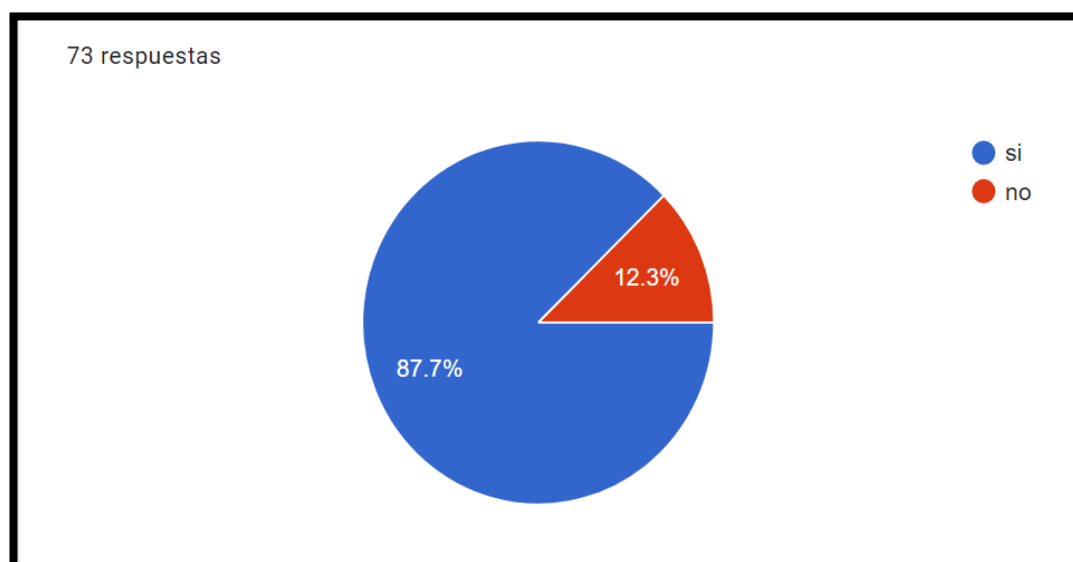
Pregunta 7.

Tabla 13. Pregunta 7

¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de artículos en las redes sociales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	64	87.7%
No	9	12.3%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G (2022). ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de artículos en las redes sociales? Guayaquil.

Ilustración 11 Pregunta 7, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 87.9% respondió positivamente hacia una influencia de las redes sociales en su elección de comprar en Boutique, esto ayuda a concluir que es de suma importancia la publicidad digital para atraer clientes potenciales.

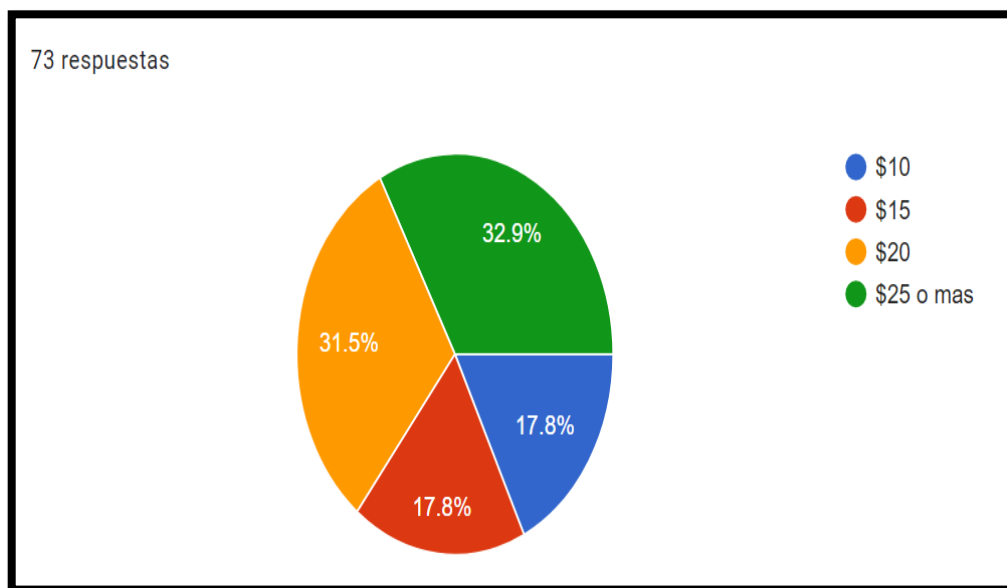
Pregunta 8.

Tabla 14. Pregunta 8

¿Cuánto dinero gasta en comprar artículos para su uso personal por semana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$10	13	17,8%
\$15	13	17,8%
\$20	23	31,5%
\$25 o mas	24	32,9%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2020). ¿Cuánto dinero gasta en comprar artículos para su uso personal por semana? Guayaquil.

Ilustración 12. Pregunta 8, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 64,5 son personas que gastan una cantidad considerable de dinero en compras en Boutique, pero cabe recalcar que los precios en los cuales se basó la encuesta no son tan elevados.

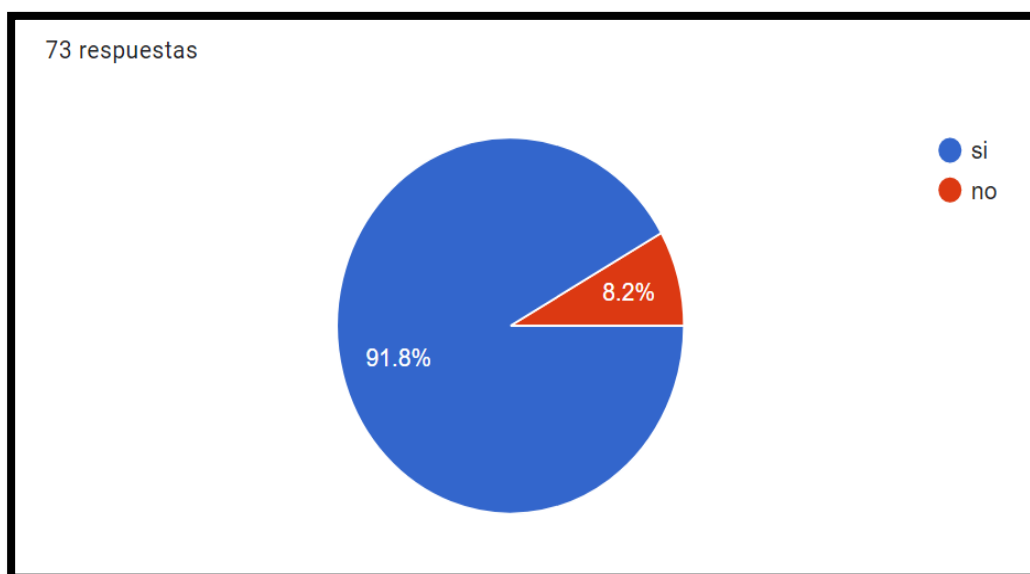
Pregunta 9.

Tabla 15. Pregunta 9

¿Le gustaría a usted hacer compras en línea y esta sea entrega a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	67	91.8%
No	6	8.2%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G. (2022). ¿Le gustaría a usted hacer compras en línea y esta sea entrega a domicilio? Guayaquil.

Ilustración 13. Pregunta 9, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 91.8% estarían de acuerdo en hacer compras en línea y estas sean entrega a domicilio esto da luz verde para que Boutique Bradley sea tendencia en marketing digital.

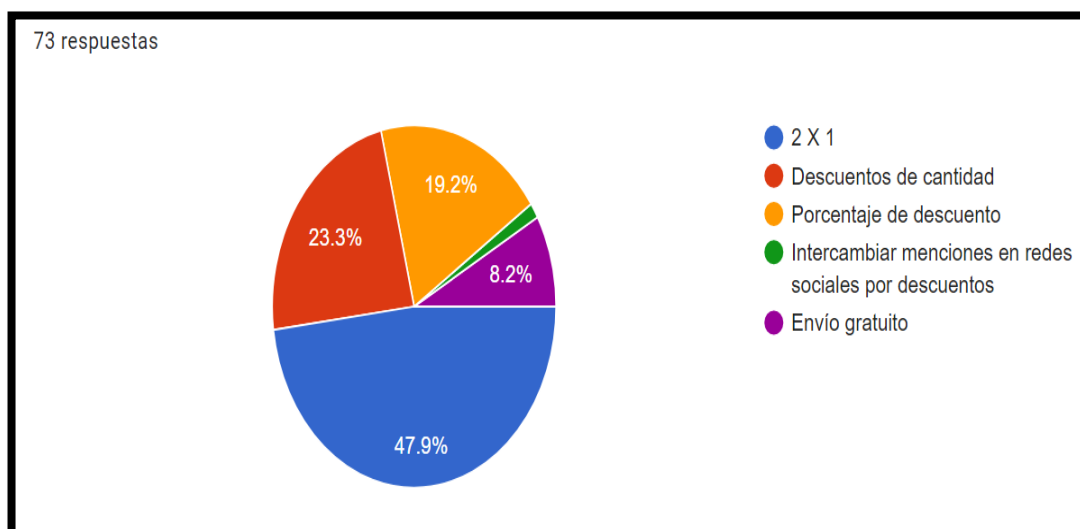
Pregunta 10.

Tabla 16. Pregunta 10

¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones, que promociones te gustaría?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
2 x 1	35	47,9%
Descuento de cantidad	17	23,3%
Porcentaje de descuento	14	19,2%
Intercambiar menciones en redes sociales por descuentos	1	1,4%
Envío gratuito	6	8,2%
TOTAL	73	100%

Mendieta, G (2022). ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones, que promociones te gustaría? Guayaquil.

Ilustración 14. Pregunta 10, gráfico circular.



Mendieta, G. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. Guayaquil.

Análisis: Del 100%, el 47.9% si están dispuestos a cambiar de establecimiento favorito, por otro que brinde unas mejores promociones, con este porcentaje, está claro que Boutique Bradley debe brindar promociones llamativas y que satisfagan a los clientes.

De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren un establecimiento donde se combine todo, desde precios accesibles hasta buenos descuentos, esto indica que la Boutique debe trabajar en un bienestar general para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

3.4 Análisis General.

Se concluye que el target al que va dirigido la empresa son personas de entre 25 a 40 años de edad, los cuales transcurren diariamente por dicha calle principal, este target en su gran mayoría son personas de sexo femenino, para ser exactos la mayoría de los encuestados compran hasta más de 3 veces por semana en una boutique, no obstante, las personas encuestadas supieron manifestar que también es necesario y no cuentan con una tienda como lo será Boutique Bradley, es importante porque se busca cumplir las necesidades de los clientes directos, atraerán también a clientes indirectos, como son amigos y familias de cada uno de los clientes.

El target al que la tienda va a ofrecer sus artículos, la mayoría está de acuerdo con que la boutique ofrezca calzado, ropa y cosméticos.

Una vez analizado las encuestas se concluyeron que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para Boutique Bradley manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de uso personal.

Se puede observar que las personas encuestadas gastan un valor considerable de dinero en el consumo de este tipo de artículos, así como también recalcan la importancia de las promociones que ofrezcan estos establecimientos que ayuden al ahorro y beneficio del cliente. Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, rapidez en el mismo,

calidad de los productos, son también puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma.

Lo más importante no fue analizar la acogida que pueda tener un local como es una Boutique dentro de este sector.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que Boutique Bradley es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

Esto permitirá que la Boutique Bradley avance con éxito y tenga una rentabilidad positiva para llegar a su meta como empresa.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

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

Ilustración 15. Esquema microentorno Boutique Bradley.

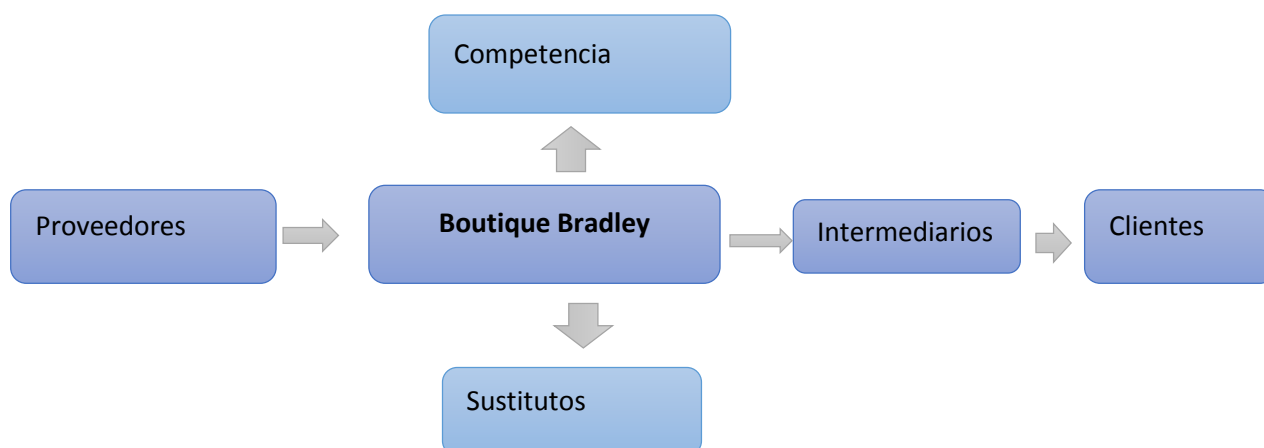
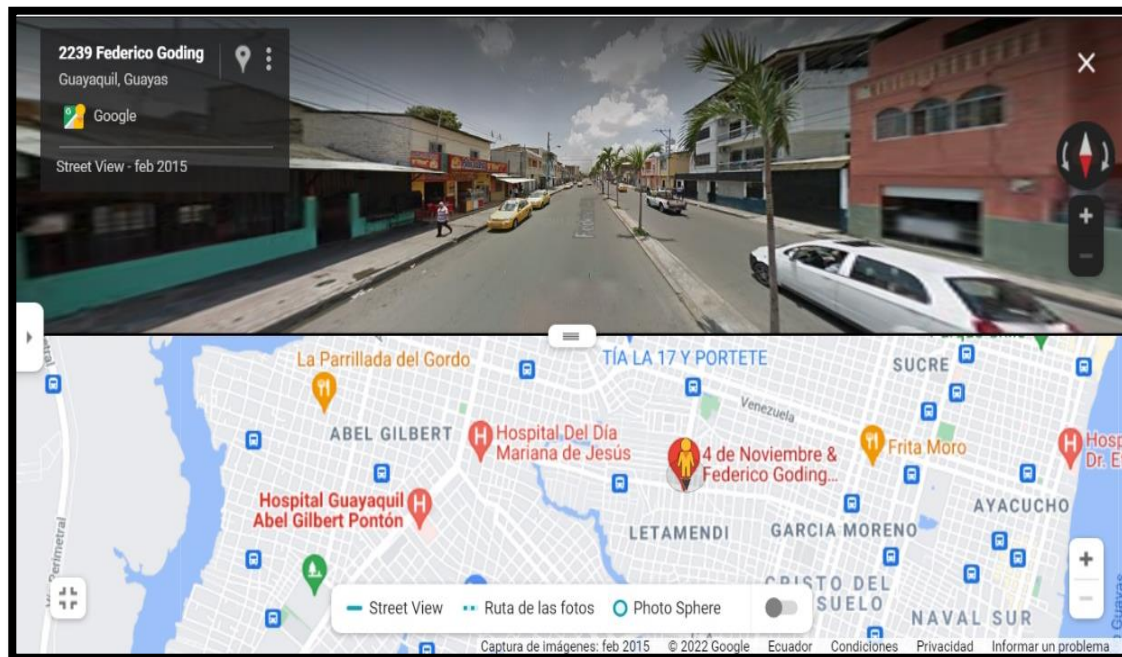


Ilustración 16. Ubicación



https://www.google.com/maps/place/Federico+Goding+%26+4+de+Noviembre,+Guayaquil+090304/@-2.2089759,-79.9120771,3a,90y,180h,90t/data=!3m9!1e1!3m7!1sE6mDnhN_VDcUyYPaifnJxg!2e0!7i13312!8i6656!9m2!1b1!2i50!4m5!3m4!1s0x902d6e226aa73a11:0x70053b2b36ec1fa5!8m2!3

- **Competencia directa.**

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

En la Avenida Federico Goding existe un bazar llamado “BAZAR LUPITA” a cuatro casas de donde estará Ubicado la Boutique C en el cual se pudo observar que venden ropa y sandalias para mujeres.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, ubicado en la Avenida calle 4 de noviembre. Este local hace las veces de sustituto al vender ropa y calzado, sin embargo, no se considera competencia al no ser su producto de calidad.

- **Proveedores.**

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

Tabla 17. Proveedores.

TABLA DE PROVEEDORES		
MERCADERÍA		
PROVEEDOR	FIABILIDAD Y BENEFICIOS	PRODUCTO
MERKASHOES	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Incorpora más de 1.000 modelos en stock y novedades diarias. 	Calzado de mujer, hombre y niños.
Marae Galiano	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Productos de calidad. • Alta capacidad para producir calzado de todo modelo. 	Sandalias, chanclas y zuecos.
Chinabrands	<ul style="list-style-type: none"> • Producto de calidad • Precios muy cómodos • Son examinados cuidadosamente antes del embalaje 	Ropa de mujer, hombre y niños
Ropa Hermosa Mujer	<ul style="list-style-type: none"> • Años en el mercado • Calidad de productos. • Entrega al establecimiento. • Facilidad de pago. • Responsables. • Canales de comunicación 	Ropa de mujer, hombre y niños.
MAC Cosmetics	<ul style="list-style-type: none"> • autoridad mundial en maquillaje profesional • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado. 	Cosméticos.
SEYTU	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Aprueba de agua • Entrega al establecimiento 	Cosméticos.

- **Intermediarios.**

Boutique Bradley comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

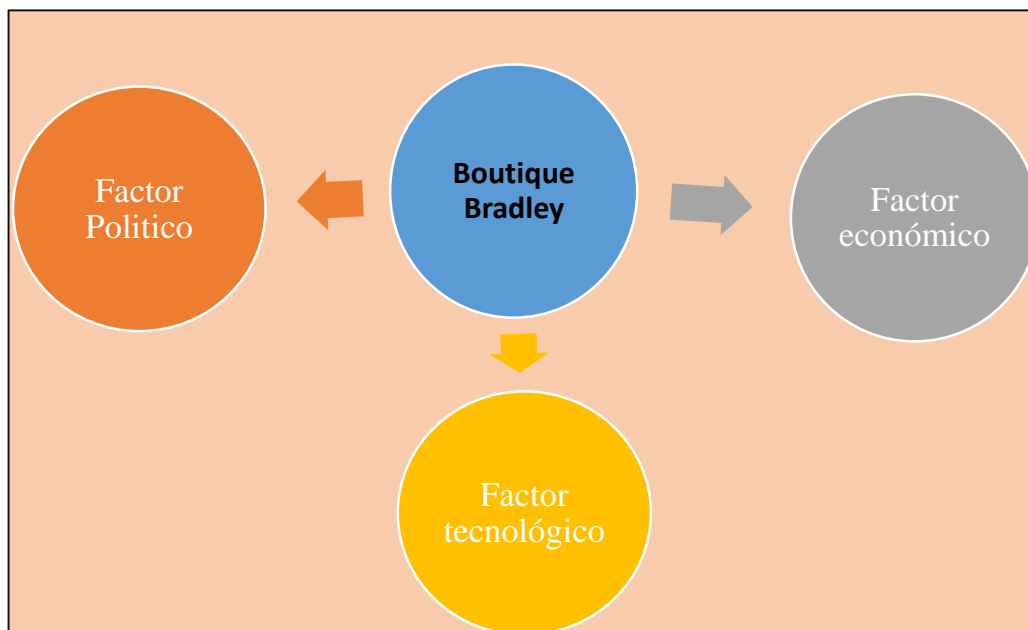
- **Clientes.**

Boutique Bradley es una empresa dirigida a personas de todo género que transcurren el sector cada día, con el fin de brindarles algo nuevo como es una Boutique una variedad de productos para su uso personal y cerca de sus hogares.

3.5.2 Macroentorno

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

Ilustración 17. Esquema macroentorno Boutique Bradley



Mendieta, G. (2022). *Esquema macroentorno Boutique Bradley*. Guayaquil.

- **Factor Político.**

Como bien saben que en el país, las tiendas de ropa o de más tienen que tener el permiso de funcionamiento al día, y están regulados por el Ministerio del Interior Ministerio de Gobierno.

También están sujetos al control del LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ) así mismo siguiendo los regalemos con el cumplimiento de IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social) para los trabajadores y cumplir con todas las reglas que debe tener una empresa, debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos han ido aumentando los consumidores de artículos para vestir por lo que los precios han bajado. Boutique Bradley realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para las tiendas de ropa, estando también a la posibilidad de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses o años. Y llegue a más usuarios y crezca la empresa favorablemente.

- **Factor Económico.**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un mal momento económico debido a la actual pandemia que flageló el mundo, provocó que el país esté en cuarentena en el año 2020, siendo el sector turístico el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas tuvieron que cerrar definitivamente, esto causo el despido masivo de un ciento de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Ahora en estos momentos el País se está levantando poco a poco en el cual ha llegado la subida de sueldo y así un factor fundamental para todos los ecuatorianos tener más ingresos para su buen vivir.

Es por aquello que Boutique Bradley está y 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 especuladora anual que presente el Ecuador, la actividad que desarrolla este negocio es la comercialización de prendas de vestir y complementos de moda.

- **Factor Tecnológico.**

En estos últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera increíble, en todos los países del mundo, muchos han sabido utilizar de una manera positiva, y este es el caso de Ecuador, y así aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de tiendas, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de ciertas empresas. La tecnología ha avanzado de manera primordial, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el producto de un establecimiento y hasta para la compra de la misma. Boutique Bradley trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica para agilizar la venta de los productos para los clientes.

3.6 Producto y servicio

Boutique Bradley es una Boutique enfocada en la Moda, se encamina especialmente en la venta de calzado, ropa y cosméticos de calidad, agregando innovación y con estrictos controles en los pedidos a los proveedores de los productos que estos lleguen en buen estado, seguridad y bioseguridad. Con respecto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades congénitas a la actividad de la Boutique que incluyen: servicio con un vendedor interno y un cajero para las cobranzas y facturaciones, Boutique Bradley también ofrece servicio de Drive (entrega a domicilio).

3.6.1 Producto Esencial.

En la actualidad los clientes de tiendas de ropa no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica del producto, sino que buscan un lugar diferente que tengan cerca de sus hogares, sentirse feliz y disfrutando su compra con cosas innovadoras, buscan un ambiente de temática llamativa. En Boutique Bradley, el producto esencial como es el calzado para mujeres, las personas tendrán la experiencia de poder adquirir productos innovadores con las mejores marcas en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde puede llegar con sus amigos y familiares.

3.6.2 Producto real.

Boutique Bradley maneja una gran variedad de productos de calzado de calidad e innovadores entre los cuales se pueden encontrar:

- Calzados de mujer, hombre y niños.
- Marcas como: Adidas, Nike, Reebok, Converse entre otros.

3.6.3 Características.

Boutique Bradley Tendrá zapatos adecuados que cuenta con una horma anatómica que lo convierte en un calzado cómodo y apto para recorrer cualquier distancia. No es duro, ni incómodo ni molesto, sino que favorece y respeta las curvas de los pies. La flexibilidad de la suela también caracteriza a un buen zapato.

3.6.4 Calidad.

Para la venta de los productos se tiene en cuenta los Manuales y la distribución del calzado y conjunto de procedimientos y normas destinados a garantizar la producción uniforme que satisfagan las normas de calidad. Adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Producto lástico y ligero.
- Revestimiento del producto es suave y confortable.
- El material de las suelas del producto es de plástico de EVA.
- Calzado de calidad, que dejan transpirar el pie
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de todos los productos.
- Análisis de puntos críticos de control.

3.6.5 Estilo.

Boutique Bradley maneja un estilo de moda, la tienda tendrá una temática de buen vestir, así como la variedad y la calidad del producto de calzado, la presentación será llamativa en base a una Boutique exclusiva, tendrá marcas de calzados como: Adidas, Nike, Reebok o Converse son solo algunas de las marcas que encontrarás en la tienda, mostrando con esto una manera diferente de ver una tienda con productos novedosos y cerca de sus hogares, por lo tanto, se atenderá de la mejor manera y profesionalismo.

3.7 Marca.

Boutique Bradley es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Boutique viene a hacer referencia con la moda, donde lo principal es la venta de calzado y ropa, y Bradley hace referencia al nombre de su hijo, quien inspiró para establecer esta tienda, como se había mencionado anteriormente, Boutique Bradley es una empresa que busca dar una temática diferente, Boutique Bradley hace énfasis en la relación de la moda con la originalidad. Con este nombre Boutique Bradley dará la bienvenida gustosamente a todas esas personas que son amantes del buen vestir y lucir radiante con hermosos outfits que estén listos a experimentar una nueva y novedosa aventura al comprar los productos de la Boutique.

3.7.1 Producto aumentado.

Lo que diferencia a Boutique Bradley de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan productos novedosos y de calidad, cercano a sus hogares ya que en este sector no existe ninguna boutique, además de tener la oportunidad de encontrar productos para todo género y hasta para los niños de sus hogares Boutique Bradley también brinda precios accesibles, con excelentes promociones y descuentos por temporadas, para que el dinero no sea impedimento para visitar y comprar en la Boutique.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área de Administración.

El administrador/a, el cajero/a y el vendedor/a usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Ilustración 18. Diseño uniforme administrador/a



Mendieta, G. (2022). Diseño uniforme administrador. Guayaquil.

Administrativo

- * camisa polo Blanca con logo de la empresa y el nombre de su cargo
- * Pantalón jean azul.

Ilustración 19. Diseño uniforme cajera.



Mendieta G. (2022). Diseño uniforme Cajera. Guayaquil.

Cajera.

- * camisa polo Blanca con logo de la empresa y el nombre de su cargo
- * Pantalón jean azul.

Ilustración 20. Diseño uniforme de vendedor.



Mendieta, G. (2022). Diseño uniforme, vendedor. Guayaquil.

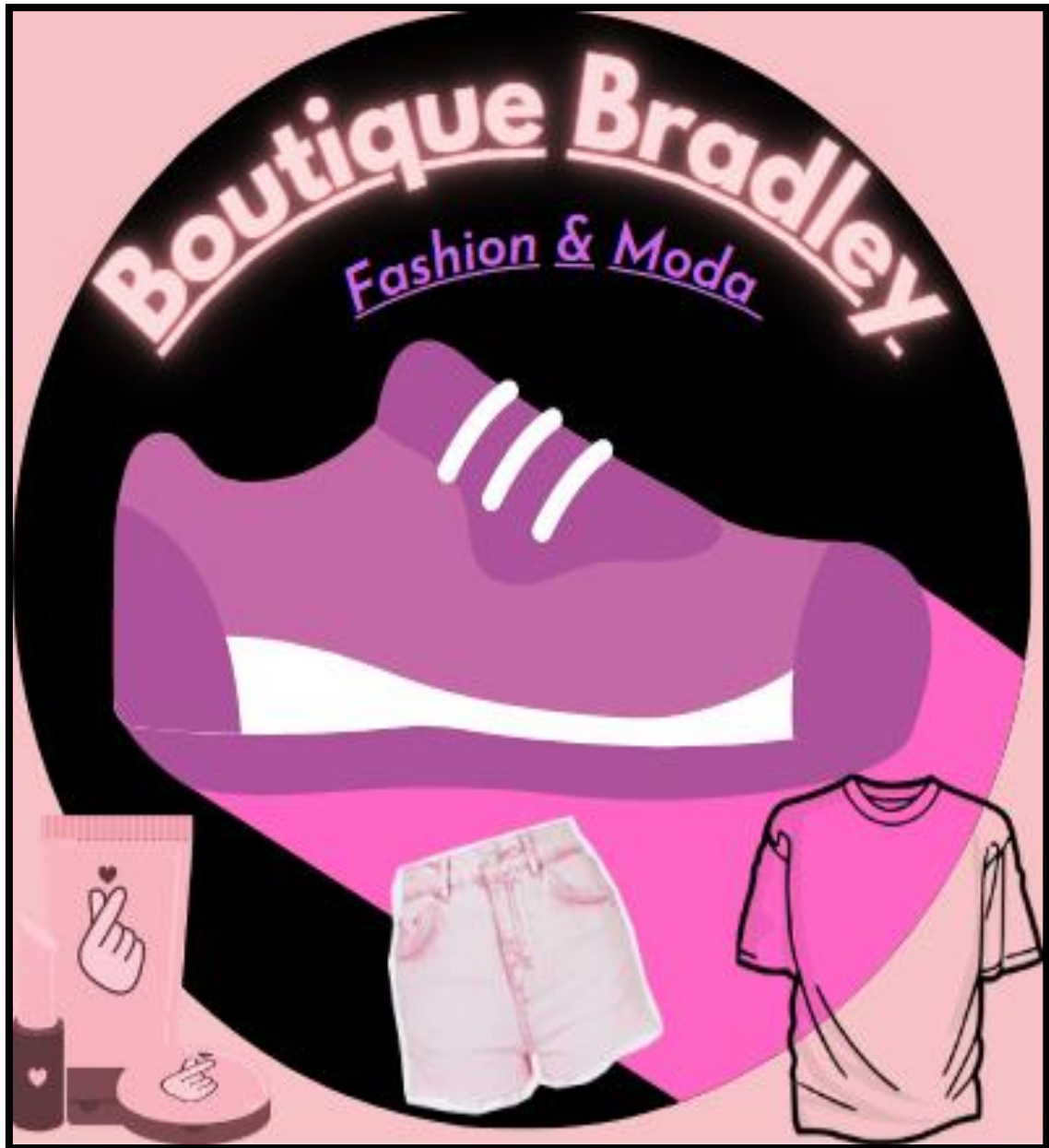
Vendedora

- * Camiseta polo Blanca con logo de la empresa y el nombre de su cargo
- * Pantalón jean azul.

3.8.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 21. Imagotipo Boutique Bradley.



Elementos a destacar:

- Las letras del nombre de La Boutique.
- El subtítulo en que se basa la Boutique sobre su venta.
- El logotipo del establecimiento “el producto ”
- El eslogan de la tienda “la variedad de productos”
- Los colores usados:
 - * Color negro de fondo.
 - * Color rosa, da una impresión de algo diferente y bonito en especial para las damas.
 - * Blanco y morado para resaltar el producto estrella.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre lo Fashions y la moda, donde destacan los zapatos.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 22. Anverso tarjeta de presentación



Mendieta, G (2022). Anverso tarjeta de presentación. Guayaquil.

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

Ilustración 23. Reverso tarjeta de presentación

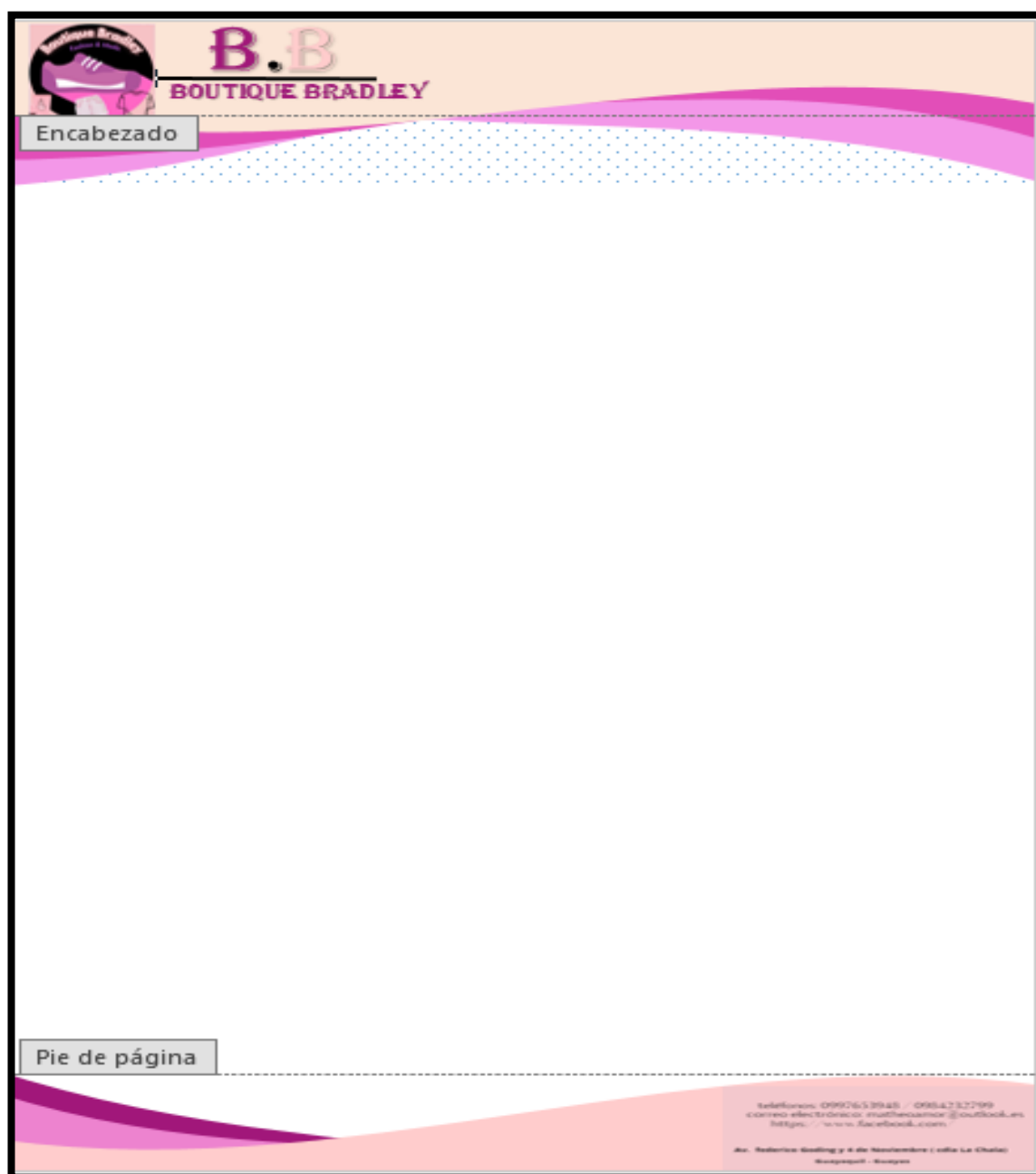


Mendieta G. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Guayaquil.

Hoja membretada.

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

Ilustración 24. Hoja membretada



Mendieta, G. (2022). Hoja membretada. Guayaquil.

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Boutique Bradley es su establecimiento ubicado en la ciudad de Guayaquil, en la calle Federico Goding y 4 de noviembre.

- **Promoción.**

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp y en las perchas.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento.
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 18. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	1000 unidades	\$45,00
Hojas membretadas	1000 unidades	\$80,00
Publicidad en redes sociales	4 veces por mes	\$240,00
Uniformes	3 unidades	\$4,00
Volantes	100 unidades	\$25,00
TOTAL		\$435,00
TOTAL, ANUAL		\$5,220.00

Mendieta, G. (2022). Financiamiento publicidad. Guayaquil.

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

Uno de los riesgos más importante que actualmente enfrenta, no solo Boutique Bradley, sino también muchas empresas del país, es la emergencia sanitaria a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, ahora en estos momentos ya no se encuentran abiertas muchas de ellas, porque con la pandemia han cerrado por falta de financiamiento o de poder solventar los negocios, pero en estos momentos ya la economía del país se está estabilizando y dan la gran oportunidad de tener menos competencia y poder abrir nuevos negocios.

Un riesgo que corre Boutique Bradley es que regrese una cuarentena y no permita tener la oportunidad de crecer como empresa por la emergencia sanitaria que aún pasa todo el país.

Y no solo a la Boutique Bradley sino también a muchas más empresas creadoras en estos momentos y esperando todo valla mejorando para que la economía del país crezca.

Otra oportunidad es la tecnología, que ayuda a: elegir los productos por medio de redes sociales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Boutique Bradley es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por producto estándar.

Los precios en los productos presentados en la percha a continuación han sido calculados para un solo PAX. Se toma en cuenta el costo de los productos que se compra al proveedor para la venta de la mercadería, y la referencia es el costo por cantidad del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la venta, por ejemplo:

- Imprevistos
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

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

A continuación, se presentan los costos de 3 productos principales:

- Calzados deportivos.
- Ropa.
- Cosméticos

➤ Calzado deportivo para hombre

Tabla 19. Calzado deportivo para hombre, precio estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Calzado deportivo para hombre		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022		Gerente: Gildrey Mendieta	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Zapato deportivo para hombre	39 - 43	\$25,00 (UNIDAD)	10	\$25,00
Caja de zapato y funda de papel	unidad	\$2,00	100	\$2,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$27,00
			10% imprevistos	\$2,70
			Total, neto	\$29,70
			Factor costo 15%	\$4,46
			G. Admin 12%	\$0,5352
			45% utilidad	\$0,2409
			Subtotal	34,9361
			12% IVA	\$4,1924
			10% servicio	\$0,41924
			Total	\$39,573

Mendieta, G. (2022). Calzado deportivo para Hombre, precio estándar de costos, Guayaquil

➤ Calzado deportivo para mujer

Tabla 20. Calzado deportivo para mujer, precio estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Calzado deportivo para hombre	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022	Gerente: Gildrey Mendieta		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Zapato deportivo para mujer	12	\$22,00	1	\$22,00
Caja de zapato y funda de papel	100	\$2,00	1	\$2,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$24,00
 			10% imprevistos	\$2,40
			Total, neto	\$26,40
			Factor costo 15%	\$3,96
			G. Admin. 12%	\$0,476
			45% utilidad	\$0,215
			Subtotal	\$31,051
			12% IVA	\$3,727
			10% servicio	\$0,3727
			Total	\$35,150

Mendieta, G. (2022). Calzado deportivo para mujer, precio estándar de costos, Guayaquil

➤ Calzado deportivo infantil


Tabla 21. Calzado deportivo infantil, precio estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Calzado deportivo infantil		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022		Gerente: Gildrey Mendieta	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Zapato deportivo infantil		\$18,00 (UNIDAD)	1	\$18,00
Caja de zapato y funda de papel	unidad	\$2,00	1	\$2,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$20,00
			10% imprevistos	\$2,00
			Total, neto	\$22,00
			Factor costo 15%	\$3,30
			G. Admin 12%	\$0,396
			45% utilidad	\$0,1782
			Subtotal	\$25,8742
			12% IVA	\$3,105
			10% servicio	\$0,3105
			Total	\$29,289

Mendieta, G. (2022). Calzado deportivo infantil, precio estándar de costos, Guayaquil

- Ropa para mujer



Tabla 22. Blusones para dama, precio estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Blusones para dama	Código: 004		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022	Gerente: Gildrey Mendieta		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Blusones para dama	S, M, G	\$12,50 (UNIDAD)	1	\$12,50
Funda de papel	UNIDAD	\$1,00	1	\$1,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$13,50
			10% imprevistos	\$1,35
			Total, neto	\$14,85
			Factor costo 15%	\$2,2275
			G. Admin 12%	\$0,2673
			45% utilidad	\$0,1203
			Subtotal	\$17,4651
			12% IVA	\$2,0958
			10% servicio	\$0,20958
			Total	\$19,770

Mendieta, G. (2022). *Blusones para dama, precio estándar de costos*, Guayaquil.

- Ropa para hombre



Tabla 23. Buzo para hombre, precio estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
ESTÁNDAR DE COSTOS				
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Buzo para hombre		Código: 005	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022		Gerente: Gildrey Mendieta	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Buzo para hombre	S, M, G	\$7,75 (UNIDAD)	1	\$7,75
funda de papel	UNIDAD	\$1.00	1	\$1,00
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$8,75
			10% imprevistos	\$0,875
			Total, neto	\$9,625
			Factor costo 15%	\$1,4438
			G. Admin 12%	\$0,1733
			45% utilidad	\$0,7799
			Subtotal	\$12,022
			12% IVA	\$1,4427
			10% servicio	\$0,14427
			Total	\$13,608

Mendieta, G. (2022). Buzo para hombre, precio estándar de costos, Guayaquil.

- Cosmético labial hidratante



Tabla 24. Labial hidratante, precio estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Labial Hidratante	Código: 006		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022	Gerente: Gildrey Mendieta		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Labial Hidratante	unidad	\$16,00 (unidad)	1	\$16,00
Funda mini	unidad	\$0,50	1	\$0,50
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$16,50
			10% imprevistos	\$1,65
			Total, neto	\$18,15
			Factor costo 15%	\$2,7225
			G. Admin 12%	\$0,3267
			25% utilidad	\$0,8168
			Subtotal	\$22,016
			12% IVA	\$2,6420
			10% servicio	\$0,26420
			Total	\$24,922

Mendieta, G. (2022).labial hidratante, precio estándar de costos, Guayaquil.

- **Cosmético loción refrescante**

Tabla 25. Loción refrescante, precio estándar de costos

		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL ARTÍCULO:	Cosmético loción refrescante	Código: 006		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	04/02/2022	Gerente: Gildrey Mendieta		
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Lociones	UNIDAD	\$22,00	1	\$22,00
Funda mini	UNIDAD	\$0,50	1	\$0,50
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$22,50
			10% imprevistos	\$2,25
			Total, neto	\$24,75
			Factor costo 15%	\$3,7125
			G. Admin 12%	\$0,4455
			25% utilidad	\$0,1114
			Subtotal	\$29,023
			12% IVA	\$3,4828
			10% servicio	\$0,34828
			Total	\$32,855

Mendieta, G. (2022). locion refrescante, precio estándar de costos, Guayaquil.

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 26. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$250	\$1.500,00	\$3.000,00

Mendieta, G (2020). Arriendo del local. Guayaquil.

- **Equipos de computación.**

Tabla 27 equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Hp 15-ef1001 Amd Athlon Silver 3050u 128gb Ssd 4gb	1	\$389,00	\$389,00
Hp Epson Impresora Multifunc Tinta Continú 315 415 515 L3110	1	\$199,49	\$199,49
TOTAL			\$588,49

Mendieta, G (2022). Equipos de computación. Guayaquil.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 28. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estantería metálica	1	\$155,00	\$155,00
Maniquí de mujer	4	\$38,00	\$152,00
Maniquí para hombre	4	\$29,00	\$116,00
Colgadores	5	\$10,50	\$52,50
Armadores	4 (docenas)	\$3,25	\$13,00
Espejos de pared	5	\$14,50	\$72,50
Caja registradora	1	\$53,00	\$53,00
Mostrador	1	\$199,00	\$199,00
Cajas de cartón	100	\$1,00	\$100,00
Lámparas colgantes	2	\$107,00	\$214,00
Alfombra musga	1	\$8,77	\$8,77
Sofás	2	\$129,00	\$258,00
Fundas de papel	100	\$1,00	\$100,00
Rotulo luminoso (open)	1	\$18,00	\$18,00
Rotulo principal	1	\$100,00	\$100,00
TOTAL			\$1.611,77

Mendieta. G. (2022). Muebles y enseres. Guayaquil.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 29. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor CO2 Recargable 10lb	1	\$45,25	\$45,25
Detector de humo	1	\$36,00	\$36,00
Cámara de seguridad (kit)	4	\$218,50	\$218,50
Rótulos de señalética 2x30 (baño, entrada salida, normas de bioseguridad)	4	\$2,50	\$10,00
TOTAL			\$309,75

Mendieta, G. (2022). Equipos industriales de seguridad. Guayaquil.

- **Suministros de oficina.**

Tabla. 30 suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$4,50	\$4,50
Grapadora	1	\$3,00	\$3,00
Grapas (caja)	1	\$1,50	\$1,50
Caja 3 resaltadores	1	\$1,60	\$1,60
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0,40	\$1,20
Perforadora	1	\$3,00	\$3,00
Libreta	2	\$0,50	\$1,00
Carpeta de cartón	10	\$0,20	\$2,00
Tijera	1	\$0,45	\$0,60
TOTAL			\$18,40
TOTAL, ANUAL			\$220,80

Mendieta, G. (2022). Suministros de oficina. Guayaquil.

- **Servicios Básicos**

Tabla 31. Servicios Básicos.

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$20,00
Luz	\$30,00
Teléfono	\$20,00
Internet	\$25,00
TOTAL	\$95,00
TOTAL, ANUAL	\$1.140,00

Mendieta, G. (2022). Servicios básicos. Guayaquil

- **Materiales de limpieza**

Tabla 32. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3,50	\$3,50
Trapeador	1	\$4,00	\$4,00
Cloro 1 Gal	1	\$4,50	\$4,50
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12,00	\$12,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1,75	\$1,75
Pala	1	\$2,50	\$2,50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5,99	\$5,00
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1,00	\$4,00
Toalla de papel	2	\$3,50	\$7,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9,50	\$9,50
TOTAL			\$53,75
TOTAL, ANUAL			\$645,00

Mendieta, G. (2022). Materiales de limpieza. Guayaquil

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del negocio la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (10 personas). En el área administrativa, se ha considerado el espacio que necesitará el gerente como el cajero para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. Se han agregado espacios suficientes para bodega con su respectivo espacio. Como se puede observar, y el espacio adecuado para la venta de las adquisiciones.

- **Estructura interna del establecimiento.**

Ilustración 25. Estructura del establecimiento.



4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

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

- ***Servicio de Rentas Internas / SRI***

En dicha entidad se obtiene el RUC, el valor que los contribuyentes deben pagar por el documento puede oscilar entre USD 13 y USD 25 000, dependiendo de la actividad del contribuyente, según el SRI. (Solo si es por primera vez)

Para obtener el RUC se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente como; (planilla de agua, luz o teléfono).
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

IMPUESTO AL VALOR AGEGADO (IVA)

- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.

¿Quién debe pagar?

- Todas las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes, deben pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- Adicionalmente, las personas y sociedades designadas como agentes de retención mediante la normativa tributaria vigente, realizarán una retención del IVA en los casos que amerite.

- Este impuesto se declara y paga de forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%. (sri.gob.ec, s.f.)

- ***Patente Municipal***

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son.

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página <https://www.guayaquil.gob.ec/>
- Original y copia de la cédula y certificado de votación actualizado.
- Original y copia legible del R.U.C.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos)

- ***Permiso de bomberos***

El permiso de funcionamiento, debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación: (bomberosguayaquil)

- Solicitud de inspección de local (descargar)
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).

- ***LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)***

Para obtener la LUAE se necesitan los siguientes requisitos y no tienen ningún costo (PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2020).

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC

- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación vigente
- Copia del nombramiento del representante legal

Dentro de este permiso se toman en cuenta algunos factores, como:

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
 - Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
 - Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
 - Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.
- ***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.

- 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

Elaborar un diagnóstico ambiental del área de influencia directa e indirecta que promueve la empresa de identificar, evaluar y valorar los impactos que podrían ocurrir como consecuencia de las actividades que realizara la empresa y así poner un plan de manejo para prevenir estos impactos.

Tenemos varios objetivos como empresa que son:

- ✓ Establecer el área de influencia ambiental del proyecto.
- ✓ Elaborar el diagnóstico ambiental y social multidisciplinaria del área directa e indirecta.
- ✓ Analizar el marco legal ambiental aplicable.

5.2 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar la Boutique.

- **Contaminación que ocasiona la basura:** los residuos que los clientes generan al momento que ingresen o salgan del local, tales como: fundas, papeles como (facturas, nota de venta), entre otros.
- **Contaminación al momento de limpiar la Boutique:** cuando se realiza la limpieza de pisos, anaqueles, perchas, maniquís y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocará contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** el aire acondicionado y todas las luces que tendrá la Boutique consumen mucha energía.
- **Consumo de agua:** al momento de realizar la limpieza del establecimiento si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

Medidas para equilibrar los impactos generados por la Boutique.

- Para la basura generada en el local se colocarán tachos de basura en sitios estratégicos que estén visibles para los clientes.
- Comprobar que la tubería que desemboca en el alcantarillado este en buen estado.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente.
- Mantener el aire acondicionado y máquinas de computación conectadas a un adaptador de consumo de energía.

5.3 Impacto social

Igualdad de género

Boutique Bradley brindará una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

Generar empleo

La Boutique generará empleos a personas del sector que sean con experiencia o sin experiencia para darles la oportunidad que experimenten esta nueva etapa como colaboradores de la

Empresa.

Atracción de empleados

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

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la Boutique Bradley, donde se encuentra los puntos económicos y a su vez se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para que la empresa tenga buena rentabilidad.

6.2. Inversiones

Una inversión en términos generales, es de utilizar recursos para determinar la capital con la meta o el objetivo de generar beneficios y ganancias de compra, teniendo una amplia libertad financiera, ya que para contar con una inversión necesitamos recursos financieros.

6.3 Activos Fijos

Consta de equipos de computación, muebles – enseres y equipos industriales de seguridad sumando como total de activos fijos **\$2.510,01**

Tabla 33. Activos Fijos.

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Equipos Ind./ seguridad	309,75
Equipos de Computación	588,49
Muebles - enseres	1.611,77
TOTAL, DE ACTIVOS FIJOS	2.510,01

Mendieta, G. (2022). Activos fijos. Guayaquil

Tabla 34. Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$228,00

Mendieta, G. (2022). Activos diferidos. Guayaquil

6.5. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año, el capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día cotidiano, y lo que conlleva que tenga el dinero suficiente, como para: sueldos, servicios básicos, arrendamiento etc.

En lo que corresponde a la empresa, en el periodo de 1 año el monto a pagar un total en sueldos con \$20.594,80, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$1.140,00, material de oficina (papelería, lápiz, hojas esferas etc.) con \$220,80, material de limpieza (trapeador, desinfectante, cloro etc.) \$645,00 el alquiler de local por \$3.000,00, publicidad con \$5.220,00 - costo de adquisición de mercadería de \$5.000,00 gastos financieros \$3.220,00 dándonos un total de **\$41.778,61**.

6.4. Activos diferidos

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de **\$228,00** en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, patente del municipio, copias, etc.

Tabla 35. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	5148,7	20.594,80
Servicios Básicos	285,00	1.140,00
Material oficina	55,20	220,80
Material limpieza	161,25	645,00
Alquiler de local	750,00	3.000,00
Publicidad	1.305,00	5.220,00
Adquisición de mercadería	1.250,00	5.000,00
Gastos financieros	805,00	3.220,00
TOTAL INVERSION	12498,16	41778,61

Tabla 36. Total de inversión.

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	2.510,01
ACTIVO DIFERIDO	228,00
CAPITAL DE TRABAJO	39.040,60
TOTAL DE INVERSIÓN	41.778,61

Mendieta, G. (2022). Total de inversion. Guayaquil

Inversión total teniendo los gastos con los que cuenta activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo para 1 año es de **\$41.778,61**

6.6 Sueldos.

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

Tabla 37. Sueldos.

SUELDOS

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
gerente propietario	550,00	6.600,00	6.23,70	801,90	6778,20
cajero	450,00	5.400,00	510,30	656,10	5545,80
vendedor	450,00	5.400,00	510,30	656,10	5545,80
TOTAL	1.450,00	17.400,00	1644,30	2.114,10	17.869,80

Mendieta, G. (2022). sueldos. Guayaquil

Tabla 38. Decimos.

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente propietario	550,00	425,00	550,00	975,00
Cajero	450,00	425,00	450,00	875,00
Vendedor	450,00	425,00	450,00	875,00
TOTAL	1.450,00	1275	1.450,00	2.725,00

Mendieta, G. (2022). decimos. Guayaquil

Tabla 39. total de Decimos.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
1.7869,80	2.725,00	20.594,80

Mendieta, G. (2022). Total de decimos. Guayaquil

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de **\$20.594,80** anual.

6.7. Depreciación activos fijos.

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual. (DERECHO ECUADOR.COM, s.f.)

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes:

equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de **\$388,30**.

Tabla 40. Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind. de seguridad	309,75	10%	30,975
Equipos de Computación	588,49	33,33%	196,143717
Muebles y Enseres	1611,77	10%	161,177
TOTAL, DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			388,30

Mendieta, G. (2022). Depreciación de activos fijos. Guayaquil

6.8. 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 \$45,6 ya que el monto por constitución equivale a \$228,00.

Tabla 41. Amortización.

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	228,00	20%	45,60

Mendieta, G. (2022). Amortización.. Guayaquil

6.9. Estructura capital

La estructura de capital se define como la combinación específica de deuda y patrimonio propio que una empresa utiliza para financiar sus operaciones. (abor, 2008)

La estructuración de capital de la empresa se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$18.778,61, que equivale a una estructura del 45%; costo 13% con una tasa de descuento de 5,8 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$23.000,00 con una estructura del 55% , el costo es del 14 % que otorga el 7,7% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$41.778,61, 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 13,6% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 42. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	18.778,61	45%	13%	5,8%	
Capital Financiero	23.000,00	55%	14%	7,7%	
TOTAL INVERSIÓN	41.778,61	100%		13,6%	TMAR

Mendieta, G. (2022). Estructura de capital. Guayaquil

6.10. Tabla de amortización

Tabla 43. Tabla de amortización.

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

MONTO	23.000,00
TASA	14%
PLAZO	5

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	23.000,00
1	6699,52	3.220,00	3.479,52	19.520,48
2	6699,52	2.732,87	3.966,65	15.553,82
3	6699,52	2.177,54	4.521,99	11.031,84
4	6699,52	1.544,46	5.155,06	5.876,77
5	6699,52	822,75	5.876,77	0,00

10.497,61

2912,84

INTERES ANUAL		3.220,00
INTERES SEMESTRAL		1610,00

Mendieta, G. (2022). Tabla de amortización. Guayaquil

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$23.000,000, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de \$822,75 y a su vez el pago capital de \$5.879,77 de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.11. Punto de equilibrio

En términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida. (centro de diseño industrial , s.f.)

El valor se calculó con los valores de Adquisición de mercadería, arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de **\$2.477,89.**

Tabla 44. Costos fijos.

COSTOS FIJOS	
Adquisición de mercadería	416,66
Arriendo	250,00
Sueldos	1.716,23
Ser. Básicos	95,00
	2.477,89

Mendieta, G. (2022). Costos fijos. Guayaquil

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía considerando los costos fijos. Para la Boutique se tomó en cuenta los valores del servicio de la Boutique, que sería el servicio principal de la tienda. Entonces el valor del calzado es de \$25,00, que se comprara a los proveedores, y el valor del costo sería \$39,57 por lo que el margen de contribución será de \$14,57 (Ver tabla 45).

Tabla 45.precio estándar.

PRECIO ESTANDAR		
Precio	39,57	MARGEN DE CONTRIBUCION
Costo	25,00	
Ganancia	14,57	

Mendieta, G. (2022). Precio estándar. Guayaquil

Tabla 46 punto de equilibrio.

**PE = COSTO FIJO / MARGEN DE
CONTRIBUCION**

PE= 170

170 PVP

5,7 diario

VENTA	170	39,57	6.729,60
COSTO	170	25,00	4.251,70
GASTO			2.477,89
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Mendieta, G. (2022). punto de equilibrio... Guayaquil

La proyección de ventas está directamente relacionada con el éxito o el fracaso del plan de compras. La proyección de ventas es un cálculo estimado de cuánto venderá la empresa (ventas físicas o monetarias) en un determinado tiempo en el futuro. (ESEANBUSUNESS)

Las ventas proyectadas, se las obtiene de costos y ventas mensuales que es 170 pares de zapatos, para que no tenga pérdidas la empresa, pero es necesario alcanzar las ventas por lo menos el doble o más de lo estipulado, por eso la empresa venderá 350 pares de zapatos al mes, de lo específico para tener ganancias y no solo pagos.

Tabla 47 ventas proyectadas.

VENTAS PROYECTADAS			
350	13.849,50	166.194.00	Ventas
350	8.750,00	105.000.00	Costo

Mendieta, G. (2022). ventas proyectadas Guayaquil

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

6.12 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. Tomando en cuenta que la tasa de crecimiento del país es de un 1.03 % cada año.

Tabla 48. Estado de resultados

FLUJO DE VENTAS

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		166.194,00	171.196,44	176.349,45	181.657,57	187.125,46
COSTO DE VENTAS		105.000,00	108.160,50	111.416,13	114.769,76	118.224,33
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		61.194,00	63.035,94	649.33,32	66.887,81	68.901,14
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20.594,80	21.214,70	21.853,27	22.511,05	23.188,63
SERVICIOS BASICOS		1.140,00	1.174,31	1.209,66	1.246,07	1.283,58
MATERIAL OFIC.		220,80	227,45	234,29	241,34	248,61
MATERIAL LIMPIEA		645,00	664,41	684,41	705,01	726,24
ALQUILER		3.000,00	3.090,30	3.183,32	3.279,14	3.377,84
PUBLICIDAD		5.220,00	5.377,12	5.538,97	5.705,70	5.877,44
DEPRECIACIONES		388,30	388,30	388,30	388,30	388,30
AMORTIZACIONES		45,60	45,60	45,60	45,60	45,60
UTILIDAD OPERATIVA		29.939,50	30.853,74	31.795,50	32.765,61	33.764,91
GASTOS FINANCIEROS		3.220,00	2.732,87	2.177,54	1.544,46	822,75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		26.719,50	28.120,88	29.617,97	31.221,15	32.942,16
BASE IMPOSITIVA		9.685,82	10.193,82	10.736,51	11.317,67	11.941,53
UTILIDAD NETA		17.033,68	17.927,06	18.881,45	19.903,48	21.000,63

Mendieta, G. (2022). Flujo de ventas Guayaquil

Las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$17.033,68 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$21.000,63.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja es un informe financiero para ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa durante un tiempo definido, es decir, ayuda a conocer la liquidez de tu negocio, 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 (Esparza, s.f.) Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$13.988,06, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$15.557,75 ya que en este año se recupera el capital de trabajo

Tabla 49. Flujo de cajas.

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		29.939,50	30.853,74	31.795,50	32.765,61	33.764,91
DEPRECIACION		388,30	388,30	388,30	388,30	388,30
AMORTIZACION		45,60	45,60	45,60	45,60	45,60
- BASE IMPOSITIVA		9.685,82	10.193,82	10.736,51	11.317,67	11.941,53
- GASTOS FINANCIEROS		3220,00	2.732,87	2.177,54	1.544,46	822,75
- PAGO CAPITAL		3.479,52	3.966,65	4.521,99	5.155,06	5.876,77
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-41.778,61	13.988,06	14.394,30	14.793,36	15.182,31	15.557,75

Mendieta, G. (2022). Flujo de cajas Guayaquil

6.14. Calculo 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:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

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

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. 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 \$10.010,02.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 22,13% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,55% con el TMAR.

Tabla 50. Cálculo del TIR y del VAN.

CALCULO DEL TIR Y EL VAN

VAN	10.010,02
TIR	22,13%
TMAR	13,55%

Mendieta, G. (2022). Calculo del TIR y del VAN. Guayaquil

CAPÍTULO 7

7.1 Conclusiones.

Luego de haber desarrollado el siguiente proyecto se puede concluir lo siguiente:

- El proyecto busca satisfacer las necesidades de los clientes al momento de visitar la tienda dándoles una gran seguridad, confianza, al momento de su compra, teniendo clara la meta a dónde quiere llegar la empresa brindando un mejor servicio y mejores artículos.
- La investigación de mercados permite conocer las necesidades de los futuros clientes de la tienda y saber si está ubicado en un lugar confiable para obtener ganancias y ventas favorables para la empresa.
- La empresa desea estar al tanto analizar su alrededor las competencias directas como indirectas y saber lo que merecen dar a los clientes como es calidad y buen servicio. Teniendo los mejores proveedores que brinden un producto de calidad y de un único estilo.
- Tendrán los precios estándar de cada artículo para tener una buena ganancia. Teniendo en cuenta los imprevistos, factores de costos, utilidades, gastos administrativos y servicios.
- La Boutique será constituida de una manera responsable, acogiéndose a todos los parámetros legales pertinentes y así cumplir con el régimen legal del país.
- La empresa tendrá en cuenta el impacto ambiental por lo que estará pendiente de no contaminar como es el agua el aire y todo medio ambiente, con los cuidados respectivos, previniendo la acumulación de basura dentro y fuera de la tienda, y evitando la aglomeración de bodega.
- De acuerdo al estudio financiero se obtuvo una técnica favorable y viable para que la empresa tenga una buena rentabilidad económica y perduren las ventas al máximo.

7.2 Recomendaciones.

En base a las conclusiones se tiene las siguientes recomendaciones:

- Utilizar al máximo la capacidad que tiene cada personal de la empresa para obtener los mejores resultados después de los 3 meses.

- Realizar una segmentación de mercado y encuestar semestralmente a los habitantes del sector para saber las debilidades de la empresa y que se puede mejorar, perteneciendo al mismo lugar, así los usuarios asistan con seguridad al mismo sitio y tener una estabilidad de mercado.

- Estar al pendiente de la competencia interna y externa del sector para saber que deben tener en cuenta y les hace falta para ser únicos y creativos para una empresa de éxito.

- Mantener una publicidad llamativa con la finalidad de lograr posicionamiento en el mercado, utilizando el medio de comunicación de mejor acogida.

- Buscar y estudiar nuevas alternativas para tratar de reducir el costo de la inversión total de la empresa con el fin de reducir el endeudamiento.

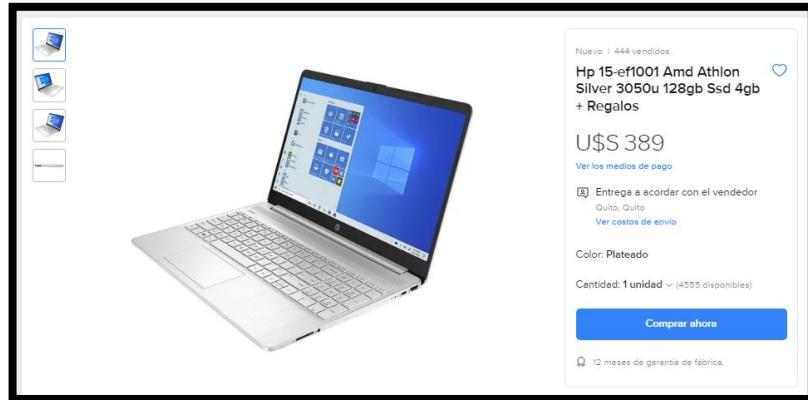
7.3 Bibliografía.

- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital>.
- *gob.ec*. (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- GUAYAQUIL, M. D. (2022). *REGISTRO DE PATENTE*. Obtenido de <http://alcaldiadeguayaquil.blogspot.com/p/guia-de-tramites.html>
- *M.A.C.* (s.f.). Obtenido de <https://www.maccosmetics.ec/>
- PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. (21 de 12 de 2020). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- *psicok*. (2022). Obtenido de <https://www.psicok.es/psicok-blog/2018/8/12/piramide-maslow>
- Software DELSOL. (s.f.). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelsol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>
- SRI. (2022). *IMPUESTO A LA RENTA*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>
- SRI. (2022). *IMPUESTO AL VALOR AGREGADO - IVA*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- SRI. (2022). *REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE RUC*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/>

7.4 Anexos

Anexos N° 1|

- * Proforma de precios de equipos de computación.



Product listing for an HP laptop. The image shows a silver HP laptop with a blue Windows desktop background. To the right of the image, the product name is "Hp 15-ef1001 Amd Athlon Silver 3050u 128gb Ssd 4gb + Regalos". The price is listed as "U\$S 389". Below the price, there are links for "Ver los medios de pago", "Entrega a acordar con el vendedor", "Quito, Quito", and "Ver costos de envío". The color is "Plateado" and the quantity is "1 unidad" (4555 disponibles). A blue "Comprar ahora" button is present, along with a note about "12 meses de garantía de fábrica".

Nuevo | 444 vendidos

Hp 15-ef1001 Amd Athlon Silver 3050u 128gb Ssd 4gb + Regalos

U\$S 389

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Quito

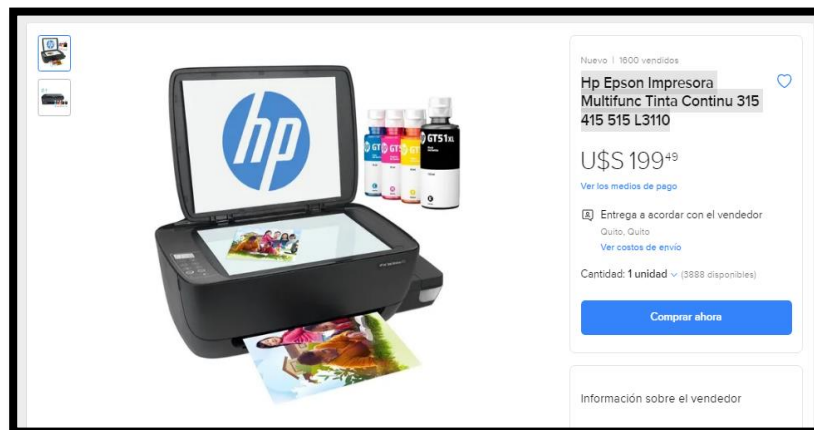
[Ver costos de envío](#)

Color: Plateado

Cantidad: 1 unidad (4555 disponibles)

[Comprar ahora](#)

12 meses de garantía de fábrica.



Product listing for an HP Epson multifunction printer. The image shows a black HP printer with a large HP logo on the top cover and a printed photo of a landscape. To the right of the image, the product name is "Hp Epson Impresora Multifunc Tinta Continú 315 415 515 L3110". The price is listed as "U\$S 199⁴⁹". Below the price, there are links for "Ver los medios de pago", "Entrega a acordar con el vendedor", "Quito, Quito", and "Ver costos de envío". The quantity is "1 unidad" (3888 disponibles). A blue "Comprar ahora" button is present, along with a link for "Información sobre el vendedor".

Nuevo | 1900 vendidos

Hp Epson Impresora Multifunc Tinta Continú 315 415 515 L3110

U\$S 199⁴⁹

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (3888 disponibles)

[Comprar ahora](#)

[Información sobre el vendedor](#)

Anexos N°2

* Proforma de precios de Muebles y Enseres.



Gondola Y Estanteria
(somos Fabricantes)

U\$S 155



U\$S 38

Brk Maniqués Medio Cuerpo
Barak \$38



U\$S 29

Brk Maniqués Económicos Con
Pedestal Barak



Lámparas Colgantes
Negras De Cuatro Y Más...

U\$S 107



Caja Registradora Caja De Dinero
Cajon Gaveta Zkteco 508

U\$S 53



Armadores De Alambre Colgantes
Ropa X 12 Unidades

U\$S 3²⁵



Ropero De Metal Móvil Doble Tubo
Colgador De Ropa

U\$S 10⁵⁰



Espejo De Pared 83cm X 42cm
Marco Rectangular

U\$S 14⁵⁰



Mostradores Vitrinas
Exhibidores Modulos...

U\$S 199

Fundas de Papel

Varios tamaños, bond 120 gramos



Fundas Bolsas Blancas De
Papel Bond

U\$S 1



Rotulo Luminoso Open



U\$S 18



Alfombra Tipo Musgo Pvc Calidad
Premium Envío A Todo Ecuador

U\$S 8⁷⁷



Cajas De Cartón Para
Emprendimiento,...

U\$S 1



Letreros 3d, Letras
Corpóreas, Rótulos 3d...

U\$S 100

Quito Pichincha (
Quito)




Sofá Cama De Plaza Y
Media De Lino, Color Azu...

U\$S 129

Anexos N°3

* Proformas de precios de equipos industriales.



Nuevo | 17 vendidos

Extintor Co2 Recargable 10libras

U\$S 45²⁶

[Ver los medios de pago](#)


Entrega a acordar con el vendedor
Cumbaya, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (83 disponibles)

Comprar ahora

1 años de garantía de fábrica.



Nuevo | 5 vendidos

Detector De Humo Bosch Sensor Sistema De Incendio Alarma

U\$S 36

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Ilaquito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (290 disponibles)

Comprar ahora



PLANETA LED
Quito - Ambato - Cuenca

Kit 4 Cámaras Seguridad
Wifi Vigilancia Inalámbric...

U\$S 218⁵⁰



Señalética A4 Salida

U\$S 2⁴⁹

Anexo N° 4

* Formato de encuesta.

Registro para la creacion de una boutique

Preguntas Respuestas 73 Configuración

1.- ¿A qué género usted pertenece? *

femenino

masculino

Prefiero no decirlo

¿Cuál es el rango de edad al que usted pertenece? *

15 o mas

25 - 30

31 - 40

41 - 50

51 o mas

Registro para la creacion de una boutique

Preguntas Respuestas 73 Configuración

3.- ¿Cree usted que el barrio le hace falta una boutique? *

si

no

4.- ¿Qué le gustaría que tenga la boutique? *

Calzado

ropa

cosmeticos

Otra...

Registro para la creacion de una boutique

Preguntas Respuestas 73 Configuración

5.- Prefiere usted comprar productos de calidad o algo económico y de no muy buena calidad? *

Buena Calidad

No muy buena calidad (económico)

6.- Con qué frecuencia usted estaría dispuesto a comprar en boutique por semana? *

1 o 2 veces

3 o 4 veces

5 veces o mas

Registro para la creacion de una boutique

Preguntas Respuestas 73 Configuración

7.- Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas artículos las redes sociales? *

si

no

8.- ¿Cuánto dinero gasta en comprar artículos para su uso personal por semana? *

\$10

\$15

\$20

\$25 o mas

Registro para la creacion de una boutique

Preguntas Respuestas 73 Configuración

9.- Le gustaría a usted hacer compras en línea y esta sea entrega a domicilio? *

si

no

10.- Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones? Qué promociones te gustaría? *

2 X 1

Descuentos de cantidad

Porcentaje de descuento

Intercambiar menciones en redes sociales por des...

Envío gratuito