



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UNA TIENDA DE LENCERÍA FEMENINA Y MASCULINA  
EN EL SECTOR DEL CANTÓN SHUSHUFINDI, PARROQUIA  
RURAL SIETE DE JULIO, BARRIO BELLA UNIÓN.**

---

MARIUXI CECILIA CORREA VALVERDE

Director  
Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en  
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 20 agosto de 2023

## DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada con toda mi devoción y fe a Dios y a la Virgen del Cisne por guiarme y permitirme vivir este momento tan especial de mi vida a pesar de las adversidades que pudiera haber en el camino me han enseñado a valorar cada día de mi existencia.

A mis hijos que con sus sonrisas, abrazos y palabras de amor me han impulsado cada día para que sea una realidad el poder concluir esta carrera.

A ti esposo mío Guido Echeverría mi compañero de vida quien con cada una de sus palabras alentadoras me siguió impulsando en aquellos momentos de flaqueza con paciencia y profundo amor, te dedico cada línea de este trabajo, que estas palabras impresas reflejen toda la admiración y gratitud por ti, y que la vida y nuestro creador nos permita seguir avanzando juntos en la búsqueda de nuestros sueños más anhelados.

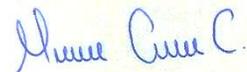
## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento infinito a los pilares más importantes de mi vida: mi querido esposo e hijos quienes han sido mi fuerza a lo largo de mi camino académico, este logro no habría sido posible sin su amor, apoyo incondicional y sacrificios constantes. Pero un agradecimiento especial a ti mi querido esposo por ser mi fortaleza, mi confidente y mi mayor motivación. Tus palabras de aliento en los momentos difíciles y tus celebraciones en mis victorias siempre han sido mis mayores motivaciones. Gracias a mis queridos docentes y tutora de titulación que han sido parte de mi crecimiento intelectual, profesional y personal además han dejado una huella en mi corazón con su entereza, conocimiento y dedicación.

## AUTORIA

Yo, Mariuxi Cecilia Correa Valverde autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



**Mariuxi Correa**

D.M. Quito, 20 de agosto de 2023

**Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.**  
**Tutora de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

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

**Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.**

D.M. Quito, 20 de agosto de 2023

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: La **Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y la Srta. Mariuxi Correa Valverde por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

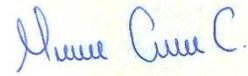
SEGUNDA: UNO. - La Srta. Mariuxi Correa Valverde realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una Tienda de lencería femenina y masculina en el sector del Cantón Shushufindi, Parroquia Rural Siete de Julio, Barrio Bella Unión.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.**

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

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.** en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Srta. Mariuxi Correa Valverde, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una Tienda de lencería femenina y masculina en el sector del Cantón Shushufindi, Parroquia Rural Siete de Julio, Barrio Bella Unión.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.**



**Mariuxi Correa Valverde**

D.M. Quito, 20 de agosto de 2023

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN .....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
RESUMEN.....	14
ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL .....	16
Creación de la microempresa .....	16
Descripción de la microempresa .....	16
Tipo de la microempresa.....	18
Tamaño y distribución de la microempresa .....	18
Estudio arquitectónico.....	19
Estructura interna del establecimiento .....	20
Necesidades que satisfacer .....	21
Necesidad básica o fisiológica .....	21
Necesidad de Seguridad .....	22
Localización de la microempresa.....	22
Filosofía Microempresarial .....	23
Planificación estratégica microempresarial.....	24
Desarrollo organizacional .....	28
Organigrama Microempresarial .....	32
Funciones específicas del puesto .....	33
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....	37
Objetivo de la mercadotecnia.....	37
Investigación de mercado.....	37
Plan de Muestreo.....	38
Análisis de las encuestas .....	40
Entorno empresarial .....	55
Microentorno.....	55

Macroentorno .....	59
Producto y servicio.....	61
Producto Esencial.....	62
Producto real .....	62
Producto aumentado.....	64
Canal de distribución y puntos de ventas .....	71
Riesgo y oportunidades del negocio .....	72
Fijación de precios .....	73
Implementación del Negocio .....	77
<b>PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....</b>	<b>81</b>
Servicio de Rentas Internas / SRI.....	81
Requisitos para realizar el trámite en línea: .....	81
Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea: .....	81
Patente Municipal.....	82
IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	83
Ministerio del Trabajo (MT).....	84
<b>PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....</b>	<b>85</b>
Objetivos Sociales.....	86
Objetivos Ambientales .....	87
<b>PROCESO FINANCIERO.....</b>	<b>88</b>
Introducción .....	88
Inversión.....	88
Capital de trabajo .....	89
Sueldos .....	91
Depreciación de activos fijos .....	92
Tabla de amortización capital financiado. ....	93
Estructura de capital.....	94
TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).....	95

Punto de equilibrio .....	96
Costo de ventas .....	99
Flujo de caja .....	101
Cálculo del VAN y el TIR .....	102
VAN (Valor Actual Neto) o VPN.....	102
TIR (Tasa Interna de Retorno) .....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
Conclusiones .....	106
Recomendaciones.....	107
Referencias.....	108
ANEXOS.....	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema y distribución de la microempresa .....	20
Figura 2. Esquema y distribución de la microempresa 3D .....	20
Figura 3. Pirámide de Maslow .....	21
Figura 4. Localización de la microempresa .....	23
Figura 5. Mapa de procesos de la microempresa .....	30
Figura 6. Flujo de proceso operativo de la microempresa .....	32
Figura 7. Organigrama microempresarial .....	32
Figura 8. Pregunta 1, grafico circular .....	40
Figura 9. Pregunta 2, grafico circular .....	41
Figura 10. Pregunta 3, grafico circular .....	43
Figura 11. Pregunta 4, grafico circular .....	44
Figura 12. Pregunta 5, grafico circular .....	46
Figura 13. Pregunta 6, grafico circular .....	47
Figura 14. Pregunta 7, grafico circular .....	49
Figura 15. Pregunta 8, grafico circular .....	50
Figura 16. Pregunta 9, grafico circular .....	52
Figura 17. Pregunta 10, grafico circular .....	53
Figura 18. Esquema de microentorno .....	55
Figura 19. Ubicación del microentorno .....	56
Figura 20. Esquema del macroentorno .....	59
Figura 21. Diseño de uniforme de área de ventas .....	65
Figura 22. Diseño de uniforme del área administrativa .....	66
Figura 23. Diseño del logotipo de la microempresa .....	67
Figura 24. Anverso de tarjeta de presentación .....	68
Figura 25. Reverso de tarjeta de presentación .....	69
Figura 26. Hoja membretada de la microempresa .....	70
Figura 27. Objetivos del desarrollo sostenible .....	85
Figura 28. Punto de equilibrio .....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos a considerar del Jefe Administrativo .....	34
Tabla 2. Méritos a considerar del Ejecutiva de Ventas.....	36
Tabla 3. Tabulación, pregunta 1.....	40
Tabla 4. Tabulación, pregunta 2.....	41
Tabla 5. Tabulación, pregunta 3.....	42
Tabla 6. Tabulación, pregunta 4.....	44
Tabla 7. Tabulación, pregunta 5.....	45
Tabla 8. Tabulación, pregunta 6.....	47
Tabla 9. Tabulación, pregunta 7.....	48
Tabla 10. Tabulación, pregunta 8.....	50
Tabla 11. Tabulación, pregunta 9.....	51
Tabla 12. Tabulación, pregunta 10.....	53
Tabla 13. Proveedores.....	58
Tabla 14. Financiamiento publicidad.....	72
Tabla 15. Producto 1 .....	75
Tabla 16. Producto 2 .....	76
Tabla 17. Equipos de computación .....	77
Tabla 18. Equipos industriales .....	77
Tabla 19. Muebles y enseres .....	78
Tabla 20. Suministro de oficina .....	79
Tabla 21. Servicios básicos.....	79
Tabla 22. Materiales de limpieza .....	80
Tabla 23. Activos fijos .....	89
Tabla 24. Capital de trabajo .....	90
Tabla 25. Inversiones .....	90
Tabla 26. Sueldo y aportaciones .....	91
Tabla 27. Decimos .....	92
Tabla 28. Total sueldos .....	92

Tabla 29. Depreciación de activos fijos .....	93
Tabla 30. Tabla de amortización.....	94
Tabla 31. Estructura del capital.....	95
Tabla 32. Costos fijos.....	96
Tabla 33. Margen de contribución .....	97
Tabla 34. Punto de equilibrio .....	97
Tabla 35. Ventas proyectadas .....	99
Tabla 36. Flujo de ventas .....	100
Tabla 37. Flujo de caja.....	101
Tabla 38. Interpretación del VAN.....	102
Tabla 39. Interpretación del TIR.....	104
Tabla 40. Calculo del VAN y TIR .....	105

**Proyecto de factibilidad para la creación de una Tienda de lencería femenina y masculina en el sector del Cantón Shushufindi, Parroquia Rural Siete de Julio, Barrio Bella Unión.”**

**Mariuxi Correa Valverde**

**Ing. Karina Falconí Ausay, MBA.**

**D.M. Quito 20 de agosto del 2023**

**RESUMEN**

El presente proyecto se basa en la investigación de factibilidad para la creación de una Tienda de lencería femenina y masculino en donde se busca cubrir las necesidades de los clientes según sus gustos y preferencias el enfoque de los productos de alta calidad, variedad de prendas y modelos está dirigido en su gran mayoría a las mujeres sin dejar de lado la línea de productos masculinos en el sector de la moda íntima.

La tienda se constituirá como una microempresa con una estructura organizacional vertical, en la cima de la jerarquía se puede encontrar la dirección ejecutiva, quien define las metas estratégicas y según se va descendiendo se encuentra el departamento de ventas dirigido por una persona especializada, esta jerarquía facilita un mejor desempeño de las actividades y un enfoque objetivo en las áreas clave del negocio.

Para la implementación de la Tienda de lencería se procederá a realizar una investigación de mercado mediante la técnica de la encuesta, la cual permitirá identificar las preferencias, tendencias y necesidades de los clientes potenciales. Este proceso permite proyectar estrategias de marketing efectivas, incluyendo la promoción de productos en las diferentes plataformas digitales, así como la

participación en eventos principales que organice la comunidad, para ampliar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

El compromiso que caracterizará a la Tienda está basado en la ética y la legalidad, se cumplirá estrictamente con las leyes que regulan al país tanto en el ámbito comercial y laboral, de tal forma se garantizará relaciones justas con proveedores y colaboradores. Además, se empleará prácticas comerciales transparentes y éticas en cada una de las operaciones.

La responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad es de suma importancia por lo cual se buscará trabajar con proveedores que compartan nuestros valores de sostenibilidad y disminución del impacto ambiental. También se promoverá la diversidad y la inclusión en el personal laboral y las interacciones con la comunidad que la rodea.

La planificación en el proceso financiero permitirá tener un control minucioso de los recursos que posee la Tienda, tendrá inversión de capital propio con apalancamiento de crédito financiero por lo cual se debe tener una observación efectiva sobre las deudas y costos esto asegurará una base sólida para el crecimiento y la estabilidad financiera del negocio.

La tienda buscará ser constante en temas de calidad y de adaptabilidad de mercados brindando atención eficiente y de excelencia a los clientes.

## **ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL**

### **Creación de la microempresa**

“Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina será una microempresa que surge a partir de brindar a los clientes la posibilidad de poseer prendas de calidad y al alcance de sus bolsillos, brindándole al consumidor una experiencia de exclusividad al momento de adquirirlas, así también el llevar prendas novedosas permitirá al cliente tener sensaciones tales como comodidad, seguridad y confortabilidad al momento de usar el producto.

### **Descripción de la microempresa**

#### ***Importancia***

El uso recurrente de las prendas íntimas y la búsqueda de los clientes en obtener productos de calidad adaptándose a los diferentes gustos y preferencias particulares brinda a la microempresa la pauta para cubrir las necesidades con una amplia variedad de productos, diseños atractivos y marcas preferidas, ofreciendo los servicios de manera eficiente y eficaz a los clientes.

#### ***Características***

La tienda de ropa íntima “Viky’s” de Lencería Femenina y Masculina estará enfocada en brindar un servicio de constante innovación, teniendo como base o pilar fundamental la calidad de la misma y de los productos ofertados mediante la identificación de una marca distintiva y sólida, generando en la clientela lealtad y confianza al momento de adquirir los productos. Así como también establecer aquella conexión emocional con los consumidores.

La microempresa al estar iniciando en el mercado comercial, los colaboradores estarán trabajando bajo la contratación individual, así como también la afiliación al seguro social respetando los derechos laborales que se encuentran estipulados y enmarcados en el código de trabajo del país sin dejar de lado la constante capacitación de los mismos.

Por otra parte, cualquier acción o decisión que toma la microempresa tiene una repercusión sobre su entorno o medioambiente, ya sea al consumir recursos naturales (materias primas, energía, etc.) o al ofrecer sus productos terminados contaminando. Esta es razón suficiente para comprometerse a contribuir a un desarrollo sostenible y económicamente viable, satisfaciendo las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras (Martínez, 2007).

Por tal razón la microempresa estará comprometida en establecer y mantener prácticas sostenibles que ayuden a la conservación y la preservación ambiental entre ellas son:

- Ser partícipe de los programas y eventos de conservación ambiental que se realicen en la localidad.
- Promover el uso de bolsas y empaques ecológicos se evitará el uso de bolsas plásticas en su lugar se optará por empaques ecológicos o biodegradables para la entrega de los productos.
- Eficiencia energética, se tomará medidas para reducir el consumo de energía en la tienda, así como instalación de luces LED, uso de sensores de movimiento para la iluminación.

### ***Actividad***

“Viky’s” será una Tienda de Lencería Femenina y Masculina que se dedicará a la venta de ropa interior entre las cuales ofrecerá una amplia variedad de productos en lencería femenina y masculina que permitirán satisfacer diferentes deseos, preferencias y tendencias de la distinguida clientela.

### **Tipo de la microempresa**

Las microempresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad en la que operan y estas pueden ser industriales se dedican a la producción, transformación de artículos y extracción de materia prima, comerciales se dedican a la comercialización del producto sin ninguna transformación y de servicio se dedican a brindar servicio a la colectividad con o sin fines de lucro.

(Münch Galindo, 2009, pág. 18)

Por lo tanto, “Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina es una microempresa de tipo comercial la cual se dedicará a la venta de ropa interior para damas y caballeros. Brindando productos de calidad a su futura clientela, incentivando la economía de la localidad. Además, contará con un área de entrada, área de mostradores, área de probadores, área de espejos, caja, baño y área de almacén.

### **Tamaño y distribución de la microempresa**

Se agrupa a las microempresas por el número de personas que la conforman, así tenemos que, una microempresa que está conformada entre 1 y 9 personas, se consideran empresas pequeñas a las que tienen de 10 a 49 empleados, una

empresa mediana desde 50 a 199 colaboradores y una grande por más de 200 empleados. (CAN, 2010)

De acuerdo a la legislación vigente en el Ecuador y en base a lo expuesto la tienda de ropa interior “Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina es una microempresa este tipo de negocio es el más pequeño por su clasificación y tamaño, además contará con un área de entrada, área de mostradores, área de probadores, área de espejos, área de almacenamiento.

### **Estudio arquitectónico**

Para el diseño de “Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina se toma en consideración la capacidad instalada, el diseño de los espacios físicos, el número de colaboradores o trabajadores que va a tener la microempresa, el almacenamiento y logística, así como el aforo que se manejará (6 personas). Se ha tomado en cuenta el espacio que necesitará cada área.

## Estructura interna del establecimiento

**Figura 1.**

*Esquema y distribución de la microempresa.*



*Nota:* Descripción y esquema de la distribución de la Tienda de Lencería Femenina y Masculina “Viky’s”.

**Figura 2.**

*Esquema y distribución de la microempresa 3D*



*Nota:* Descripción y esquema de la distribución de la microempresa en 3D, elaborado por: Mariuxi Correa.

## Necesidades que satisfacer

Figura 3.

*Pirámide de Maslow*



*Nota:* Imagen sobre la descripción de la pirámide de Maslow, (Maslow, A, 2012)

La Pirámide de Maslow es una teoría motivacional que explica las necesidades humanas a través de una jerarquía en forma de pirámide. A medida que el ser humano va satisfaciendo las necesidades que están abajo, es decir, las necesidades básicas, se van desarrollando nuevas necesidades y deseos. (Casternão, Á. 2022, 6 de julio)

### Necesidad básica o fisiológica

Según Arias, (2015) afirma que “Necesidades básicas o fisiológicas: Son las únicas inherentes en toda persona, básicas para la supervivencia del individuo. Respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, sexo, etc.”. Por tal razón Viky’s se enfocará en ofrecer productos de alta calidad que puedan satisfacer la necesidad básica de vestimenta y protección adecuada del cuerpo permitiendo a los clientes que

encuentren productos que se acoplen a las preferencias personales o específicas asegurando de tal forma su comodidad y bienestar físico.

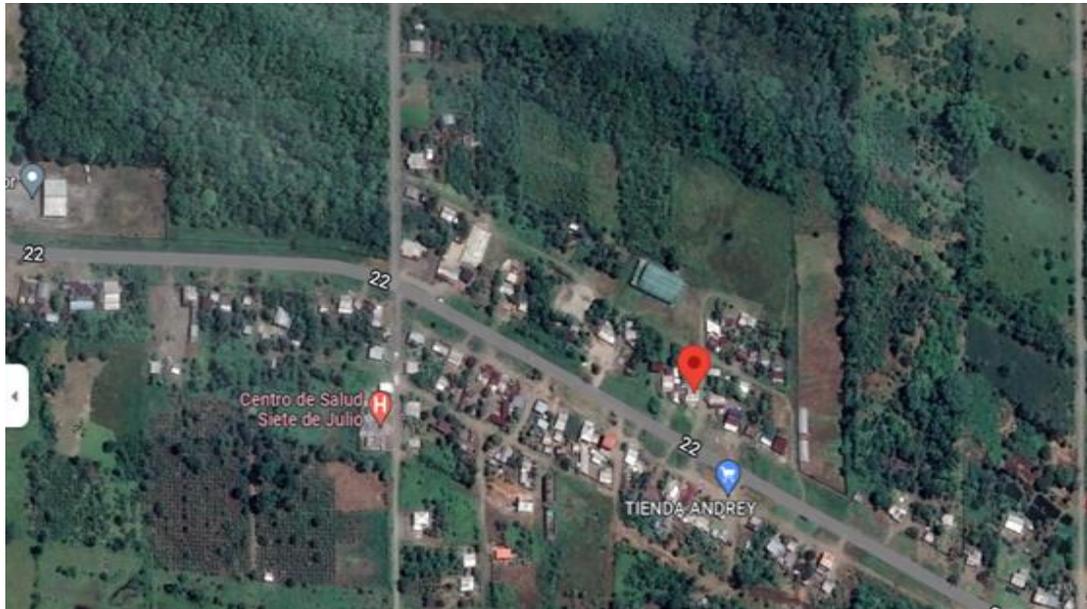
### **Necesidad de Seguridad**

En esta parte de la pirámide de Maslow se incluyen las necesidades de seguridad son necesarias para vivir, pero están a un nivel diferente que las necesidades fisiológicas. Es decir, hasta que las primeras no se satisfacen, no surge un segundo eslabón de necesidades que se orienta a la seguridad personal, al orden, la estabilidad y la protección. (García-allen, 2015)

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina se enfoca en cuidar y garantizar una buena experiencia en los clientes por tal motivo es fundamental para la microempresa que los clientes puedan sentir la comodidad y seguridad que brindan las prendas íntimas al momento de usarlas, así como también el obtener confianza y sensación de confort, además de propiciar un ambiente limpio y ordenado donde se genere familiaridad tanto en los clientes como en los colaboradores.

### **Localización de la microempresa**

La microempresa "Viky's" Tienda de Lencería Femenina y Masculina estará ubicada en la provincia de Sucumbíos, Cantón Shushufindi, Parroquia Rural Siete de Julio, Barrio Bella Unión.

**Figura 4***Localización real de la microempresa*

*Nota:* Localización de la microempresa. Tomado de (Google Maps, June 27, 2023)

### **Filosofía Microempresarial**

García Echevarría (1994), expresa que la filosofía microempresarial define los valores de la institución tanto de la perspectiva interna como de su relación con el entorno, es decir que la microempresa es congruente con lo que hace y con lo que ofrece a sus clientes. La filosofía microempresarial es la forma oficial de pensar de la organización. Para llevarla a cabo, se deben analizar tres elementos fundamentales y trascendentes que indican hacia dónde va la organización, por qué va y qué apoya u obliga a la microempresa a moverse en esa dirección en particular.

### **Misión**

Proporcionar productos y servicios de alta calidad con precios accesibles a la distinguida clientela además enfocados en dar una atención especializada,

garantizando un excelente servicio a los clientes a través de la eficiencia y eficacia asegurando así de satisfacer las necesidades diarias de los clientes.

### **Visión**

Convertirse para el 2026 el proveedor número uno de la zona en la comercialización de artículos y productos de lencería femenina y masculina, garantizando la mejora continua a través de la eficiencia y calidad de los productos satisfaciendo las necesidades de los clientes.

### **Planificación estratégica microempresarial**

La planificación estratégica constituye el primer paso y fundamental para asegurar una gestión económica eficiente, pues a través de esta se define con racionalidad el uso y destino de los recursos en función de los principales objetivos de las organizaciones, en general. La correcta planificación constituye la base insustituible para asignar y gestionar los distintos recursos materiales, financieros y humanos a cada uno de los procesos a desarrollar. (Santón Cáceres, 2009)

### **Objetivos**

- Brindar a los clientes la facilidad de adquirir productos únicos y personalizados ofreciendo variedad, calidad y economía durante el primer trimestre del año 2024 se busca mejorar en un 10% la experiencia de los clientes en la tienda.
- Satisfacer las necesidades de los clientes desde la más básica hasta la más exigente en un 15% durante el segundo trimestre del año 2024 ofreciendo

líneas de productos de colecciones nuevas basadas en estilos y diseños innovadores.

- Aumentar la presencia como microempresa en las redes sociales a través de una estrategia de contenido atractivo, compromiso constante con los seguidores para aumentar su número de seguidores en TikTok en un 25 % durante los primeros seis meses del año 2024.

### ***Meta***

La microempresa “Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina tiene como meta principal expandir la base de clientes en un 50% a través de la fidelización de los mismos y de tal forma llegar a nuevos consumidores mediante programas de lealtad, brindando una atención de calidad y personalizada. Así como también se pondrá a disposición una gran variedad de productos cubriendo estilos, necesidades y de tal forma aumentar sus ventas en un 100% a largo plazo.

### **Estrategias**

- Ofrecer un servicio postventa que permita garantizar los productos vendidos, así como también poder brindar una atención oportuna y eficiente a los posibles inconvenientes que pudiesen presentarse por parte de los clientes.
- Dar a los clientes una experiencia de compra personalizada adaptándose como los profesionales que son a las diferentes exigencias entre las cuales se puede brindar asesoramiento individualizado que se adapten a las tallas, estilos, gustos o preferencias de cada cliente.

- Usar estrategias de marketing digital como redes sociales, publicidad en línea, marketing por correo electrónico para aumentar el conocimiento de la tienda y llegar a un público más amplio.

## **Políticas**

### **La microempresa**

- Implementar estándares de servicio al cliente y proporcionar capacitaciones a los empleados para garantizar una experiencia positiva para los clientes.
- Garantizar la calidad de los productos proporcionados por la microempresa a través de la selección de proveedores confiables, la inspección de los artículos recibidos y el monitoreo de los estándares de calidad establecidos.
- Incluir políticas y procedimientos para la protección y confidencialidad de los datos personales de los clientes ofreciendo tranquilidad y seguridad a los mismos.

### **Los trabajadores**

- Cumplir con responsabilidad el horario de trabajo establecidos por la microempresa.
- Establece estándares de comportamiento en temas relacionados a la ética y profesionalismo, incluyendo la prohibición de conductas inapropiadas tales como la discriminación, hurto o fraude.
- Asistir al lugar de trabajo conforme a los horarios establecidos con la camiseta dotada por la microempresa

## **FODA**

Según Sánchez Huerta, D. (2020) “es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno” (p. 15)

### ***Fortalezas***

- Ubicación adecuada y estratégica de la tienda en zona de tráfico de clientes.
- Contar con personal profesional capacitado, y amable que brindará una excelente atención a los clientes.
- Capacidad para establecer relaciones directas con los clientes y brindar una atención personalizada.
- Se trabajará bajo relación calidad-precio lo cual permitirá a todos los sectores la adquisición de los diferentes productos.

### ***Oportunidades***

- Contar con tendencias de crecimiento en la demanda de diseño y ropa interior de alta calidad.
- Uso de redes sociales como plataforma de marketing y ventas.
- Aumentar la oferta de productos y accesorios complementarios.
- Progresivo interés por la imagen personal, la moda y estilos que ayudarán a potenciar las ventas.

### ***Debilidades***

- Limitado presupuesto para contratación externa de marketing y publicidad.
- Limitado capital inicial y recursos financieros para inversiones de gran magnitud.
- La existencia en el mercado de otras tiendas de venta de ropa interior.
- Las tiendas virtuales dificultan la competencia en relación a precios.

### ***Amenazas***

- Los constantes cambios de moda y preferencias del cliente.
- Impacto económico por la falta de empleo en el país que puede afectar el poder adquisitivo del consumidor.
- Riesgo de robo a la tienda por la situación de inseguridad que vive el país.
- Dificultad para establecer una base sólida de clientes en un mercado saturado.

## **Desarrollo organizacional**

### **Tipo de estructura**

La microempresa Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina trabaja en base a una estructura organizacional de tipo vertical definiendo las jerarquías de cada departamento a partir de las funciones realizadas, cada área dependerá entre ellos y de tal forma coordinará para que las actividades se lleven de manera eficiente.

Los procesos de la estructura estarán divididos de la siguiente manera:

- Estratégicos
- Operativo

- Apoyo

### **Procesos Estratégicos**

El gerente propietario será la persona encargada de la dirección estrategia, la toma de decisiones financieras clave, el monitoreo y evaluación constante de las ventas además de mantener las relaciones comerciales con los proveedores para el correcto funcionamiento de la microempresa.

### **Procesos Operativos**

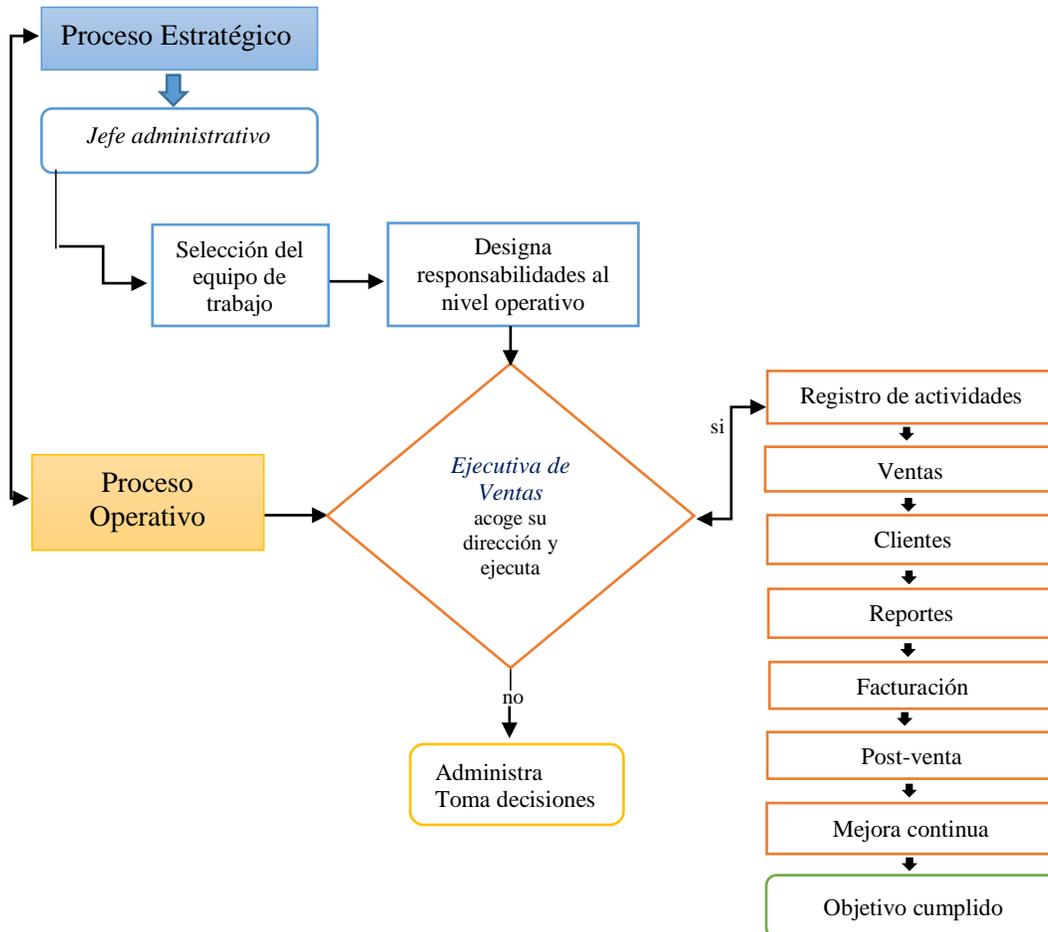
La coordinadora de ventas se encargará de planificar y ejecutar las estrategias de ventas, así como también de la gestión de la atención al cliente permitiendo a los clientes tener una atención personalizada y de calidad garantizando de tal manera el óptimo rendimiento de las ventas.

### **Procesos de Apoyo**

La gestión de finanzas y tecnología estará a cargo de personas externas las cuales se contratarán de manera eventual a medida que se vaya aumentando la carga de actividades o cuando lo requiera la microempresa.

Figura 5

Mapa de Procesos de la microempresa



Nota: Descripción del mapa de procesos de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### Formalización

La microempresa “Viky’s” Tienda de Lencería Femenina y Masculina ejecutará a cabalidad el cumplimiento de las políticas, normas y estrategias de acorde con su misión, visión y objetivos enmarcados en las leyes, ordenanzas y normativas del país. En relación a su funcionamiento operacional estará legalmente constituida además de cumplir con todos aquellos requisitos exigidos por las autoridades o entes

del legislativo y control tributario, así como también mantendrá la correcta documentación para el buen funcionamiento de la microempresa

### **Centralización – Descentralización**

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina orientará las actividades a la atención al cliente brindando un servicio personalizado con valor agregado en cada uno de los procedimientos a seguir para así asegurar un mejor control y supervisión de las ventas contando con procesos operacionales exitosos de tal forma se podrá mantener una mayor eficiencia de los recursos que posee la microempresa.

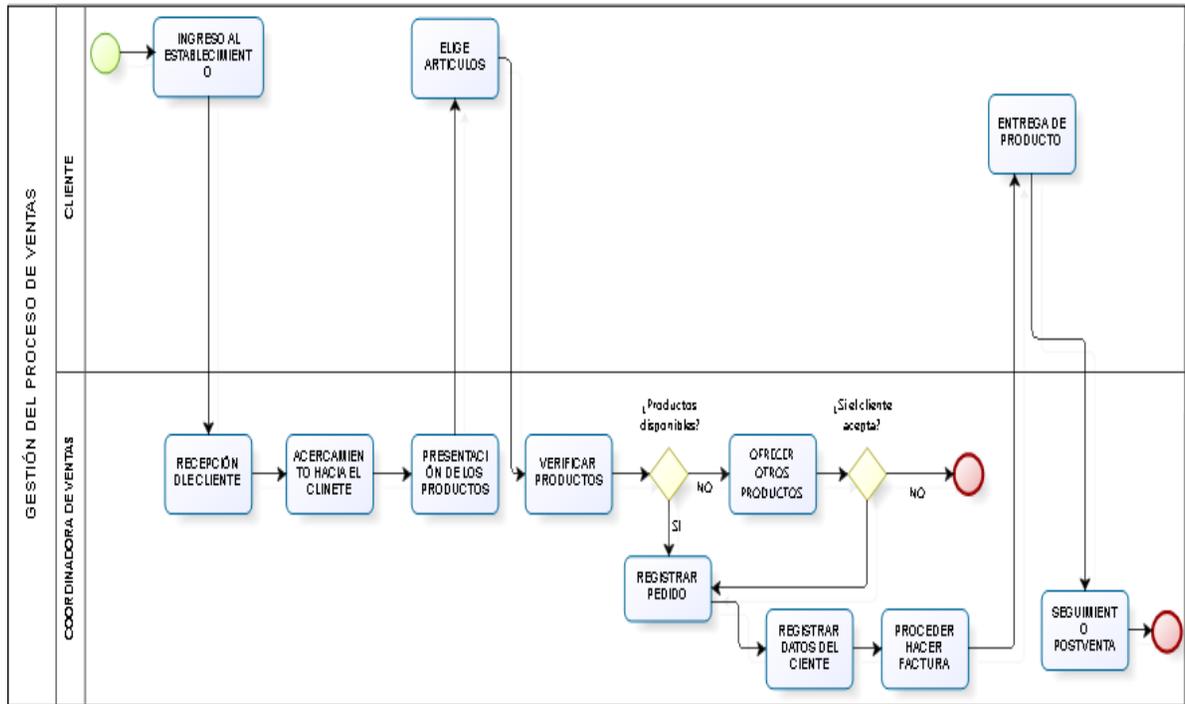
La descentralización funcionará en base a la delegación y entrega de funciones a los colaboradores otorgándoles más responsabilidad y distribuyendo de manera equitativa la carga de trabajo además de fomentar de tal manera el desarrollo de las habilidades, la iniciativa y adaptabilidad a las necesidades y exigencias particulares de los clientes.

### **Integración**

En "Viky's" Tienda de Lencería Femenina y Masculina la integración estará enfocada en el trabajo colaborativo que cada persona debe desempeñar o implementar dentro de la microempresa, esta forma de integración permitirá tener en orden los aspectos operacionales sin dejar de lado la comunicación efectiva mediante canales de comunicación abierta entre las diferentes áreas de la tienda ayudando de manera eficiente y efectiva al trabajo en conjunto.

**Figura 6.**

*Flujo del proceso operativo de Viky's. Tienda de Lencería Femenina y Masculina*

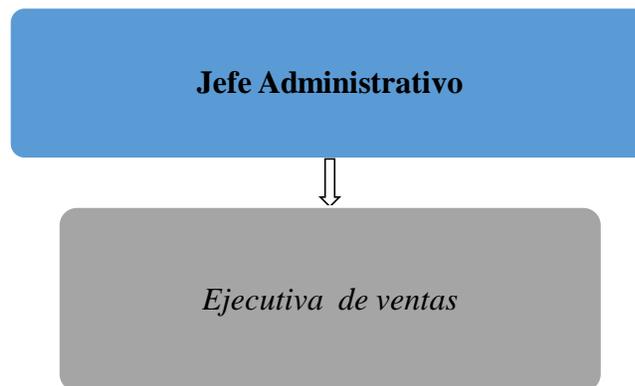


*Nota:* Descripción de mapa de procesos de ventas de Viky's, Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### Organigrama Microempresarial

**Figura 7**

*Organigrama Microempresarial "Viky's" Tienda de Lencería Femenina y Masculina*



*Nota:* Descripción del organigrama microempresarial de "Viky's" Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### **Mano de obra requerida**

Se menciona que la mano de obra es el trabajo que se asigna a los artículos y servicios que se están produciendo. Como sucede con los materiales directos, se puede utilizar la observación física para medir la cantidad de mano de obra empleada para laborar un producto o servicio. (Hansen y Mowen, 2007, p. 40).

### **Funciones específicas del puesto**

#### **PUESTO DE JEFE ADMINISTRATIVO**

##### **Detalles generales del puesto de Jefe Administrativo**

<b>Microempresa:</b>	Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina .
<b>Área o Departamento:</b>	Área Administrativa
<b>Misión del puesto</b>	Responsabilizarse de la administración del negocio, así como el manejo de la logística de los proyectos y funcionamiento de la microempresa.
<b>Título o nombre del cargo:</b>	Jefe Administrativo
<b>Rol del puesto</b>	Se encargará de la planificación y gestión de las estrategias administrativas de los bienes y servicios, asegurando el funcionamiento eficiente y eficaz de todos los procesos asignados como: ventas, post venta, finanzas y demás servicios generales.
<b>Remuneración</b>	\$450.00

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 1.**

*Méritos aspectos a considerar, Jefe Administrativo*

<b>INSTRUCCIÓN FORMAL</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>
Poseer Título de Tercer Nivel en Administración de Microempresas. Manejo del idioma Inglés nivel básico.	Mínimo 1 año en cargos administrativos.	Atención al cliente. Manejo de programas para facturación electrónica. Manejo de medios digitales.	Capacidad de análisis de datos y toma de decisiones. Administrar los recursos financieros y materiales de la microempresa. Optimizar procesos comerciales. Regular las políticas de crédito a clientes y proveedores. Adaptabilidad. - Automotivación

*Nota:* Descripción de méritos del Jefe Administrativo de Viky´s, elaborado por: Mariuxi Correa.

**PUESTO DE COORDINADORA DE VENTAS****Detalles generales del puesto de Ejecutiva de ventas**

<b>Microempresa:</b>	Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina .
<b>Área o Departamento:</b>	Ventas
<b>Misión del puesto</b>	Gestionar y coordinar actividades relacionadas con las ventas, brindar orientación durante los procesos de compras al cliente con fin de garantizar el óptimo rendimiento de la microempresa.
<b>Título o nombre del cargo:</b>	Ejecutiva de ventas
<b>Rol del puesto</b>	Gestionar la recepción de clientes, administración, conservación e inventario de los insumos o productos que se encuentren bajo su supervisión. Así como también el control de negociación además de garantizar una experiencia de compra positiva a nuestros clientes.
<b>Remuneración</b>	\$450.00

### Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2.**

*Méritos aspectos a considerar, Ejecutiva de Ventas*

<b>INSTRUCCIÓN FORMAL</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>
Poseer Título de Bachiller Poseer Titulo de Tercer Nivel en Administración de Microempresas. Manejo de Excel.	Mínimo 1 año en el cargo	Recepción y manejo de materiales e inventarios. Técnicas de persistencia y motivación. Orientación al cliente. Conocimiento del producto o servicio.	Recibir y revisar los productos de acuerdo a las órdenes de compra o factura. Capacidad de construir relaciones sólidas con el cliente. Habilidades de negociación. Tácticas de ventas Optimizar procesos comerciales. Técnicas de cierre de ventas Compromiso Responsabilidad.

*Nota:* Descripción de méritos de la Ejecutiva de ventas de Viky's, elaborado por: Mariuxi Correa.

## **PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

### **Objetivo de la mercadotecnia**

Generar interés por Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina con estrategias o actividades promocionales, publicidad y presencia en redes sociales a través de las diferentes plataformas digitales despertando así la atención en los clientes por los productos además de crear conciencia por la marca.

### **Investigación de mercado**

En Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina se considera utilizar la investigación aplicada a través de la recopilación de información de manera directa a los posibles clientes potenciales como punto de partida en la investigación, se diseñará una encuesta para evidenciar las preferencias de compra, tendencias, precios, marcas favoritas, tipo de redes sociales que utilizan con frecuencia esto permitirá obtener datos reales para implementar estrategias de marketing, precios y selección de productos basado en la información conseguida.

De tal manera, todas las estrategias, así como los objetivos que como microempresa se tiene, van alineados y están diseñados de manera correcta para la eficacia y efectiva idea de negocio propuesta.

### **Modalidad**

El análisis de la información se obtuvo a través de encuestas en línea, y fue enviada a 134 personas de forma aleatoria la encuesta se envió al grupo de WhatsApp que el barrio mantiene activo con la ayuda del presidente barrial quien es el administrador del grupo, así como también fue proporcionada a amigos y familiares y estos a su vez a sus contactos todos pertenecientes a la localidad donde se va a

implementar la microempresa, esta encuesta está compuesta por 10 preguntas cerradas.

### **Plan de Muestreo**

El plan de muestreo está compuesto por 206 que es el total del universo de personas de este universo se tomó 134 encuestas al azar, es decir a amigos y familiares; más los miembros del grupo de WhatsApp, se tomó como sujetos de estudio a individuos de diferentes edades, los cuales se tomaron el tiempo a pesar de tener sus actividades diarias de llenar la encuesta mediante el link proporcionado, lo cual permite como empresa recopilar información valiosa para la toma de decisiones en cuanto a calidad, precio y producto de la tienda. Para determinar el número total de encuestas a ejecutar, se utilizó la siguiente fórmula para la selección de la muestra:

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

### Fórmula de la muestra con población finita

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

**Población N= 206**

$$n = \frac{206 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (206 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} =$$

$$= \frac{206 * 3.8416 * 0,5 * 0,5}{0.0025 * 205 + 3.84 * 0,5 * 0,5} =$$

$$n = \frac{198}{0.5125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{199}{1,4729} = 134.32$$

**Muestra real:**  $n = 134$  personas para encuestar.

## Análisis de las encuestas

### Pregunta 1.

**Tabla 3.**

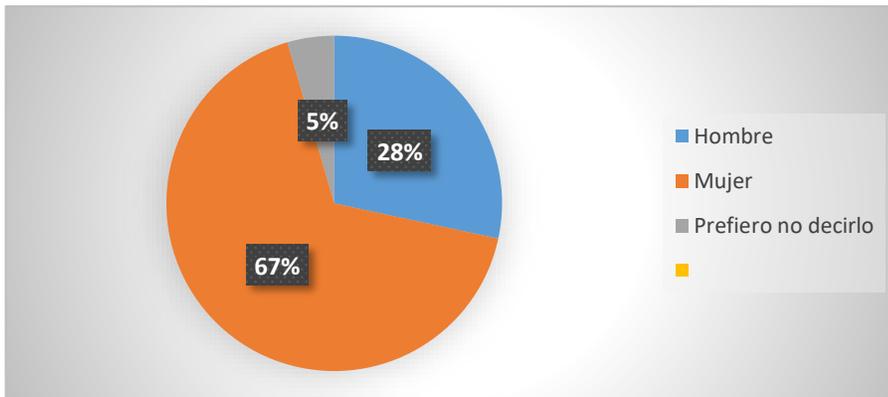
*Datos correspondientes a la pregunta 1.*

¿Cuál es su género?		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Hombre	38	28
Mujer	90	67
Prefiero no decirlo	6	5
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el género al que pertenecen las personas encuestadas.

**Figura 8**

*Pregunta 1, gráfico circular.*



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 1, gráfico circular en porcentajes. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 67% se identifican como mujeres mientras que el 28% se identifican como hombres y una minoría equivalente al 5% prefirió no revelar su género este análisis permite identificar que la tienda de ropa

interior debe centrar su atención en el mercado femenino, pero sin desatender las oportunidades que pueden presentarse al atender también a los clientes masculinos.

## Pregunta 2.

**Tabla 4.**

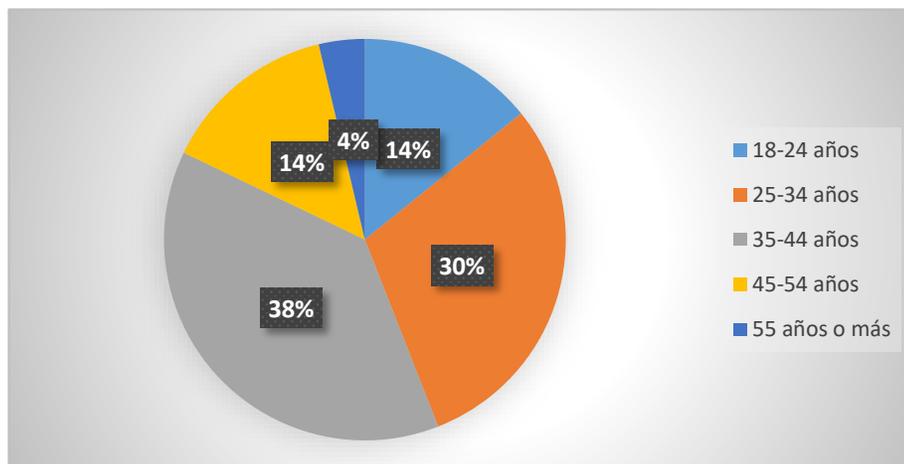
*Datos correspondientes a la pregunta 2.*

<b>¿A qué rango de edad pertenece?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
18-24 años	19	14
25-34 años	40	30
35-44 años	51	38
45-54 años	19	14
55 años o más	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el rango de edad a la que pertenecen las personas encuestadas.

**Figura 9**

*Pregunta 2, gráfico circular.*



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 2, gráfico circular en porcentajes. Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### **Análisis:**

La mayoría de las personas encuestadas el 38% se encuentran en un rango de edad de 35 a 44 años seguido por un 30% está el grupo de 25 a 34 años y el grupo de edad más jóvenes que va desde los 18-24 años en un 14% y los del rango de personas más mayores que son los 55 años o más representan una proporción más pequeña de la muestra en un 4%.

Pudiéndose evidenciar que el público objetivo se centra en los grupos de edad de 35 a 44 años y 25 a 34 años por lo cual la tienda debe adaptarse a las necesidades específicas de los grupos de edad más jóvenes y mayores para lograr satisfacer las demandas de este público diverso.

### **Pregunta 3.**

**Tabla 5.**

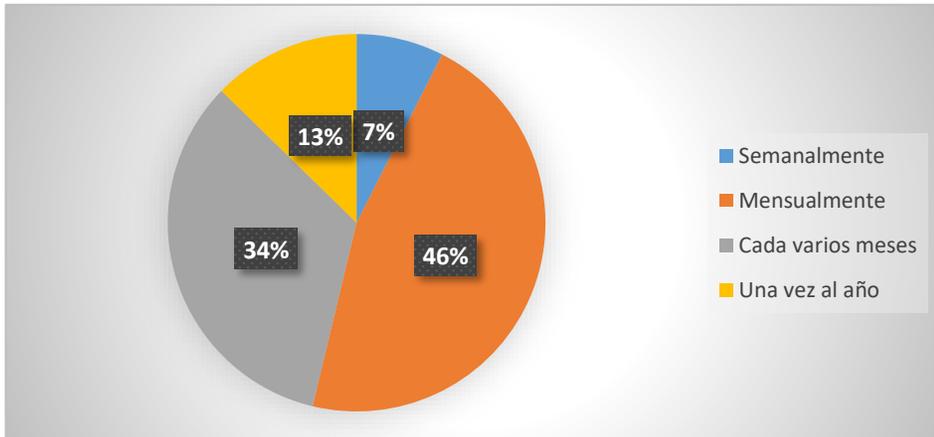
*Datos correspondientes a la pregunta 3.*

<b>¿Con qué frecuencia compra usted ropa interior?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Semanalmente	10	7
Mensualmente	62	46
Cada varios meses	45	34
Una vez al año	17	13
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra la frecuencia de compras que tienen las personas encuestadas

**Figura 10**

Pregunta 3, gráfico circular.



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 3, gráfico circular en porcentajes. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### **Análisis:**

Del 100% de las personas que fueron encuestadas el 46.3% compran ropa interior mensualmente, un 33.6% compra ropa interior cada varios meses por otra parte un 7.5% correspondientes a un número menor de personas compra semanalmente y un 12.7% una vez al año.

Este análisis puede sugerir que las diferentes frecuencias de compras de los clientes indica una demanda constante de estos productos lo cual permite atraer y retener a clientes tanto frecuentes como ocasionales.

#### Pregunta 4.

Tabla 6.

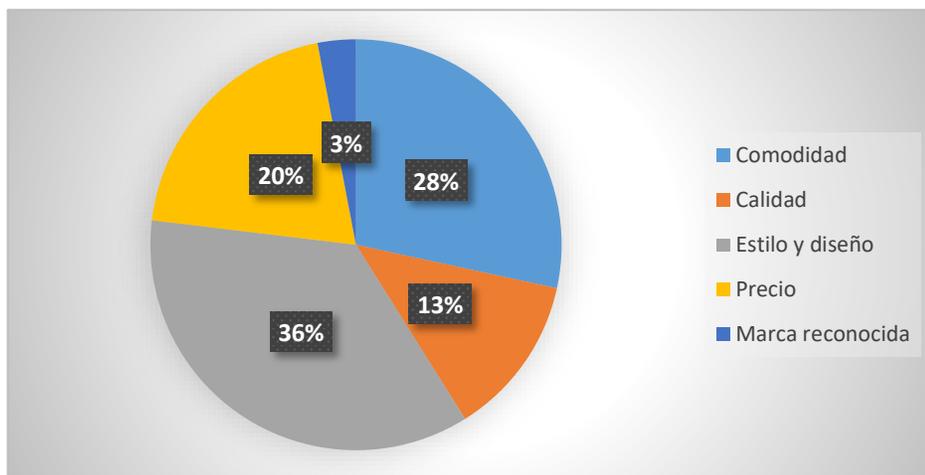
Datos correspondientes a la pregunta 4.

¿Qué factores son más importantes para usted al momento de elegir ropa interior?		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Comodidad	38	28
Calidad	17	13
Estilo y diseño	48	36
Precio	27	20
Marca reconocida	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Nota: Esta tabla muestra los factores influyen al momento de elegir las prendas de ropa interior.

Figura 11

Pregunta 4, gráfico circular.



Nota: Correa, M. (2023) Pregunta 4, gráfico circular en porcentajes. Siete de Julio. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina

**Análisis:**

Del 100% de las personas encuestadas el 38% consideran el estilo y diseño es el aspecto más importante al momento de elegir las prendas de lencería seguidos de la comodidad con un 28% y el precio en un 20% los aspectos menos valorados por las personas son la calidad con un 13% y la marca reconocida en menor medida con un 3%.

Se puede analizar que los factores que satisfacen las necesidades de las personas encuestadas están basados en términos de estilo, calidad, comodidad, y precio.

**Pregunta 5.****Tabla 7.**

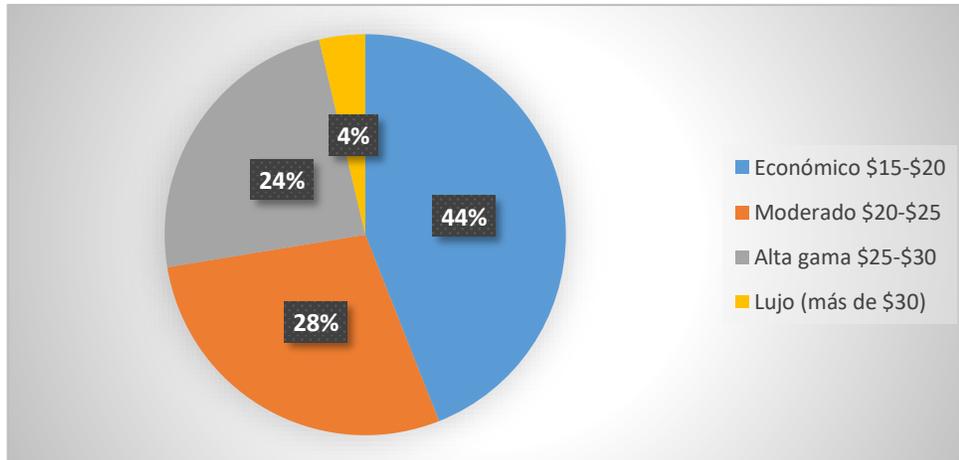
*Datos correspondientes a la pregunta 5.*

<b>¿ Qué precio estaría dispuesto a pagar por una prenda de ropa interior de calidad?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Económico \$15-\$20	59	44
Moderado \$20-\$25	38	28
Alta gama \$25-\$30	32	24
Lujo (más de \$30)	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra los precios que están dispuestos a pagar por productos de lencería.

**Figura 12**

Pregunta 5, gráfico circular.



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 5, gráfico circular en porcentajes. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

### **Análisis:**

Del 100% de las personas encuestadas el 44% están dispuestas a pagar un precio económico por las prendas de ropa interior y un 28% están dispuestos a gastar una cantidad moderada de dinero por otro lado un 24% están dispuestos a pagar un poco más por productos de gama alta y en un porcentaje mínimo correspondiente al 4% están dispuestos a pagar precios de lujo, superiores a \$30.

Lo que da a consideración que la mayoría de las personas que respondieron la encuesta prefieren opciones pagar precios más accesibles sin dejar de lado que también hay una proporción significativa que está dispuesta a invertir en productos de gama alta.

### Pregunta 6.

Tabla 8.

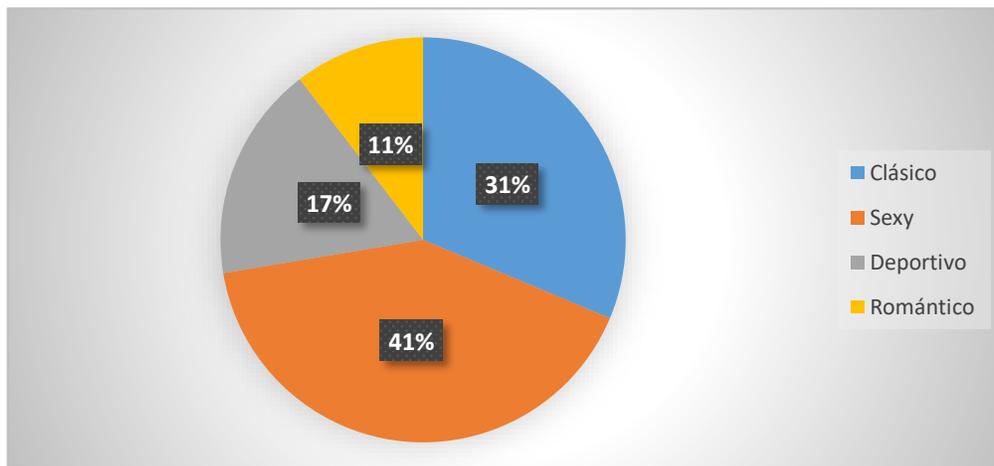
Datos correspondientes a la pregunta 6.

<b>¿Cuál es tu estilo de ropa interior favorito?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Clásico	42	31
Sexy	55	41
Deportivo	23	17
Romántico	14	11
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el estilo favorito por productos de lencería.

Figura 13

Pregunta 6, gráfico circular.



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 6, gráfico circular en porcentajes. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

**Análisis:**

Del 100% de las personas encuestadas el 41% prefieren un estilo sexy seguido con un 31% de respuestas que se inclinan por diseños más tradicionales, el estilo deportivo cuenta con un 17% de aceptación y un 11% de las repuestas opta por la ropa interior con diseños más delicados y femeninos asociados al estilo romántico.

Esto indica que un porcentaje significativo de las personas prefieren la ropa interior con diseños y características más seductoras y sensuales, seguido del estilo clásico el estilo deportivo y romántico tienen una participación menor lo cual permite identificar su personalidad y estilo a través de su elección de ropa interior.

**Pregunta 7.****Tabla 9.**

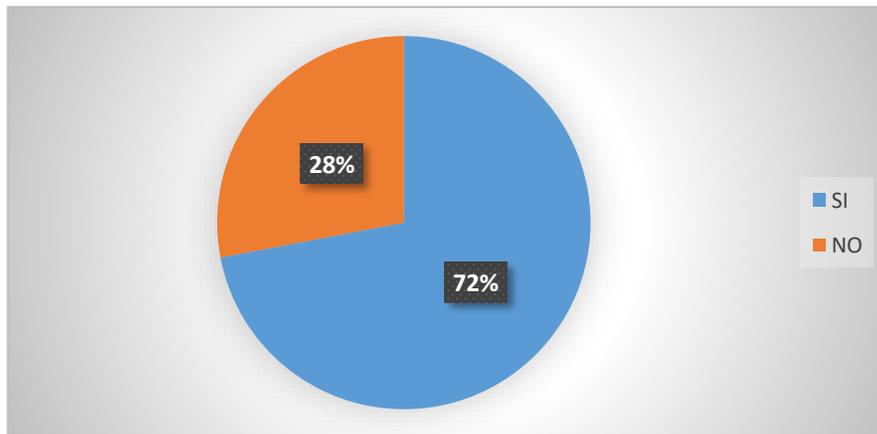
*Datos correspondientes a la pregunta 7.*

<b>¿Le interesaría recibir promociones exclusivas y descuentos como cliente de la tienda?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Porcentaje %</b>
SI	96	72
NO	38	28
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el interés sobre promociones exclusivas y descuentos que ofrece la tienda.

**Figura 14**

*Pregunta 7, grafico circular.*



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 7, gráfico circular en porcentajes. Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

**Análisis:**

Del 100% de las personas encuestadas el 72% de ellos manifiestan estar interesados en recibir promociones exclusivas y descuentos y un 28% indico que no tienen interés en este tipo de información.

Este análisis permite identificar que la mayoría de los clientes están interesados en obtener promociones y descuentos exclusivos mientras que un grupo más reducido no muestra interés en estas ofertas lo cual puede influir en las decisiones de compra y fidelidad hacia la tienda.

### Pregunta 8.

**Tabla 10.**

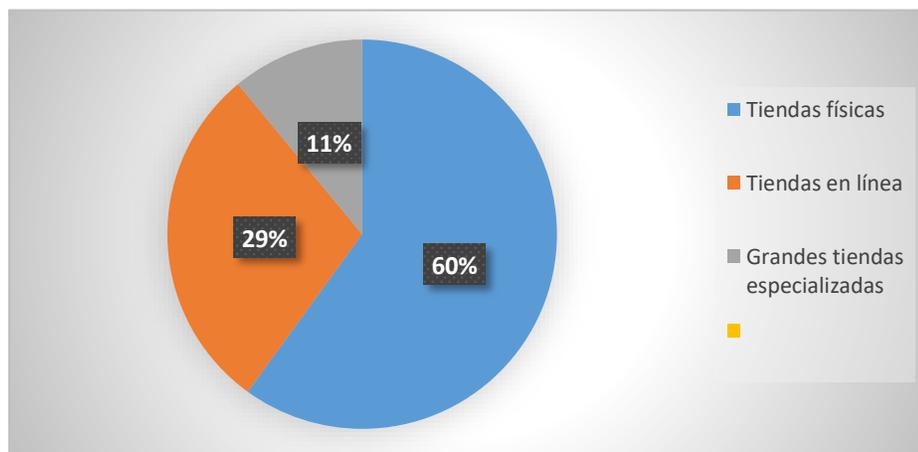
*Datos correspondientes a la pregunta 8.*

¿Dónde suele comprar su ropa interior?		
RESPUESTA	CANTIDAD	Porcentaje %
Tiendas físicas	80	60
Tiendas en línea	39	29
Grandes tiendas especializadas	15	11
<b>Total</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla muestra los tipos de tiendas donde suelen comprar ropa las personas encuestadas.

**Figura 15**

*Pregunta 8, gráfico circular.*



*Nota:* Correa, M. (2023) Pregunta 8, gráfico circular en porcentajes. Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina.

**Análisis:**

Del 100% de las personas encuestadas el 60% tienden a comprar su ropa interior en tiendas físicas un 29% eligen comprar su ropa interior en tiendas en línea y el 11% de las personas encuestadas prefieren comprar su ropa interior en grandes tiendas especializadas.

Este análisis indica que las preferencias de compra pueden variar, pero en su mayoría se busca la disponibilidad de prendas en las tiendas cercanas y que muchas personas prefieren mirar y probarse la ropa interior antes de realizar una compra.

**Pregunta 9.****Tabla 11.**

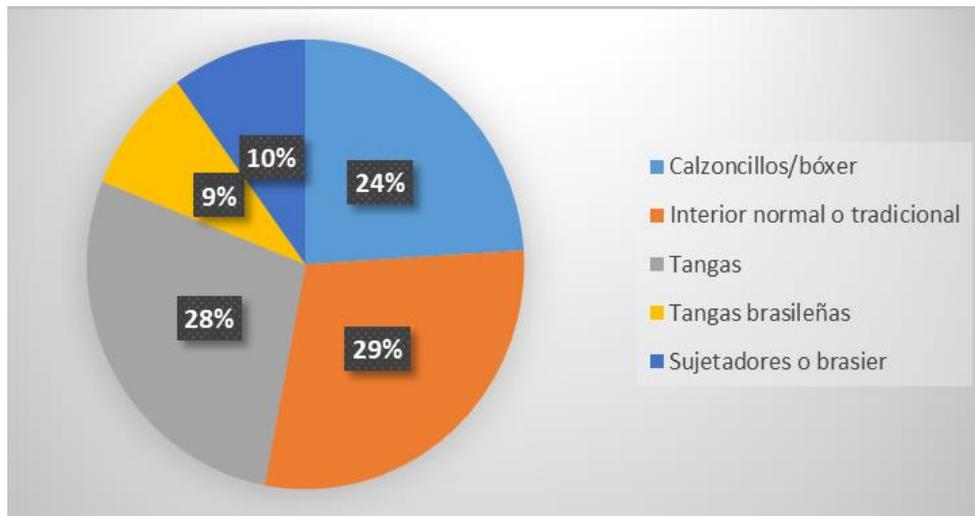
*Datos correspondientes a la pregunta 9.*

<b>¿Qué tipo de ropa interior sueles usar con más frecuencia?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Porcentaje %</b>
Calzoncillos/bóxer	32	24
Interior normal o tradicional	39	29
Tangas	37	28
Tangas brasileñas	12	9
Sujetadores o brasier	14	10
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Esta tabla que tipo de lencería usan con frecuencia las personas encuestadas.

**Figura 16**

Pregunta 9, gráfico circular.



Nota: Correa, M. (2023) Pregunta 9, gráfico circular en porcentajes. Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculina

### **Análisis:**

De las personas encuestadas el 29% prefieren usar ropa interior normal o tradicional como su tipo de ropa interior más frecuente, el 28% de las personas encuestadas prefieren usar tangas, un 24% optan por utilizar calzoncillos o bóxer, el 9% eligen las tangas brasileñas y un 10% mencionan que utilizan sujetadores o brasier.

Lo que permite evidenciar que las prendas de ropa interior más utilizadas con frecuencia son de las mujeres donde las preferencias pueden variar según factores como el bienestar personal, el estilo de vida y las preferencias en diseños y comodidad.

### Pregunta 10.

Tabla 12.

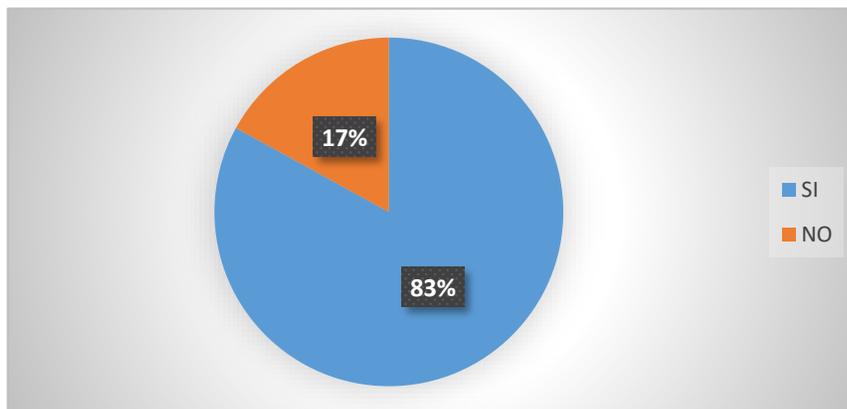
Datos correspondientes a la pregunta 10.

<b>¿Te gustaría recibir asesoramiento personalizado al elegir ropa interior en la tienda?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Porcentaje %</b>
SI	111	83
NO	23	17
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Nota: Esta tabla muestra la disponibilidad de recibir asesoramiento personalizado.

Figura 17

Pregunta 10, gráfico circular.



Nota: Correa, M. (2023) Pregunta 10, gráfico circular en porcentajes. Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina

### Análisis:

Del 100% de las personas encuestadas el 83% indican que si les gustaría recibir asesoramiento personalizado al momento de elegir sus prendas de ropa interior en la tienda y un 17% no desean recibir asesoramiento personalizado. Esto indica el

deseo positivo por recibir este tipo de asesoramiento tomando en cuenta que estos pueden variar según la necesidad del cliente.

### **Análisis General**

Después de analizar las respuestas de las personas que llenaron esta encuesta se puede identificar que la tienda de ropa interior tiene en su gran mayoría como potenciales clientes a las mujeres, lo cual demuestra que el objetivo principal es el público femenino, se implementará estrategias de marketing y publicidad de la tienda enfocadas en atraer a las mujeres con la utilización de campañas publicitarias, promociones y comunicaciones dirigidas específicamente a las mujeres, además de contar con una amplia variedad de productos, sin embargo, esto no excluye la posibilidad de que el público masculino encuentre productos de ropa interior que se ajusten a sus necesidades en la tienda.

Otro aspecto se pudo analizar fue la experiencia que pudiesen tener al momento de realizar sus compras estará enfocada en brindar un ambiente más atractivo y acogedor tomando en cuenta aspectos como la decoración, la música, la iluminación, la organización, variedad, disponibilidad de productos facilitará la búsqueda y mejorará la experiencia general.

La tienda concibe el concepto de que una experiencia de compra satisfactoria en lencería significa encontrar variedad, atención personalizada, tallas apropiadas, privacidad y comodidad en el camino, el precio de los productos de ropa interior es otro punto que se pudo analizar ya que para los clientes el precio de los productos

debe estar dentro de su presupuesto, puesto que tienen una idea general de cuánto están dispuestos a gastar en lencería y buscarán opciones que se ajusten a su bolsillo.

Las promociones y los descuentos pueden influir en las decisiones de compra de los clientes ya que pueden esperar promociones o buscar ofertas especiales para obtener mejores precios en la lencería que desean se pudo identificar también que la mayoría de personas encuestadas buscan un equilibrio entre calidad y precio cuando compran ropa interior, así como también están dispuestos a pagar un precio más alto si consideran que la calidad del producto vale lo que cuesta.

En conclusión, tras analizar la información obtenida se puede determinar que la microempresa Viky's es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

## **Entorno empresarial**

### ***Microentorno.***

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina considera su microentorno a todo aquello cercano que lo rodea y el impacto directo o indirecto que pudiese influir en la microempresa.

**Figura 18**

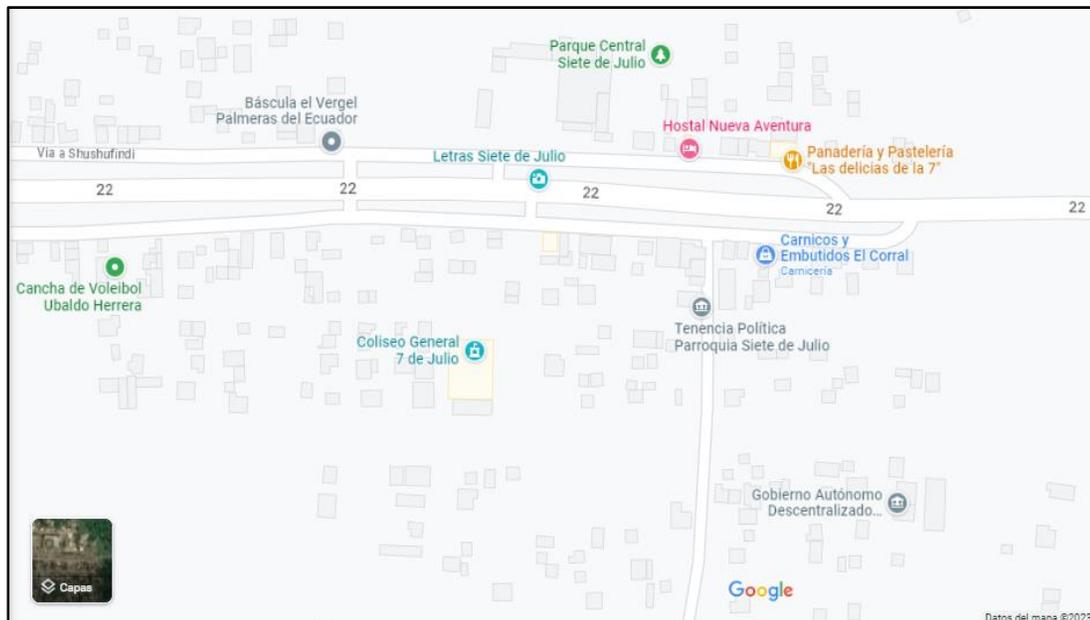
*Esquema del microentorno de la microempresa*



*Nota:* Diseño del microentorno de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculina

**Figura 19**

*Ubicación del microentorno de la microempresa*



*Nota:* Microentorno de Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculina, tomado de Google Maps. (n.d.).

Google Maps. Retrieved July 10, 2023, from [https://www.google.com/maps/@-0.1861264,-](https://www.google.com/maps/@-0.1861264,-76.7792828,17.75z?hl=es&entry=ttu)

[76.7792828,17.75z?hl=es&entry=ttu](https://www.google.com/maps/@-0.1861264,-76.7792828,17.75z?hl=es&entry=ttu)

### **Competencia directa**

En el sector de la parroquia Siete de Julio donde se implementará Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculino no se evidencia competencia directa durante el recorrido en el sector.

### **Competencia indirecta**

Se puede considerar como competencia indirecta a vendedores informales que llegan al sector ofreciendo productos de ropa interior de casa en casa estas mercaderías son distribuidas y transportadas en sus vehículos los mismos que llegan desde provincias de la Costa.

**Sustitutos**

En el sector al no contar con tiendas físicas las personas optan también por adquirir sus productos a través de revistas digitales, sin embargo, esto no les permite examinar las prendas lo que crea un espacio de competitividad en el mercado.

**Proveedores**

Para garantizar la confiabilidad y la calidad de los productos en Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino la elección del proveedor dependerá de las necesidades y estrategia de la tienda, así como de la calidad, precio, estilo y variedad de los productos ofertados.

Tabla 13.

Proveedores.

<b>Tabla de Proveedores</b>		
<b>Productos</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Distribuidora J.G (Javier García)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de los productos</li> <li>• Variedad de productos</li> <li>• Tendencias</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>	Tangas, calzoncillos, interiores tradicionales, tangas brasileras, sujetadores o brasier,
San Julio Distribuidora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Catálogo de productos</li> </ul>	Tangas, calzoncillos, interiores tradicionales, tangas brasileras, sujetadores o brasier, cacheteros
Maryuri ropa interior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estándares de calidad</li> <li>• Estilos</li> <li>• Apariencia y bienestar</li> <li>• Durabilidad</li> <li>• Confort</li> </ul>	Tangas, calzoncillos, interiores tradicionales, tangas brasileras, sujetadores o brasier, cacheteros

*Nota:* Aspectos relevantes de los proveedores, elaborado por: Mariuxi Correa.

### **Intermediarios**

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino comercializará los productos de manera directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para efectuar esta actividad.

## Cientes

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino es una microempresa dirigida a mujeres y hombres que deseen adquirir productos de calidad, variedad, tallas inclusivas, precios competitivos, atención al cliente y experiencia de compra agradable atendiendo las necesidades y expectativas de los clientes.

## Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del negocio.

**Figura 20**

*Esquema del macroentorno de la microempresa.*



*Nota: Macroentorno Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino. Elaborado por: Mariuxi Correa.*

**Factor Político**

Ecuador en la actualidad está viviendo una inestabilidad política este es un factor crucial para cualquier tipo de negocio con el cambio de gobierno en las nuevas elecciones anticipadas por la muerte cruzada podrían tener grandes implicaciones para la economía y el entorno empresarial del país, lo que vive actualmente el país causa cierta incertidumbre ya no se sabe qué políticas o cambios puede traer el nuevo gobernante. En Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino adaptará estrategias de acuerdo con las circunstancias o desafíos que puedan presentarse en temas políticos puesto que la adaptabilidad y la capacidad de respuesta son clave para revolve los retos del macroentorno.

**Factor Económico**

En el país la estabilidad económica se ve afectada por la alta tasa de desempleo, lo que pueden afectar la capacidad de los consumidores para comprar productos ya que muchas personas tienen menos dinero disponible para gastar porque son más cautelosos con los gastos y en ocasiones evitan realizar compras, lo cual puede llevar a una disminución en el número de clientes que visiten la tienda.

Es por tal motivo que en la microempresa considerará ajustar los precios de los productos o ajustar estrategias comerciales, lo que permitirá afrontar de mejor manera los desafíos relacionados con el desempleo y sostener la competitividad de la Tienda en el mercado.

**Factor Sociocultural**

El país está lleno de ambiente cultural propio y ajeno, el mismo que puede influir al momento de adquirir los productos, los estándares de vestimenta pueden

variar ampliamente entre culturas y sociedades al encontrarse en la zona amazónica rodeados de las diferentes etnias, se deberá tomar en cuenta estos valores culturales ya que pueden influir en la forma de vestir de las personas y en las expectativas de cómo deben vestirse en diferentes situaciones. La Tienda de lencería, tomará en cuenta estas diferencias culturales para garantizar que los productos que se ofrece sean apropiados y respetuosos de las normas y valores de las comunidades referidas.

Tomar en cuenta las normas de vestimenta y modestia de la cultura local es crucial para el éxito de la Tienda promoviendo la diversidad y la inclusión en el negocio

### **Factor Tecnológico**

El acceso al internet en la población rural ha tenido un crecimiento significativo lo cual permite identificar para nuestra microempresa como las personas acceden a la información, el comercio ha evolucionado en torno a las redes sociales por tal razón En Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino establecerá canales de distribución y publicidad para crear conciencia de marca, comunicarse directamente con los clientes, promocionar nuevos productos y tener una mayor eficiencia y eficacia de las campañas publicitarias que lancemos además de que ayudará a estar más competitivos en el mercado.

### **Producto y servicio**

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino es una microempresa que se dedica a la venta de prendas íntimas, se centra en proveer una amplia variedad de opciones de ropa interior para hombres y mujeres que incorporan diferentes estilos, colores, tamaños y diseños como asesoramiento y atención personalizada.

La microempresa se centrará también en facilitar a los clientes opciones de calidad y comodidad en prendas íntimas, satisfaciendo así sus necesidades y preferencias en estilo y confort.

### ***Producto Esencial***

Las prendas íntimas juegan un papel importante en la comodidad y confianza diaria de las personas, se busca en tipo de prendas una variedad de estilos, diseños, colores y materiales que sean capaces de adaptarse a las preferencias individuales de cada individuo. Los clientes desean productos que se ajusten mejor a su comodidad además que de que el lugar donde realicen sus compras siempre se mantenga ofertas actualizadas y atractivas.

### ***Producto real***

En Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino se maneja una gran variedad de prendas íntimas tanto para damas como caballeros, nuestros productos incluyen:

- Interior normal o tradicional estas prendas están diseñadas para ofrecer comodidad y cobertura total de la zona íntima.
- Tangas ofrecen comodidad y evitan marcas visibles en la ropa, además de que se consideran sensuales y sexys existe una gran variedad de diseños entre ellos encaje, seda, bordados, algodón.
- Calzoncillos o bóxer es una prenda íntima con variedad de opciones, con materiales y diseños que se adapten a las preferencias de los hombres.

### **Características**

Los productos varían según la necesidad de los clientes entre las características importantes de las prendas se puede mencionar la marca, el estilo, la comodidad, la variedad además de que deben estar diseñados para adaptarse cómodamente al cuerpo. También puede incluir detalles como lazos, encajes, estampados, bordados y colores diversos estas características son esenciales para ambos sexos, ya que ofrecen protección y confort en la zona íntima.

### **Calidad**

Para la adquisición de los productos se tomará en cuenta que estos estén adaptados y diseñados a las necesidades de los clientes por tal motivo se tomará en cuenta estándares o indicadores tales como:

- Etiqueta y marca
- Acabados y detalles
- Elasticidad y ajuste
- Costuras
- Confort y soporte
- Opiniones y sugerencias

### **Estilo**

El estilo de la Tienda de Lencería tendrá y se manejará de acorde a las preferencias y necesidades de los clientes su estilo será de inclusión y diversidad: ofrecerá una variedad de tamaños, estilos y diseños capaces adaptarse a las diferentes formas y necesidades del cuerpo, se centrará en la inclusión y la diversidad,

proporcionando una experiencia de compra acogedora y un entorno que evoluciona de acorde a la diversidad de los clientes. También tomará en cuenta la combinación de diseño de producto, calidad, estilo, experiencia de compra y valor de marca. elementos que trabajarán juntos para crear una identidad única y convincente para atraer a los clientes.

### **Marca**

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino es un nombre que hace referencia a:

“Viky's” transmite una personalidad neutral y centrada combinando una idea de accesibilidad y enfoque amigable y Tienda de Lencería Femenina y Masculino experiencia de compra enfocada en las prendas íntimas tanto para mujeres como para hombres, con una combinación de profesionalismo y atención al cliente.

### ***Producto aumentado***

En Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino se implementará programas de fidelidad que proporcionen beneficios adicionales a los clientes más recurrentes entre los cuales podemos mencionar descuentos exclusivos, regalos de agradecimiento, sistema de recompensas dando estos incentivos buscamos que sigan eligiendo la tienda además de seguir fortaleciendo la relación a largo plazo.

## Plan de introducción al mercado

### Distintivos y uniformes

#### Área de ventas

Se proporcionará a la ejecutiva de ventas una camiseta que contará con los distintivos de la microempresa.

#### Figura 21

*Diseño uniforme Área de Ventas*



*Nota:* Diseño de uniforme, elaborado por: Mariuxi Correa.

## Área Administrativa

Se proporcionará a la Administradora una camiseta que contará con los distintivos de la microempresa.

**Figura 22**

*Diseño uniforme Área Administrativa.*



*Nota:* Diseño de uniforme, elaborado por: Mariuxi Correa.

## Materiales de identificación

### Logotipo

Figura 23

*Diseño de logotipo de la microempresa.*



*Nota:* Logotipo Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino, elaborado por: Mariuxi Correa.

### Elementos a destacar:

- La mariposa representa cambio, delicadeza, así como la idea de cambio, evolución y conexión con la naturaleza.
- El color lila representa feminidad, sensualidad y elegancia este color destaca en el logotipo para comunicar la identidad de la marca y captar la atención del público objetivo.

- Las estrellas simbolizan el lujo, el glamour y la magia con un toque de brillo resaltando la idea productos especiales y fascinantes.
- Usamos fuente negra para proporción un fuerte contraste y legibilidad al logotipo además de asegurarnos que sean claramente visibles y fáciles de leer.

### Tarjetas de presentación

En el anverso de la tarjeta puede apreciarse el logotipo de la microempresa

**Figura 24**

*Anverso tarjeta de presentación*



*Nota:* Anverso tarjeta de presentación, elaborado por: Mariuxi Correa.

**Figura 25**

*Reverso tarjeta de presentación*



*Nota:* Reverso tarjeta de presentación, elaborado por: Mariuxi Correa.

En el reverso de la tarjeta de presentación podemos encontrar datos de contacto, en este caso, de la administradora, así como también se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento el logotipo de la microempresa.

### **Hoja membretada**

La hoja membretada permite mantener una imagen corporativa también será utilizada para asuntos relacionados con oficios, cartas y documentos formales de la microempresa o socios la hoja membretada se detalla a continuación:

Figura 26.

*Hoja membretada*

*Nota:* Hoja membretada, elaborado por: Mariuxi Correa.

**Canal de distribución y puntos de ventas**

Vik's Tienda de Lencería Femenina y Masculino tendrá como canal de distribución y punto de venta físico un establecimiento ubicado en la parroquia Siete de Julio, en el barrio Bella Unión.

**Promoción**

- Se utilizará las redes sociales WhatsApp, Instagram, Facebook y Tik Tok como principales canales de promoción para compartir imágenes de los productos de lencería y ofrecer a los seguidores promociones exclusivas.
- Otro tipo de promoción será ofrecer descuentos por tiempo limitado en ciertos productos de lencería.
- Habrá promociones de descuentos para eventos especiales o de temporada como el Día de San Valentín, el Día de la Madre o Padre, festividades de Navidad y fin de año.

**Contacto**

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.
- Tik Tok
- Instagram

**Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

### Negociación.

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- Vía telefónica.

### Financiamiento

**Tabla 14**

*Financiamiento publicidad*

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$ 3.00
Rótulo 3D	1 unidad	\$10.00
Publicidad en redes sociales <b>2 veces por mes</b>		
El combo semanal incluye: 1 Post Diario por una semana + 1 Reels + 1 Historia	\$15.00	\$30.00
El combo incluye el Diseño de una página de Negocio, (Fans Page) de Facebook la publicación es en Facebook, Instagram, Tiktok y WhatsApp.		
<b>TOTAL</b>		<b>\$43.00</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>		<b>\$516.00</b>

*Nota:* Financiamiento publicidad de Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino, elaborado por: Mariuxi Correa.

### Riesgo y oportunidades del negocio

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino considera como riesgo que la demanda de ropa interior puede cambiar según la estación del año y en ocasiones especiales, lo que puede afectar de cierta manera los ingresos de la tienda.

Otro aspecto importante es que las tendencias de la moda de lencería cambian rápidamente, lo que requiere que se mantenga al día con las últimas tendencias y actualizar el inventario regularmente.

Entre las oportunidades de la tienda es que se puede adicionar productos complementarios que permitan aumentar valor agregado a los clientes y generar ingresos adicionales.

La tecnología permite evolucionar y llegar a expandirse a un público más amplio, ofrecer envíos a domicilio y aprovechar estrategias de marketing digital para hacer crecer las ventas. Además, el uso de la tecnología permite brindar a las clientes alternativas de pago ya que en muchas ocasiones por problemas de inseguridad no se maneja el efectivo podrán realizar los pagos a través de transferencias bancarias lo cual no será impedimento para el cierre de la venta.

## **Fijación de precios**

### **Fijación de precios por productos**

En Vicky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino los precios serán calculados para los clientes tomando en cuenta el precio por caja y unidad, a este valor se le van a sumar porcentajes de acorde a los diversos factores que intervienen en el proceso de la venta.

- Imprevistos
- Gastos administrativos
- Utilidad

- IVA
- Costo de servicio

En este ejemplo se puede observar los porcentajes de estos valores, en consecuencia, de la sumatoria se definirá el precio final tomando como referencia dos tipos de productos.

- Tanga normal o tradicional
- Calzoncillo o bóxer

Tabla 15

Producto conjunto de lencería.

		<b>FICHA TÉCNICA DE VENTA</b>		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO:</b>	Conjunto de lencería de encaje: estilo hípster.	<b>Código:</b> 001		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	13/07/2023	<b>Administradora:</b> Mariuxi Correa		
<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD POR CAJA</b>	<b>TOTAL</b>
Caja	Caja	10.47	1 conjunto	10.47
<b>FOTOGRAFÍA</b>			Total, bruto	10.47
			10% imprevistos	1.05
			Total, neto	11.52
			45% utilidad	5.18
			10% Factor costo	1.15
			Subtotal	17.85
			12% IVA	2.14
			<b>Total</b>	<b>20.00</b>

Nota: Ficha técnica de venta de producto. Elaborado por: Mariuxi Correa

Tabla 16

Producto calzoncillo o bóxer masculino.

		<b>FICHA TÉCNICA DE VENTA</b>		
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO:</b>	Calzoncillo o bóxer		<b>Código:</b> 002	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	13/07/2023		<b>Administrador:</b> Mariuxi Correa	
<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD POR CAJA</b>	<b>TOTAL</b>
Caja	Caja	9.50	3 unidades	9.50
<b>FOTOGRAFÍA</b>			Total bruto	9.50
			10% imprevistos	0.95
			Total neto	10.45
			45% utilidad	4.70
			10% Factor Costo	1.05
			Subtotal	16.20
			12% IVA	1.94
			<b>Total</b>	<b>18.14</b>

Nota: Ficha técnica de venta de producto. Elaborado por Mariuxi Correa

## Implementación del Negocio

### Equipos de Computación.

**Tabla 17.**

*Detalle de Equipos de computación*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Lenovo V15-IGL de 15"	1	\$184.00	\$184.00
Impresora Epson L3110	1	\$100.00	\$100.00
Cámara de seguridad BT06	1	\$13.00	\$13.00
Lector de Código	1	\$20.00	\$20.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$317.00</b>

*Nota:* Descripción de equipos de computación. Elaborado por: Mariuxi Correa

### Equipos Industriales de Seguridad

**Tabla 18.**

*Detalle de Equipos industriales de seguridad*

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$19.99	\$19.99
Detector Humo inalámbrico	2	\$3.00	\$6.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$1.50	\$7.50
<b>TOTAL</b>			<b>\$33.49</b>

*Nota:* Equipos industriales de seguridad de Viky's Tienda de lencería femenina y masculina. Elaborado por: Mariuxi Correa.

## Muebles y Enseres.

**Tabla 19.**

*Detalle de Muebles y enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Maniqués de Lencería	6	\$5.00	\$30.00
Estanterías	2	\$30.00	\$60.00
Armadores de madera	35	\$1.00	\$35.00
Vitrinas	3	\$30.00	\$90.00
Perchero doble	2	\$20.00	\$40.00
Espejos	2	\$20.00	\$40.00
Mueble de espera	1	\$50.00	\$50.00
Counter de recepción	1	\$80.00	\$80.00
Silla de escritorio	1	\$17.00	\$17.00
Pizarra tipo tijera para publicidad	1	\$20.00	\$20.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$462.00</b>

*Nota:* Descripción de muebles y enseres de Viky's Tienda de lencería femenina y masculina. Elaborado por:

Mariuxi Correa

## Suministros de Oficina

Tabla 20.

*Detalle de Suministros de oficina*

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond, 1 resma	1	\$3.75	\$3.75
Grapadora con set de grapas	1	\$1.50	\$1.50
Grapas (caja)	1	\$0.75	\$0.75
Estuche de esferos (rojo, azul, negro)	3	\$0.50	\$1.50
Perforadora	1	\$2.25	\$2.25
Cuaderno estadístico	1	\$2.50	\$2.50
<b>TOTAL</b>			<b>\$12.25</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$147.00</b>

*Nota:* Suministro de oficina de Viky's Tienda de lencería femenina y masculina. Elaborado por: Mariuxi Correa

## Servicios Básicos.

Tabla 21.

*Detalle de Servicios básicos*

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>
Agua	\$5.00
Luz	\$12.00
Internet	\$20.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$37.00</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>	<b>\$444.00</b>

*Nota:* Servicios básicos de Viky's Tienda de lencería femenina y masculina. Elaborado por: Mariuxi Correa

## Materiales de Limpieza.

Tabla 22.

*Detalle de Materiales de Limpieza*

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNIT</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$2.50	\$2.50
Trapeador	1	\$2.00	\$2.00
Cloro 1 Gal	1	\$2.50	\$2.50
Desinfectante 1 Gal	1	\$5.00	\$5.00
Fundas basura con agarraderas (25 unidades)	1	\$2.50	\$2.50
Pala	1	\$2.00	\$2.00
Jabón líquido manos 525 ml	1	\$1.75	\$1.75
Papel higiénico (rollos)	18	\$0.33	\$5.99
Toallas absorbentes	1	\$2.25	\$2.25
Gel antibacterial hidratante 1 lt	1	\$3.75	\$3.75
<b>TOTAL</b>			<b>\$30.24</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>			<b>\$362.88</b>

*Nota:* Materiales de limpieza de Vicky's Tienda de lencería femenina y masculina. Elaborado por: Mariuxi Correa.

## **PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino será un negocio formal, pero a pesar de esta formalidad no se constituirá como (persona jurídica) sino que se manejará como persona natural, para lo cual se cumplirán con los siguientes trámites:

### **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para la legalidad de la microempresa Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino y la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) se deberá acudir a la entidad competente que en este caso es el SRI a través de cualquiera de sus agencias o en la página web institucional.

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino hará el trámite en línea con los siguientes requisitos:

#### ***Requisitos para realizar el trámite en línea:***

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

#### ***Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:***

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

### **Patente Municipal**

Patente Municipal es un impuesto que se aplica aquellos que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales este impuesto se deberá pagar una vez al año además cada municipio emite sus delineamientos y cálculos de pagos en el Municipio de Shushufindi se deberá:

- Cumplir con los deberes y obligaciones establecidos en la Ley.
- Inscribirse en el registro de patentes de la Unidad de Rentas Internas de la Dirección Financiera Municipal, previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

### **Personas Naturales**

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Copia Planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio
- Copia del RUC, en caso de renovación.
- Formulario de inscripción de patente municipal.
- Presentar certificación ambiental otorgada por la Dirección de Ambiente, Higiene y Salubridad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Shushufindi, si el caso amerita.
- Certificado de Uso de Suelo emitido por la Dirección de Planificación Territorial.
- Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio

- Permiso de funcionamiento conferido por el Cuerpo de Bomberos de Shushufindi.
- Fotografía Impresa en hoja de papel bond de la parte interna y externa del negocio.

### **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El registro patronal es un proceso importante mediante el cual la Administración del Seguro Social mantiene un control adecuado sobre las empresas afiliadas y los empleadores garantizando el cumplimiento de sus obligaciones y facilitar el acceso de los trabajadores a los servicios y beneficios de la Administración del Seguro Social, el trámite no tiene ningún costo.

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://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.

**Ministerio del Trabajo (MT)**

Permite el registro de los datos del trabajador y su contrato de trabajo, además del pago del décimo tercero y decima cuarta remuneración también permite reportar y mantener actualizada la información de los trabajadores además de regular y controlar el cumplimiento de las obligaciones laborales. Se debe contar con el Sistema Único de Trabajo (SUT) registrándose como empleador en la página web <https://sut.trabajo.gob.ec/>.

## PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son una serie de metas comunes para proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. Estas metas comunes necesitan la implicación activa de las personas, las empresas, las administraciones y los países de todo el mundo. (Acciona, n.d)

En Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculino se abordará de manera integral los objetivos de desarrollo sostenible planteados por la Organización de las Naciones Unidas además de buscar resultados positivos con el medio ambiente, la sociedad y la economía, para obtener un futuro más sostenible para todos.

**Figura 27.**

*Objetivos de Desarrollo sostenible*



*Nota:* Figura tomada de un.org

## **Objetivos Sociales**

### ***Trabajo decente y crecimiento económico***

La Tienda de Lencería buscará promover y generar vacantes laborales en donde los empleados tengan la oportunidad de acceder a un empleo digno con remuneraciones justas y condiciones laborales adecuadas de acorde a las leyes y regulaciones laborales vigentes en el país además de respetar su contrato laboral, así como también el pago puntual de los salarios, seguridad social y participación de las utilidades.

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino brindará oportunidades de capacitaciones, así como todas las facilidades posibles aquellas personas que deseen seguir continuando con su desarrollo profesional o académico.

### ***Igualdad de Género***

La microempresa tiene como objetivo social contribuir a que la igualdad de género se desarrolle bajo las mismas condiciones garantizando un entorno laboral más justo y respetuoso para los trabajadores, ya sean estos hombres y mujeres donde se evidencie una igualdad salarial, donde se reciban remuneraciones justas y equitativas por igual acorde a su trabajo y responsabilidades ejecutadas dentro de la Tienda.

Por otro lado, se implementará políticas de no discriminación promoviendo un ambiente laboral más inclusivo e igualitario con una cultura organizacional que valore y respete la diversidad de todas las personas, independientemente de su género, raza, religión u orientación sexual.

## **Objetivos Ambientales**

### ***Energía Asequible y No Contaminante***

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino se enfocará en promover prácticas sostenibles en el consumo y uso de energía, se reemplazará todas las bombillas tradicionales con luces LED de bajo consumo ya que estas luces son más eficientes, además duran más y consumen menos energía que las luces incandescentes o fluorescentes también se instalará sensores de movimiento o temporizadores para evitar desperdiciar energía cuando no haya nadie en un área de la Tienda.

Por otro lado, en la microempresa se fomentará una cultura interna que valore la sostenibilidad y promueva la responsabilidad en el uso de los recursos además se motivará y reconocerá a los empleados por su compromiso con estas prácticas de eficiencia energética. Esto ayudará o contribuirá de alguna manera con la reducción del cambio climático y la preservación de recursos naturales para las nuevas generaciones.

### ***Agua Limpia y Saneamiento***

En Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino se realizará un mantenimiento regular en los sistemas de agua para identificar y reparar posibles fugas ya que las mismas pueden generar un desperdicio considerable y aumentar el consumo innecesario.

También se implementará medidas de reducción de residuos, esto contribuirá a un enfoque más responsable y sostenible, estas acciones no solo beneficiarán al medio ambiente y al sistema de saneamiento local, sino que también tendrá un impacto positivo en los clientes y empleados.

## **PROCESO FINANCIERO**

### **Introducción**

Seguidamente, Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino detallará todos los activos de la microempresa que integran la inversión inicial, así como los activos fijos y diferidos que son parte fundamental para emprender el negocio con la finalidad de analizar a través de los datos financieros si es posible la factibilidad económica de la microempresa.

### **Inversión**

La inversión se refiere al dinero o capital financiero necesarios que se designa al negocio para establecer y garantizar su operación, en la etapa inicial hasta alcanzar el punto de equilibrio y comenzar a generar ingresos sostenibles.

### **Activos fijos**

Hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año (Directivos, 2020, sec.)

Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino tomará en cuenta dentro de los activos fijos a los equipos industriales, seguridad, equipos de computación, muebles y enseres con una inversión total en los activos fijos de \$ 812.49 dólares. (Ver tabla 23).

**Tabla 23***Activos Fijos*

<b>INVERSIONES</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Equipos Ind./ seguridad	33.49	33.49
Equipos de Computación	317.00	317.00
Muebles - enseres	462.00	462.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$812.49</b>

*Nota:* Activos fijos de Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculino, Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

### **Capital de trabajo**

Según (Westreicher, 2020, sec.) afirma que el capital de trabajo “Se centra en los recursos de capital con los que una empresa determinada puede contar en el corto plazo para operar. Es decir, aquellos capitales comúnmente utilizados en la actividad económica diaria que la firma realiza”.

Viky´s Tienda de Lencería Femenina y Masculino tiene como capital de trabajo un total de \$17,435.48 dólares en donde se ha considerado sueldos, servicios básicos, materiales de oficina, materiales de limpieza, alquiler, gastos de permisos de funcionamiento, publicidad, adquisición de productos y gastos financieros. (Ver tabla 24).

**Tabla 24***Capital de Trabajo.*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>3 meses</b>	<b>12 meses</b>
Sueldos	3222.9	12891.60
Servicios Básicos	111.00	444.00
Material oficina	36.75	147.00
Material limpieza	90.72	362.88
Gastos de constitución	25.00	100.00
Alquiler local	00	00
Publicidad	129.00	516.00
Adquisición productos	250.00	1000.00
Gastos financieros	280.00	1,120.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>4145.37</b>	<b>16581.48</b>

*Nota:* Capital de Trabajo, Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino. Elaborado por: Mariuxi Correa.

### **Inversión total**

Nuestra microempresa inicia su actividad comercial con inversión total que se obtiene de la suma de los activos fijos y el capital de trabajo los mismos que serán destinados para el año 1, con un total de:

**Tabla 25***Detalle de Inversión.*

<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	812.49
CAPITAL DE TRABAJO /12M	16581.48
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 17393.97</b>

*Nota:* Capital de trabajo, Inversión total de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

## Sueldos

El salario o sueldo es la remuneración recibida por una persona como pago por su trabajo. De esta forma, el empleado puede beneficiarse de su contribución en tiempo y esfuerzo a la empresa que lo contrata. De la misma forma que puede ver traducida esa aportación en términos monetarios. (Caballero Ferrari, 2015).

A continuación, se describirá la remuneración de cada colaborador que forma parte de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino más las aportaciones correspondientes de acuerdo al Instituto de Seguridad Social IESS (Ver tabla 26).

**Tabla 26.**

*Sueldos y aportaciones (IESS).*

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Jefe Administrativo	450.00	5400.00	510.30	656.10	5545.80
Ejecutiva de Ventas	450.00	5400.00	510.30	656.10	5545.80
<b>TOTAL</b>	<b>900.00</b>	<b>10800.00</b>	<b>1020.60</b>	<b>1312.20</b>	<b>11091.60</b>

*Nota:* Sueldos y aportaciones anual. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

## Beneficios legales

Son aquellos que representan el décimo tercer y el décimo cuarto sueldo que reciben los colaboradores de la microempresa de acuerdo a la ley y el código del trabajo. (Ver tabla 27).

**Tabla 27***Décimo tercero y décimo cuarto sueldo.*

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DECIMO 4°</b>	<b>DECIMO 3°</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>
Jefe Administrativo	450.00	450.00	450.00	900.00
Ejecutiva de Ventas	450.00	450.00	450.00	900.00
<b>TOTAL</b>	<b>900.00</b>	<b>900.00</b>	<b>900.00</b>	<b>1800.00</b>

*Nota: Décimo tercer y cuarto sueldo del personal. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).*

Seguidamente se mostrará el total de los sueldos con las aportaciones al IESS y beneficios de ley correspondientes con un total de \$ 12891.60 dólares.

**Tabla 28***Total de sueldos y beneficios de ley.*

<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>TOT. DECIMOS</b>	<b>TOT. ANUAL</b>
<b>11091.60</b>	<b>1800.00</b>	<b>12891.60</b>

*Nota: Total, anual de sueldos y décimos del personal. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).*

### **Depreciación de activos fijos**

Según (Burguillo, 2016) afirma que “La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, la depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo”.

Los activos fijos de nuestra microempresa están sujetos a depreciación los Equipos Industriales con un 10%, equipos de computación con un 33.33% y muebles y enseres con el 10%. Estos porcentajes en la depreciación están realizados en línea recta y basados según la Ley de Régimen Tributaria Ecuatoriana. (Ver tabla 29).

**Tabla 29**

*Depreciación de activos fijos*

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)</b>			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	33.49	10%	3.34
Equipos de Computación	317.00	33.33%	105.65
Muebles y Enseres	462.00	10%	46.20
<b>TOTAL</b>			<b>\$155.21</b>

*Nota:* Depreciación de los activos fijos. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

### **Tabla de amortización capital financiado.**

A través de la siguiente tabla de amortización se detallará el valor de los recursos financieros que faltan o se necesitan para arrancar las actividades la microempresa, el valor financiado por la entidad financiera asciende a \$ 8000.00 dólares. (Ver tabla 30)

**Tabla 30.***Tabla de Amortización*

<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	8000.00
1	2330.27	1,120.00	1,210.27	6,789.73
2	2330.27	950.56	1,379.71	5,410.03
3	2330.27	757.40	1,572.86	3,837.16
4	2330.27	537.20	1,793.07	2,044.10
5	2330.27	286.17	2,044.10	0.00

*Nota:* Tabla de amortización del capital financiado. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

La microempresa Viky's Tienda de lencería femenina y masculina va a solicitar un crédito a una entidad financiera el mismo que será calculado a un plazo de 5 años utilizando una tabla de amortización al estilo francesa considerándose cuotas fijas mensuales de \$194.19, el préstamo solicitado está dentro de la línea de consumo.

### **Estructura de capital.**

La distribución de la inversión total de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino está distribuida de la siguiente manera: capital propio con una inversión de \$9443.97 dólares que constituye un 54% del total de la inversión y el capital financiero con un monto de \$8000.00 dólares que representa el 46% que falta de la inversión. El valor porcentual del costo del capital propio es del 22%, este valor está calculado por la tasa pasiva más el riesgo país que arroja una tasa de descuento del

11.9%, mientras que el costo del capital financiado es del 14% que arroja una tasa de descuento del 6.4%. (Ver tabla 31).

**Tabla 31**

*Estructura del capital*

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	9047.47	54%	22%	11.9%	
Capital Financiero	8000.00	46%	14%	6.4%	
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>	<b>17393.97</b>	<b>100%</b>		<b>18.4%</b>	<b>TMAR</b>

*Nota:* Estructura del monto del capital. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

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

El TMAR está compuesto por la tasa pasiva del capital propio más el riesgo país que tienen un porcentaje de 11.9% más la tasa del capital financiero que es del 6.4% dando como resultado un TMAR de 18.4% para el proyecto de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. (Arias, E.R, 2020, mayo 6).

A continuación, en la siguiente tabla se puede evidenciar el monto fijo de capital de trabajo que se destinará para cada mes en donde están detallados los gastos correspondientes de arriendo y sueldos calculados mensualmente. (Ver tabla 32).

**Tabla 32**

*Costos fijos.*

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Arriendo	00.00
Sueldos	950.00
<b>TOTAL</b>	<b>950.00</b>

*Nota:* Costos fijos mensuales. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

### **Margen de contribución**

El margen de contribución está calculado por los siguientes datos que son los valores del conjunto de lencería que está compuesto por dos prendas con un valor de costo de \$ 10.47 dólares y el precio estimado del conjunto de \$ 17.85 dólares, de tal manera se genera un margen de contribución de \$ 7.38 dólares. (Ver tabla 33).

**Tabla 33***Margen de contribución.*

<b>COSTOS DE CONJUNTO DE LENCERÍA</b>	
Precio	17.85
Costo	10.47
<b>Ganancia</b>	<b>7.38</b>

<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	

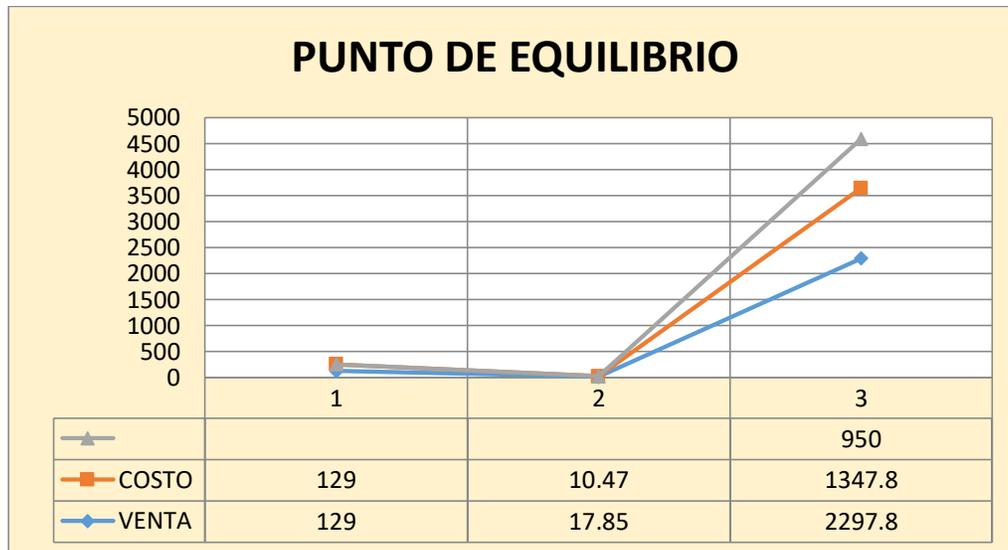
*Nota:* Margen de contribución. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

En el estudio financiero de nuestra microempresa sobre el punto de equilibrio se puede evidenciar que está conformado por los costos fijos de las cajas de ropa interior más el margen de contribución de los mismos dando como resultado que para poder llegar al punto de equilibrio se necesitara realizar una venta de 129 cajas de ropa interior mensualmente equivalente a un promedio de 4.3 ventas diarias de estos productos. (Ver tabla 34).

**Tabla 34***Punto de equilibrio.*

<b>PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION</b>			
PE=	129		
	129	Conjunto de lencería	4.3 diario
<b>VENTA</b>	129	17.85	2297.80
<b>COSTO</b>	129	10.47	1347.80
			<b>950.00</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

*Nota:* Cálculo del punto de equilibrio, ventas diarias. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

**Figura 28.***Punto de equilibrio*

*Nota:* Gráfica del punto de equilibrio. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

El punto de equilibrio es 129 ventas para no ganar ni perder, pero para obtener ganancias y rentabilidad se debe vender un 100% más por tal motivo en las ventas proyectadas se necesitará vender 287 cajas de ropa interior mensualmente equivalente a un promedio de 9.56 ventas diarias de estos productos permanentemente para marcar una rentabilidad, así como una tasa interna de retorno y un VAN positivo.

Además, este incremento de ventas se va a realizar para obtener rentabilidad y están ancladas al plan de marketing: uso de redes sociales, eventos especiales o de temporada, promociones exclusivas estas estrategias aportaran para incrementar el 100% de ventas proyectadas. (Ver tabla 35).

**Tabla 35***Ventas proyectadas.*

<b>Ventas proyectadas</b>			
287	5122.95	61475.40	ventas
287	3004.89	36058.68	costo

*Nota:* Ventas proyectadas mensuales. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

### **Costo de ventas**

El costo de ventas para la microempresa Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino tiene una proyección estimada de un periodo de tiempo de cinco años, donde se puede conocer las ventas programadas en cada uno de los años proyectados, además de la utilidad bruta, utilidad neta y otros componentes más que intervienen para realizar el cálculo del flujo de ventas. (Ver tabla 36).

**Tabla 36***Flujo de ventas proyectadas*

<b>FLUJO DE VENTAS</b>	0	1	2	3	4	5
VENTAS	61475.40	63325.81	65231.92	67195.40	69217.98	
COSTO DE VENTAS	36058.68	37144.05	38262.08	39413.77	40600.13	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	25416.72	26181.76	26969.83	27781.63	28617.85	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12891.60	13279.64	13679.35	14091.10	14515.24	
SERVICIOS BASICOS	444.00	457.36	471.13	485.31	499.92	
MATERIAL OFIC.	147.00	151.42	155.98	160.68	165.51	
ALQUILER LIMPIEZA	362.88	373.80	385.05	396.64	408.58	
GASTOS DOCUMENTOS, PERMISOS	100.00	103.01	106.11	109.30	112.59	
ALQUILER	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
DEPRECIACIONES	155.21	155.21	155.21	155.21	155.21	
AMORTIZACIONES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
UTILIDAD OPERATIVA	11316.03	11661.32	12017.00	12383.38	12760.79	
GASTOS FINANCIEROS	1120.00	950.56	757.40	537.20	286.17	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10196.03	10710.76	11259.59	11846.18	12474.62	
BASE IMPOSITIVA	2549.01	2677.69	2814.90	2961.54	3118.65	
UTILIDAD NETA	7647.03	8033.07	8444.69	8884.63	9355.96	

*Nota:* Flujo de ventas proyectadas. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

## Flujo de caja

El flujo de caja de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino ha considerado todos los egresos e ingresos que tiene la microempresa con una proyección estimada de cinco años de actividad comercial. (Ver tabla 37).

**Tabla 37**

*Flujo de caja*

<b>FLUJO DE CAJA</b>	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		11316.03	11661.32	12017.00	12383.38	12760.79
DEPRECIACION		155.21	155.21	155.21	155.21	155.21
AMORTIZACION		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
- BASE IMPOSITIVA		2549.01	2677.69	2814.90	2961.54	3118.65
- GASTOS FINANCIEROS		1120.00	950.56	757.40	537.20	286.17
- PAGO CAPITAL		1,210.27	1,379.71	1,572.86	1,793.07	2,044.10
+ VALOR DE SALVAMENTO						
+ CAPITAL DE TRABAJO						
- REPOSICION DE ACTIVOS						
= FLUJO NETO DE CAJA	-17393.97	6,591.96	6,808.57	7,027.04	7,246.77	7,467.07

*Nota:* Flujo de caja neto. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

## Cálculo del VAN y el TIR

### *VAN (Valor Actual Neto) o VPN*

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Morales, V.V., 2014, junio 15).

Este indicador financiero permite determinar la viabilidad de la microempresa en base a la estimación de los flujos de caja anuales en donde los resultados demuestran que existe un VAN con una rentabilidad de \$ 7,610.46 dólares para el proyecto.

### *Interpretación VAN*

**Tabla 38**

*Interpretación del Valor actual neto.*

<b>VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)</b>
<b>VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN</b>
<b>VAN &lt; 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE</b>
<b>VAN &gt; 0 EL PROYECTO ES RENTABLE</b>
<b>VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRÁ PERDIDAS NI GANACIAS,</b>

*Nota:* Interpretación del VAN. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

**Formula del VAN**

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN = 7200.55$$

$F_t$  = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

$I_0$  = inversión inicial.

$n$  = número de periodos de tiempo.

$k$  = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

**TIR (Tasa Interna de Retorno)**

La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida (Cordoba, 2011, p. 242).

### ***Interpretación del TIR***

**Tabla 39.**

*Interpretación del TIR.*

<b>TIR= TASA INTERNA DE RETORNO</b>
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

*Nota:* Interpretación del TIR. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

### ***Formula del TIR***

$$\text{TIR} = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+\text{TIR})^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+\text{TIR})} + \frac{F_2}{(1+\text{TIR})^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+\text{TIR})^n} = 0$$

**TIR=28.39%**

$F_t$  = flujos de caja.

$I_0$  = inversión inicial.

$n$  = número de periodos de tiempo.

TIR = tasa interna de retorno.

El cálculo de la tasa interno de retorno (TIR) de Viky's Tienda de Lencería Femenina y Masculino demuestra que existe una rentabilidad del proyecto con un

porcentaje del 29.11% con una separación del 10.86% de la tasa mínima de rendimiento (TMAR) que se encuentra en el 18.25%. (Ver tabla 40).

**Tabla 40**

*Cálculo del VAN Y TIR.*

VAN	7,200.55
TIR	28.39%
TMAR	18.38%

*Nota:* Cálculo del VAN y TIR. Elaborado por: Mariuxi Correa. (2023).

j

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- En la Tienda de Lencería se ha definido de manera concreta los diferentes roles y responsabilidades que tendrá a cargo el equipo de colaboradores lo cual permitirá mantener un ambiente de trabajo eficiente, además la correcta organización microempresarial brindará una mayor facilidad en la dirección y administración de las actividades planificadas.
- Una vez realizada la investigación de mercado ha permitido entender las preferencias y necesidades de los clientes de tal forma se creará e implementará estrategias de marketing efectivas y precisas garantizando la satisfacción del cliente, lo cual generará un incremento significativo en el reconocimiento de la Tienda en un mercado competitivo, así como también ayudará a establecer un base de clientes sólidas y leales.
- Se cumplirá con las diferentes regulaciones, leyes y normativas que rigen en el país de tal manera se evitará problemas de carácter legal además del cumplimiento de responsabilidades y compromisos con la ética empresarial y el entorno que la rodea.
- La Tienda de lencería también tiene en cuenta su impacto social y medioambiental. Por lo que se demuestra la prevención en la sostenibilidad y la responsabilidad social, de tal forma que pueda crearse una imagen positiva en la comunidad y en los clientes.

- El proceso y planificación financiera que la Tienda de Lencería tiene proyectada permitirá una gestión eficaz de los ingresos, costos e inversiones, proporciona estabilidad económica y la capacidad de planificar a corto y largo plazo. Esto permite mantener un crecimiento continuo y una presencia duradera en el mercado por lo cual se puede manifestar que el proyecto de idea de negocio es factible para su aplicación.

### **Recomendaciones**

- Se debe asegurar antes de implementar cualquier tipo de negocio, que éste se encuentre en una buena ubicación ya que es fundamental el tráfico de clientes, ya que una ubicación céntrica con calles transitadas permite aumentar la visibilidad de los negocios.
- Otro factor importante es brindar una experiencia excepcional al cliente, desde que inicia el proceso de compra hasta el servicio postventa, además cada interacción debe ser agradable y satisfactoria puesto que una atención personalizada y las respuestas rápidas a las consultas de los clientes son fundamentales para cimentar relaciones duraderas.
- Se debe contar con un plan de negocios integral que sirva de guía, desde la visión y la misión del negocio hasta los procesos financieros y las estrategias de marketing. Un buen plan permitirá tener éxito en el mercado competitivo de manera eficiente y eficaz.

## Referencias

- Arias, E. R. (2020, May 6). *Punto de equilibrio*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- García-allen, J. (2015, May 30). *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Psicologiaymente.com.  
<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>
- Hamra, A. (2020). Pirámide de jerarquías en la empresa. *Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano*, 3(1), 195–199.  
<https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/94>
- Huerta, D. S. (2020). *ANÁLISIS FODA O DAFO*. Bubok.
- Morales, V. V. (2014, June 15). Valor actual neto (VAN). Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Westreicher, G. (2020, August 17). *Capital de trabajo*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>
- (N.d.). Redalyc.org. Retrieved August 17, 2023, from  
<https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Talancón, H. P. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 12(1), 113-130.

## ANEXOS

## Anexo 1. Encuesta

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA DE  
LENCERIA DE ROPA FEMENINA Y MASCULINA  
EN EL SECTOR DEL CANTÓN SHUSHUFINDI,  
PARROQUIA SIETE DE JULIO, BARRIO  
BELLA UNIÓN.**

*ITI TECNOLÓGICO INTERNACIONAL UNIVERSITARIO/ CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN  
ADMINISTRACIÓN*

1. ¿Cuál es su género? \*

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo

2. ¿En qué rango de edad pertenece? \*

- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55 años o más

3. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa interior? \*

- Semanalmente
- Mensualmente
- Cada varios meses
- Una vez al año

4. ¿Qué factores son más importantes para usted al momento de elegir ropa interior? \*

- Comodidad
- Calidad
- Estilo y diseño
- Precio
- Marca reconocida

5. ¿Qué precio estaría dispuesto/a a pagar por una prenda de ropa interior de calidad? \*

- Económico \$15-\$20
- Moderado \$20-\$25
- Alta gama \$25-\$30
- Lujo (más de \$30)

6. ¿Cuál es tu estilo de ropa interior favorito? \*

- Clásico
- Sexy
- Deportivo
- Romántico

7. ¿Le interesaría recibir promociones exclusivas y descuentos como cliente de la tienda? \*

- SI
- NO

8. ¿Dónde suele comprar su ropa interior? \*

- Tiendas físicas
- Tiendas en línea
- Grandes tiendas especializadas

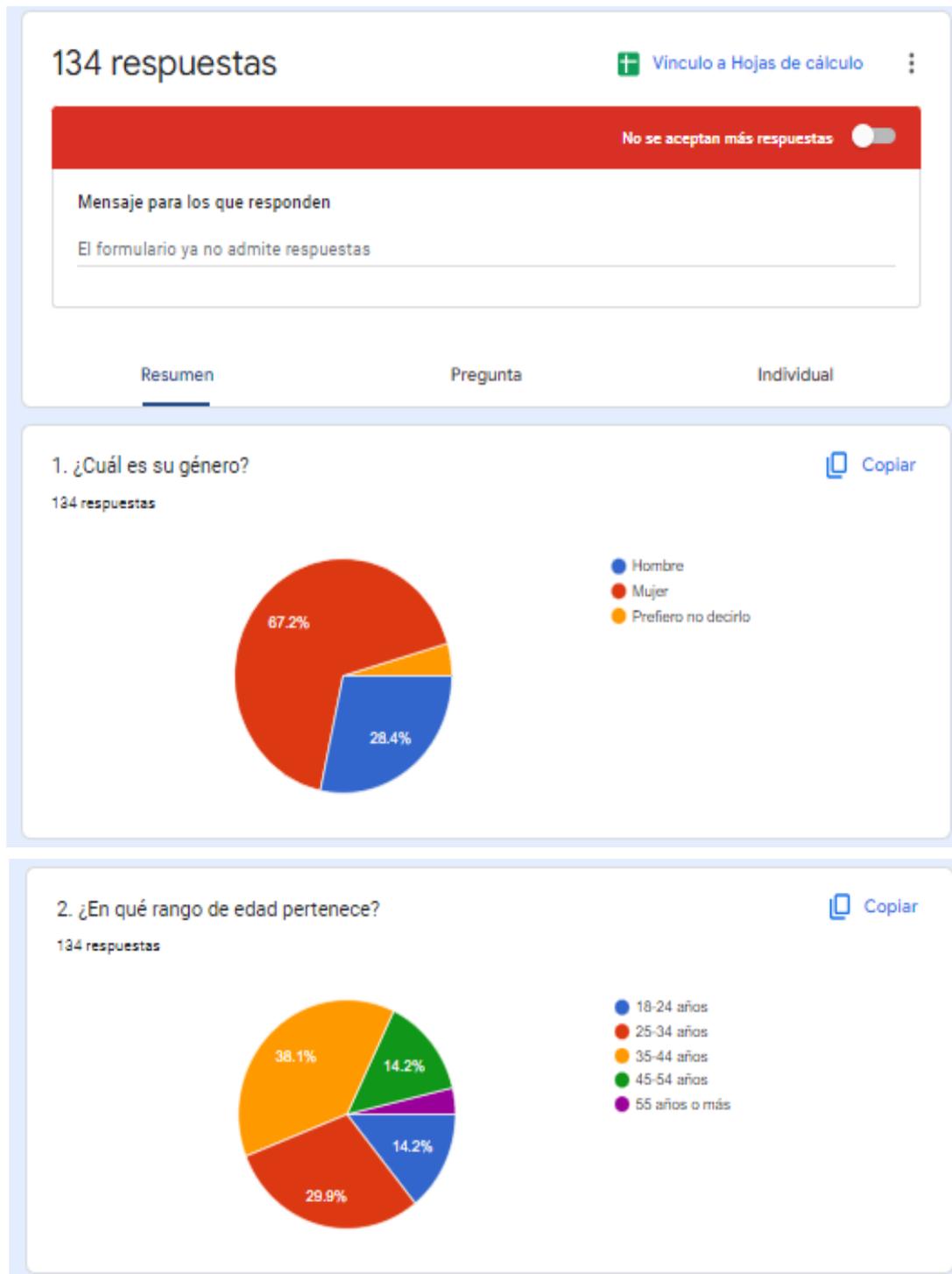
9. ¿Qué tipo de ropa interior sueles usar con más frecuencia? \*

- Calzoncillos/boxers
- Interior normal o tradicional
- Tangas
- Tangas brasileñas
- Sujetadores o brasier

10. ¿Te gustaría recibir asesoramiento personalizado al elegir ropa interior en la tienda? \*

- SI
- NO

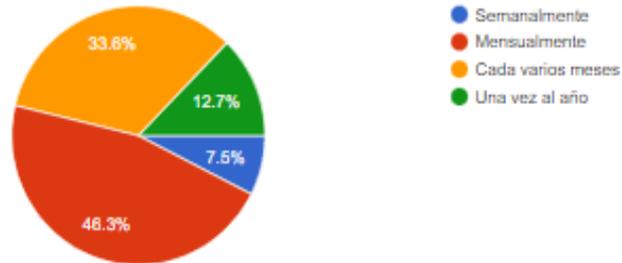
## Anexo 2. Respuestas



3. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa interior?

[Copiar](#)

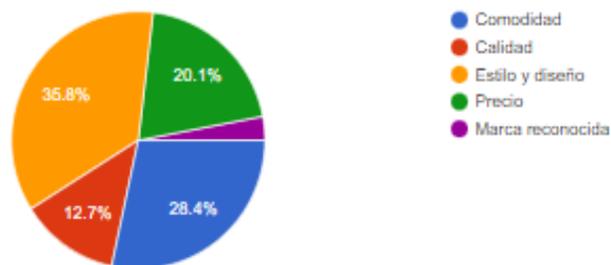
134 respuestas



4. ¿Qué factores son más importantes para usted al momento de elegir ropa interior?

[Copiar](#)

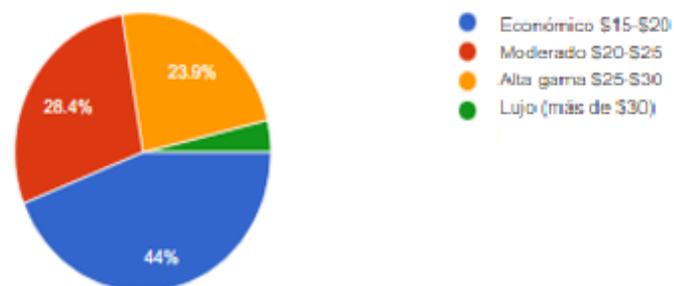
134 respuestas



5. ¿Qué precio estaría dispuesto/a a pagar por una prenda de ropa interior de calidad?

[Copiar](#)

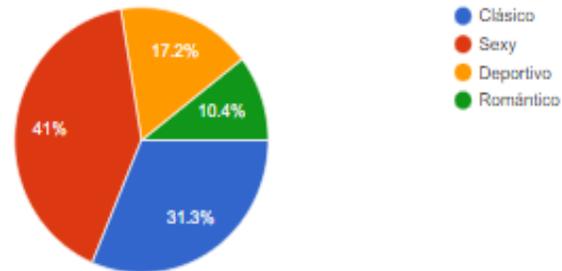
134 respuestas



6. ¿Cuál es tu estilo de ropa interior favorito?

 Copiar

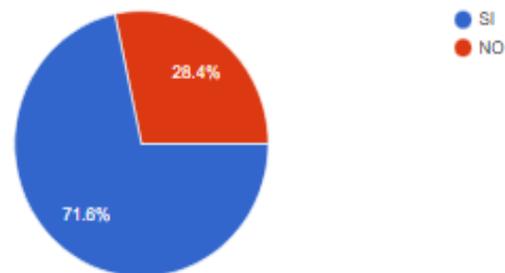
134 respuestas



7. ¿Le interesaría recibir promociones exclusivas y descuentos como cliente de la tienda?

 Copiar

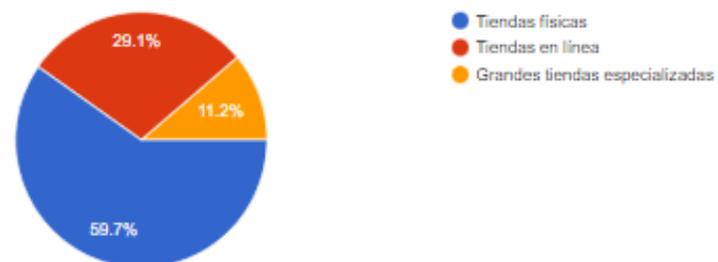
134 respuestas



8. ¿Dónde suele comprar su ropa interior?

 Copiar

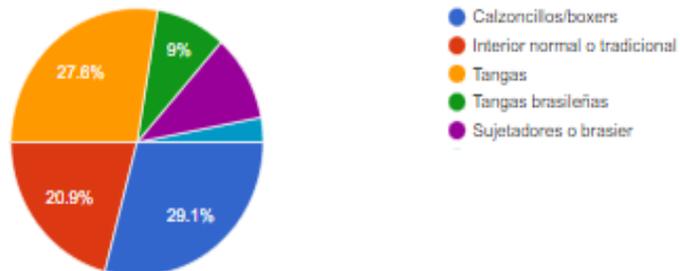
134 respuestas



9. ¿Qué tipo de ropa interior sueles usar con más frecuencia?

[Copiar](#)

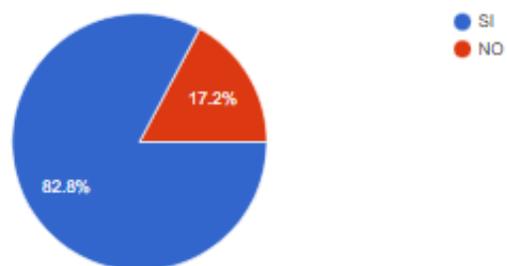
134 respuestas



10. ¿Te gustaría recibir asesoramiento personalizado al elegir ropa interior en la tienda?

[Copiar](#)

134 respuestas



Anexo 3. Equipos de computación



**Impresoras De Remate**  
**Distribuidores Epson**  
**Autorizados L3210 L3250**  
**L3260 L4250 Garantía 2 Años**  
 99 \$ · Disponible  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

Estado	Nuevo
Inalámbrico (sí/no)	Sí
Tipo de impresora	Impresora de chorro de tinta

Pregunte por su asesor de ventas DIEGO BURBANO y obtenga un obsequio por su compra 🎁🎁🎁🎁🎁

Envía un mensaje al vendedor

Hola, ¿sigue disponible?

Enviar



**NEGOVENTAS IMPORT**  
 GUAYAQUIL - QUITO - CUENCA

**SUPER OFERTAS DEL MES**

**LECTOR DE CÓDIGOS DE BARRAS**

**PRECIO DE OFERTA \$20,00**

@negoventas\_import 0991836653 - 0991631272

**lector de códigos de barras**  
 \$20 · Disponibles  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

Detalles

Estado Nuevo

Somos Negoventas Import!!!!  
 Disponemos de Locales en la ciudad de Gquil, Quito y Cuenca.  
 Realizamos envíos a todo el Ecuador por servientrega. 📞 Contáctenos al 0991836653 - 0986235975 o dejeme su numero para mas informacion y lo contactaremos de inmediato.  
 Tenemos locales en Quito norte calle Machala N 56 106 entre Carlos Quinto y Fernández Salvador también disponemos sucursales en Guayaquil y Cuenca envíos por servientrega o cooperativa.

Envía un mensaje al vendedor

Hola, ¿sigue estando disponible?

Enviar

**COBRA**

**LAPTOP LENOVO V15 - IGL**

CARACTERÍSTICAS

- ▶ 4 GB de RAM
- ▶ Disco de 500+GB C4
- ▶ Procesador Celeron N4020

precio en efectivo  
**\$184<sup>00</sup>**

15"



Sto Dgo / Av. Los Colonos y Camino la Bengala

Cobra Importaciones

**COBRA**

**BTEC SECURITY**

**ENVÍO GRATIS**

PRECIO EN EFECTIVO  
**\$13<sup>29</sup>**

**CÁMARA DE SEGURIDAD BT06**

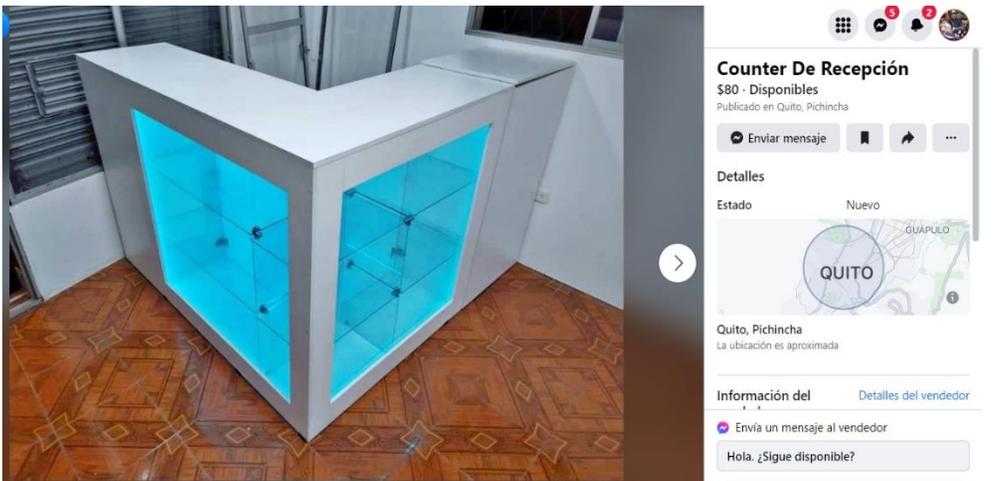
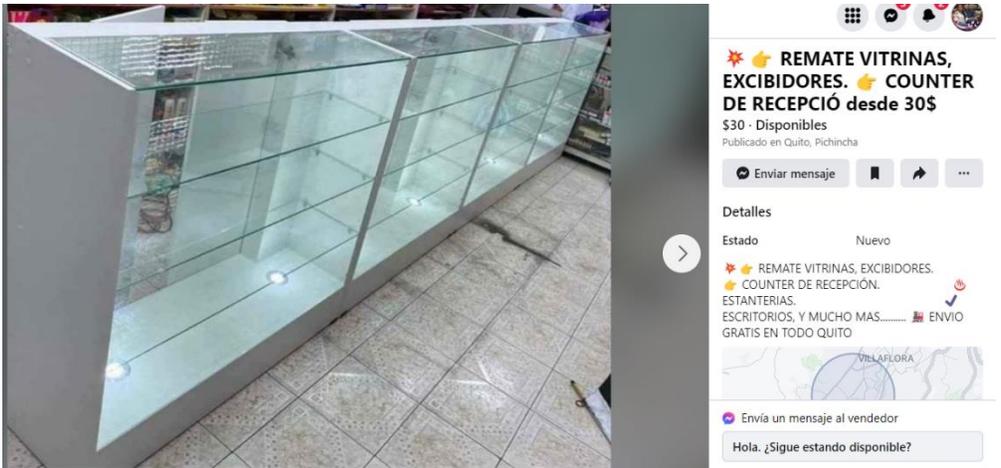
- Resolución HD
- Micrófono y altavoz integrados
- Compatible con IOS y Android
- Soporta hasta 128GB SD
- Detección de movimiento

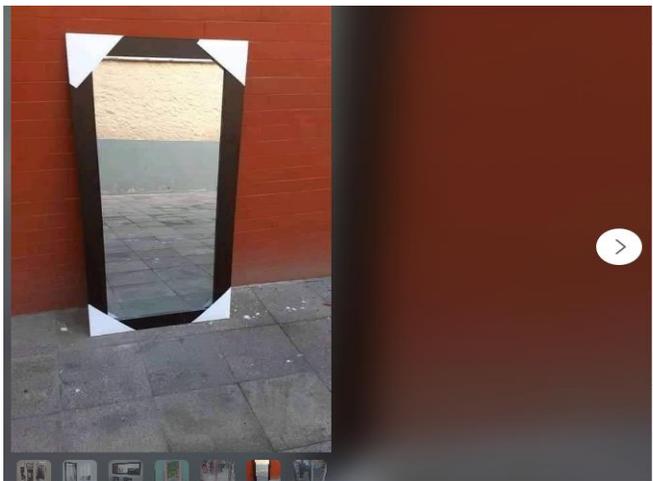


Sto Dgo / Av. Los Colonos y Camino la Bengala

Cobra Importaciones

Anexo 4. Muebles y Enseres





**Elegantes espejos decorativos para el hogar el negocio o la oficina en finos estilos 20\$**  
 \$20  
 Publicado hace 19 semanas en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

**Detalles**

Elegantes espejos decorativos espejos en excelentes modelos decor para el hogar el negocio onla oficina en finos estilos moderno en color negro blanco café plomo rosado rojo en medidas 1.35x55 y 1.35x60 contáctenos al [hidden information] en tregas a domicilio será un gusto servile al whasapp [hidden information] el palacio de los espejos lleva. Tu espejo reserva en el modelito. Q guste al

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue disponible?

Enviar



**Sillas de oficina de todo precio**  
 \$17 · Disponibles  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

**Detalles**

Estado Nuevo

Si tengo disponible, Estamos ubicados Dentro del Centro comercial MULTICENTRO LOCAL #122 Como referencia en la Av 6 de Diciembre y la Niña frente a la parada del Ecovia Orellana.

Realizamos entregas a domicilio con un recargo adicional dependiendo del sector en Quito o los Valles.  
 Envíos a nivel nacional por Servientrega o el

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue disponible?



**Pizarras tijera para la publicidad de tu negocio aa**  
 \$20 · Disponibles  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

**Detalles**

Estado Nuevo

Marca Laurel

Material Madera

Medidas y precio  
 \* 90 de alto de ancho 60 valor 20  
 \* 120 de alto de ancho 60 valor 25  
 \* 140 de alto de hecho 60 valor 30  
 Todas las pizarras tienen servicio de entrega a domicilio para mi información comunicarse a el privado solo interesado gente seria

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigue estando disponible?



**Perchero doble**  
 \$20 · Disponibles  
 Publicado en Ambato, Tungurahua

Enviar mensaje

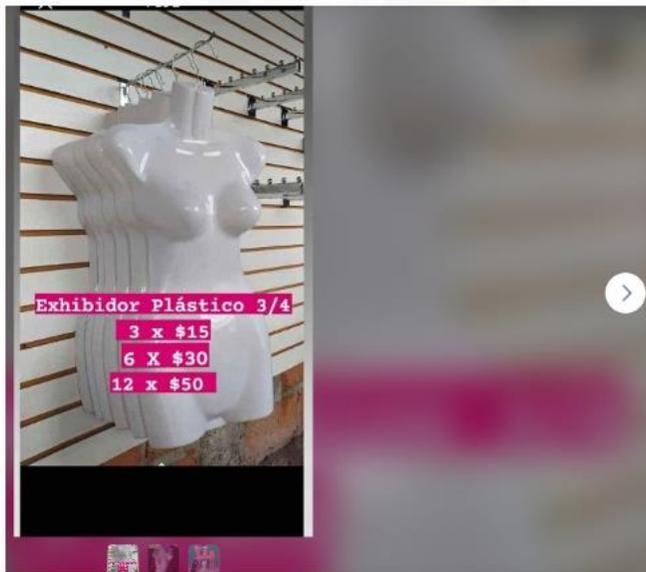
**Detalles**  
 Somos HOMETECSTORE, estamos ubicados en Ambato ctda. España calle Madrid y vigo  
 Conoce mas productos en nuestra página  
<https://www.facebook.com/hometecstore.ec/>  
 .Whatsapp  
<https://wa.me/593992883461>

AMBALO

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues disponible?

Enviar



**Maniquí 3/4 ropa de mujer (NUEVOS)**  
 15 \$ · Disponible  
 Publicado en Eloy Alfaro, Guayas

Enviar mensaje

**Detalles**  
 Estado Nuevo  
 Disponibles

DURÁN

Eloy Alfaro, Guayas  
 La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues disponible?

Enviar



**Armadores de madera en villa club**  
 \$1 · Disponibles  
 Publicado en Guayaquil, Guayas

Enviar mensaje

**Detalles**  
 Estado Usado - Como nuevo

Armadores de madera o con pinza \$1.25 unidad o \$1 x docena más de 100 unidades estamos en villa club entrega en otro lugar con recargo WhatsApp [hidden information]

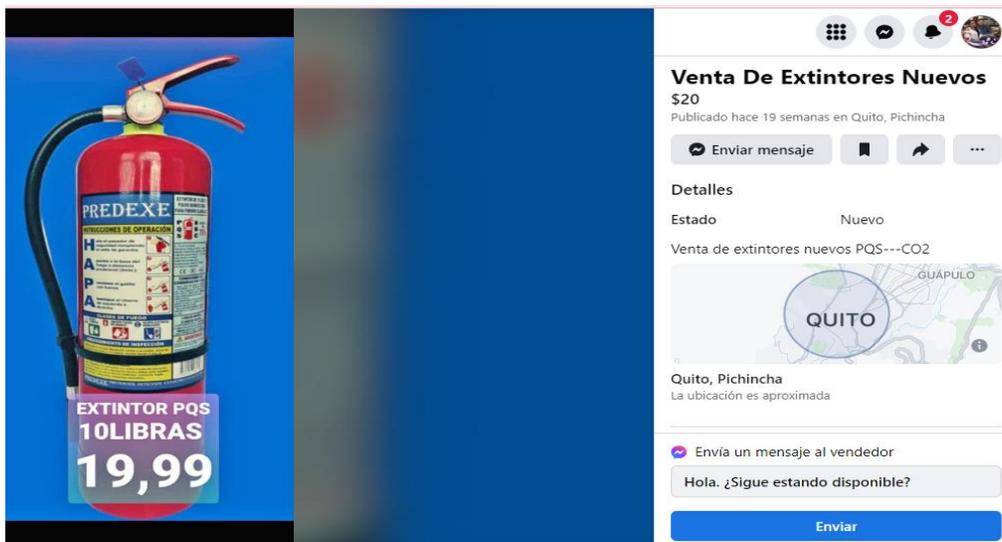
LOS CEBOS  
 SAN EDUARDO  
 GUAYAQUIL

Envía un mensaje al vendedor

Hola. ¿Sigues estando disponible?



### Anexo 5. Equipos industriales de seguridad





**Detector De Humo Inalámbrico**  
 \$3 · Disponibles  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

**Detalles**  
 Estado: Nuevo  
 PVP Del Producto: \$ 3.89

Descripción  
 El Detector Es Adecuado Para Detectar El Humo En Casa, Tienda, Hotel, Restaurante, Edificio De Oficinas, Escuela, Banco, Biblioteca, Casa De Ordenadores Y Almacenes, Etc.  
 El Detector Adopta El Diseño Especial De La Estructura Y Asic, Tiene La Característica A Prueba

Ahorro de batería  
 El ahorro de batería está activado



**SEÑALETICA PERSONALIZADAS**  
 \$2 \$6 · Disponibles  
 Publicado en Quito, Pichincha

Enviar mensaje

**Detalles**  
 Estado: Nuevo  
 SEÑALETICAS PARA PERMISO DE BOMBEROS

Quito, Pichincha  
 La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor  
 Hola. ¿Sigues estando disponible?

Anexo 6. Publicidad

**MANEJO PROFESIONAL DE REDES SOCIALES**

Porque un trabajo realizado por personas que saben, simplemente atrae buenos resultados.

ANDERSON  
COMMUNITY MANAGER

0979697305  
wa.me/593979697305

**PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES**  
15 \$ - Disponible  
Publicado en Guayaquil, Guayas

Enviar mensaje

Detalles

Estado Nuevo

Si eres ese tipo de emprendedor que esta comenzando y no tienes tiempo para atender las redes sociales de tu negocio. Esta oferta es para ti.

Combo Semanal Incluye:  
1 Post Diario x una Semana  
+ 1 Reels  
+ 1 Historia  
EL combo incluye el Diseño de una página de Negocio, (Fans Page) de Facebook

Envía un mensaje al vendedor

Hola, ¿Sigues disponible?

Enviar

SOMOS UNA EMPRESA CON +15 AÑOS DE EXPERIENCIA

**NOVUS Lab**  
LABORATORIO CLÍNICO

expertos en **RÓTULOS 3D** (letras en volúmen)

serv. impresión **LONA/VINIL/PANAFLEX/MICRO**

fabricamos todo tipo de **LETREROS**

COTÍZANOS

**Fabricación de Letrero y Rótulos para negocios**  
10 \$  
Publicado hace 5 semanas en Cuenca, Azuay

Enviar mensaje

Detalles

Estado Nuevo

Fabricación de letreros y Rótulos de alta calidad. INFORMES 015131011517

CUENCA

Cuenca, Azuay  
La ubicación es aproximada

Envía un mensaje al vendedor

Hola, Adrián. ¿Sigues disponible?

Enviar

**K STUDIO CREATIVO**

**TARJETAS DE PRESENTACIÓN**

**1000 Unidades**

Cartulina Gruesa 300gr

Brillo UV Ambos lados

Contáctanos

0938626197

**Tarjeta De Presentación**  
3 \$  
Publicado hace 5 semanas en Guayaquil, Guayas

Enviar mensaje

Detalles

Estado Nuevo

GUAYAQUIL

Guayaquil, Guayas  
La ubicación es aproximada

Información del vendedor Detalles del vendedor

Envía un mensaje al vendedor

Buenas tardes. ¿Sigues disponible?

Enviar



Identificación de reporte de similitud. oid:11830:257751367

NOMBRE DEL TRABAJO

**Viky's Tienda de lencería femenina y masculina. corregido.pdf**

AUTOR

**MARIUXI CORREA**

RECuento DE PALABRAS

**15522 Words**

RECuento DE CARACTERES

**92104 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**121 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**3.8MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 24, 2023 6:29 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 24, 2023 6:30 PM GMT-5**

● **15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente