



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO:

Estudio de factibilidad para la creación de un negocio en línea dedicada a la venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta

Autor:

Yoza Bravo Jahaira Jamileth

Tutor:

Carlos Alberto Velasco Delgado

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

2023 - 2024

 Uleam <small>UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ</small>	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular y Emprendimiento bajo la autoría de la estudiante Yoza Bravo Jahaira Jamileth llegalmente matriculado/a en la carrera de administración de empresas del periodo académico 2023-2024 cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto **"ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO EN LÍNEA DEDICADA A LA VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE MUJER EN LA CIUDAD DE MANTA"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 2 de julio de 2024.

Lo certifico,



Ing. Carlos Velasco Delgado
Docente Tutor

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN POR EL TRIBUNAL

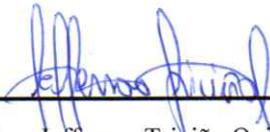
Los miembros del tribunal integrado dan la aprobación al trabajo final de Titulación sobre el tema. “**Estudio de la factibilidad de la creación de un negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta**”, elaborado por la egresada Jahaira Jamileth Yoza Bravo, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposición emitida por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad Ciencias Administrativas Contables y Comercio de la Carrera de Administración de Empresas

Por constancia firman:



Ing. Carmen Bayas Zambrano. Mg

Presidenta



Ing. Jefferson Triviño Quijije

Tribunal



Ing. Carlos Vélez Chávez

Tribunal

Declaración de auditoría

Yo **Jahaira Jamileth Yoza Bravo**, Con cédula de identidad N° **1317732277**, declaro que el presente trabajo de Titulación: “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO EN LÍNEA DEDICADA A LA VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE MUJER EN LA CIUDAD DE MANTA**” cumple con los requerimientos de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad ciencias administrativas contables y comercio de la carrera de administración de empresas surgieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado con la supervisión del autor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la auditoría y es responsabilidad de la misma.



Jahaira Jamileth Yoza Bravo

C.I: 1317732277

E-mail: e1317732277@live.ulead.edu.com

TelF:0999318572



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO VIRTUAL DEDICADA A LA VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE MUJER_compilatio



<p>Nombre del documento: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO VIRTUAL DEDICADA A LA VENTA DE ROPA DEPORTIVA DE MUJER_compilatio.docx</p> <p>ID del documento: 296eb06c39743b0634a503ffae2cd42ed81ccab7</p> <p>Tamaño del documento original: 548,33 kB</p>	<p>Depositante: Carlos Velasco Delgado</p> <p>Fecha de depósito: 22/7/2024</p> <p>Tipo de carga: interface</p> <p>fecha de fin de análisis: 22/7/2024</p>	<p>Número de palabras: 17.681</p> <p>Número de caracteres: 118.530</p>
---	---	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.elcomercio.com El 'boom' deportivo impulsa a los negocios - El Comercio https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/deportes-ventas-consumidores-atletismo-negocio...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
2	Documento de otro usuario #df24b El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
3	es.linkedin.com Amazon Prime: ¿El programa de lealtad que impulsa las ventas ... https://es.linkedin.com/pulse/amazon-prime-el-programa-de-lealtad-que-impulsa-las-ventas-carabelli	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
4	es.linkedin.com Tendencias de Consumo y Comportamiento del Cliente https://es.linkedin.com/pulse/tendencias-de-consumo-y-comportamiento	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
5	dspace.uazuay.edu.ec https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7937/3/13675.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional y por motivarme en cada paso del camino. A mi familia y seres queridos por su comprensión, paciencia y amor incondicional en mi viaje de aprendizaje. A mis amigos por su constante aliento y por ser parte fundamental en cada logro alcanzado. A las personas que han dejado huella en mi vida, este trabajo te va dedicado.

RECONOCIMIENTO

Me gustaría expresar mi sincero agradecimiento a mi Tutor por su guía experta y su valioso apoyo durante todo el proceso de investigación. Agradezco sinceramente a la ULEAM por brindarme la oportunidad de desarrollar este proyecto y por brindarme los recursos necesarios para ejecutarlo. También me gustaría agradecer a todos los participantes que contribuyeron con su tiempo y conocimientos para enriquecer este trabajo.

INDICE

DEDICATORIA	1
RECONOCIMIENTO.....	2
FIGURAS.....	5
TABLAS	5
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	8
1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD.....	10
Justificación teórica	10
Justificación práctica	11
2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	12
Descripción del emprendimiento.....	12
Modelo canvas.....	12
Análisis del modelo canvas.....	14
Localización geográfica	14
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	15
Análisis del mercado.....	15
Binomio producto-mercado	15
Perfil del consumidor.....	15
Tendencias de mercado.....	15
Factores de riesgo	16
Macroentorno	17
Microentorno	20
Comparación en la competencia.....	20
Metodología de la investigación de mercado.....	21
Determinación de objetivos de investigación.	22
Segmentación de mercado	22
Muestra de investigación	22
Técnicas de investigación	23
Resultados descriptivos de la investigación.....	23

Análisis de la demanda	24
Características de la demanda	25
Proyección de la demanda.....	25
Análisis de la oferta	26
Caracterización de la oferta actual.....	27
Oportunidad de emprender.....	27
4. ESTUDIO TÉCNICO	28
Participantes del muestreo por edad	28
Localización del proyecto	35
Ingeniería del proyecto.	37
Proceso de envío de productos y recepción.....	37
Tecnologías necesarias para la operación	39
Balance de mano de obra y materiales.	41
Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio.....	43
5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	44
Visión.....	44
Misión	44
Mapa de proceso.....	45
Funciones y productos esperados.	45
Constitución jurídica.....	48
Obligaciones tributarias.....	49
Modalidad contractual (emprendedor y empleado).....	49
Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento.....	50
Cobertura de responsabilidad.....	50
Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)	50
6. MARKETING ESTRATÉGICO	51
Estrategias de producto y diseño.	51
Estrategias de precio.....	53
Determinación del precio.....	54
Estrategias de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas).....	54
Estrategias de promoción.....	55

7. ANÁLISIS FINANCIERO.....	56
Presupuesto de inversión.....	56
Presupuesto de ingresos	57
Presupuesto de egreso.....	57
Estructura de la inversión.....	61
Estado financiero.....	62
Costo de oportunidad.....	65
Evaluación financiera	65
Periodo de recuperación de la inversión	66
Punto de equilibrio anual	66
8. CONCLUSIONES	68
9. RECOMENDACIONES	69
REFERENCIA.....	70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diamante de poder.....	18
Figura 2: Encuesta pregunta 1	28
Figura 3: Encuesta pregunta 2	29
Figura 4: Encuesta pregunta 3	30
Figura 5: Encuesta pregunta 4	31
Figura 6: Encuesta pregunta 5	32
Figura 7: Encuesta pregunta 6	32
Figura 8: Encuesta pregunta 7	33
Figura 9: Encuesta pregunta 8	34
Figura 10: Encuesta pregunta 9	35
Figura 11: Proceso de mercadería.....	37
Figura 12: Proceso de compra	38
Figura 13: Estructura organizacional	44
Figura 14: Mapa de proceso	45

TABLAS

Tabla 1: Modelo canvas	13
Tabla 2: Muestra de investigación.....	22
Tabla 3: Análisis de la demanda.....	24
Tabla 4: Proyección de la demanda	26
Tabla 5: Edad.....	28

Tabla 6: ¿Practicar algún deporte?	28
Tabla 7: ¿Con qué frecuencia compras ropa deportiva?	29
Tabla 8: ¿Qué factores son más importantes al elegir ropa deportiva?	30
Tabla 9: ¿Has comprado ropa deportiva en línea anteriormente?	31
Tabla 10: ¿Estarías interesado/a en comprar ropa deportiva de mujer en línea?	32
Tabla 11: ¿Cuáles son los desafíos o preocupaciones que tienes al comprar ropa deportiva en línea? ..	33
Tabla 12: ¿Cuál es tu rango de precio preferido para comprar ropa deportiva en línea?	33
Tabla 13: ¿Te gustaría recibir actualizaciones y ofertas exclusivas por correo electrónico o en redes sociales de nuestro negocio?	34
Tabla 14: Tecnologías necesarias para la operación.....	39
Tabla 15: Cronogramas de operación	40
Tabla 16: Balance de mano de obra y materiales	41
Tabla 17: Presupuesto de inversión	56
Tabla 18: Inversiones	56
Tabla 19: Presupuesto de ingresos.....	57
Tabla 20: Costo de mercadería importada	58
Tabla 21: Costo indirectos	58
Tabla 22: Mano de obra directa.....	59
Tabla 23: Mano de obra indirecta.....	59
Tabla 24: Adecuaciones	60
Tabla 25: Materiales y equipos.....	60
Tabla 26: Mueble y enseres.....	60
Tabla 27: Equipo de computo	61
Tabla 28: Capital de operaciones.....	61
Tabla 29: Inversión fija.....	62
Tabla 30: Inversión diferida	62
Tabla 31: Estado de resultado integral.....	63
Tabla 32: Estado de situación general	63
Tabla 33: Estado de flujo de efectivo	65
Tabla 34: Evaluación financiera.....	66
Tabla 35: Punto de equilibrio anual.....	67

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto incluyó la creación de un negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva femenina en la ciudad de Manta, Ecuador. Se dirige específicamente a mujeres deportistas de entre 15 y 45 años, donde busca la comodidad y el diseño moderno, que priorizan la calidad del producto sobre el precio. Su propuesta de valor se basa en ofrecer una amplia gama de ropa deportiva de alta calidad que combina la funcionalidad y la experiencia emocional.

El negocio se ha desarrollado en un contexto digital, aprovechando el comercio electrónico y las redes sociales como canales de venta y promoción. La plataforma de comercio electrónico servirá como principal punto de contacto con los clientes, brindando una experiencia de compra cómoda y segura. También hay planes para asociarse con personas influyentes locales para aumentar el conocimiento de la marca y llegar a una audiencia más amplia.

Desde el punto de vista financiero, además del capital de trabajo necesario para ejecutar el negocio, también se requiere una inversión inicial para cubrir los costos fijos y diferidos. El análisis realizado muestra que el proyecto es rentable, con un valor presente neto (VAN) positivo y una tasa interna de retorno (TIR) favorable. Esto sugiere que la inversión inicial generará retornos sustanciales con el tiempo, lo que hará que el proyecto sea financieramente atractivo para los inversionistas.

Para maximizar el éxito empresarial, se recomienda implementar una estrategia de marketing digital dirigida al público objetivo, destacando la calidad y diversidad de nuestros productos. Además, se recomienda monitorear continuamente las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes para ajustar continuamente nuestras ofertas. En resumen, el proyecto presenta una sólida oportunidad en un mercado en crecimiento, respaldado por un modelo de negocio bien estructurado y un análisis financiero favorable.

Palabra clave: Factibilidad; calidad; comercio; costos fijos; y marketing digital

EXECUTIVE SUMMARY

The project included the creation of an online business dedicated to the sale of women's sportswear in the city of Manta, Ecuador. It specifically targets female athletes between the ages of 15 and 45, where it seeks comfort and modern design, prioritizing product quality over price. Its value proposition is based on offering a wide range of high-quality sportswear that combines functionality and emotional experience.

The business has been developed in a digital context, leveraging e-commerce and social media as sales and promotion channels. The e-commerce platform will serve as the main point of contact with customers, providing a comfortable and safe shopping experience. There are also plans to partner with local influencers to increase brand awareness and reach a wider audience.

From a financial standpoint, in addition to the working capital needed to run the business, an initial investment is also required to cover fixed and deferred costs. The analysis carried out shows that the project is profitable, with a positive net present value (NPV) and a favorable internal rate of return (IRR). This suggests that the initial investment will generate substantial returns over time, making the project financially attractive to investors.

To maximize business success, it is recommended to implement a digital marketing strategy aimed at the target audience, highlighting the quality and diversity of our products. In addition, it is recommended to continuously monitor market trends and customer preferences to continually adjust our offerings. In summary, the project presents a solid opportunity in a growing market, supported by a well-structured business model and favorable financial analysis.

Keywords: Feasibility; quality; trade; fixed costs; and digital marketing

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el negocio digital cobra cada vez más relevancia y se ha convertido en un factor decisivo en el desarrollo de estrategias de mercado para las empresas. La pandemia de COVID-19 ha acelerado esta tendencia, obligando a muchas organizaciones a adaptarse rápidamente al entorno digital para seguir siendo relevantes y competitivas. En este contexto, es necesario explorar nuevas oportunidades de negocio que aprovechen las necesidades emergentes y el comercio electrónico (Urgilés, 2022). En particular, el mundo de la moda ha experimentado cambios importantes y ha aumentado la demanda de ropa deportiva femenina. Manta, no es ajena a esta tendencia y aquí existe un mercado potencial que está sin explotar.

Es en este contexto el proyecto, cuyo objetivo principal es crear un negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva a mujeres de la ciudad de Manta. La investigación apunta a satisfacer la creciente demanda de productos deportivos femeninos en la región, y aprovecha las ventajas inherentes del negocio digital en cuanto a accesibilidad, alcance global y eficiencia operativa. En este estudio se pretende analizar en profundidad la viabilidad y aceptación del mercado de estos negocios en Manta e identificar estrategias clave para su implementación y éxito.

Es preciso destacar que el proyecto se divide en siete partes. En primer lugar, se aborda la identificación de necesidades y se presenta la justificación teórica y práctica del proyecto. Luego, se describe el negocio, detalle su estructura utilizando el modelo canvas y analice el modelo. También se incluye información sobre la ubicación geográfica y su verosimilitud. A esto le sigue la investigación de mercado, que incluye un análisis del entorno macro y micro del mercado y una descripción detallada de la metodología de investigación de mercado, incluidos objetivos, segmentos, muestras, técnicas y resultados descriptivos.

La cuarta parte del estudio se desarrolla el análisis técnico, que incluye aspectos como el tamaño del proyecto, ubicación, maquinaria y equipo, y diseño de la planta. Luego, se presenta un estudio organizacional, que define la visión, misión y estructura organizacional del negocio, así como procesos y detalles respecto del estatuto legal, obligaciones tributarias y patentes y licencias necesarias. En el marketing estratégico se describen las estrategias de producto y diseño, el precio, la plaza y los canales de distribución, y las promociones. Finalmente, se analizan los estudios financieros, incluido el presupuesto, el flujo de caja, el VAN, la TIR y el período de recuperación. Esta última parte es fundamental para evaluar la viabilidad financiera del proyecto y determinar su potencial retorno de la inversión.

1. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD

Para evaluar la viabilidad económica y la rentabilidad potencial de establecer un negocio en línea especializado en la venta minorista de ropa deportiva para mujeres en Manta, es imperativo realizar un estudio de viabilidad financiera exhaustivo. Este análisis, que abarca consideraciones tanto teóricas como prácticas, proporciona una perspectiva integral de los diversos factores financieros que influirán en el funcionamiento y la prosperidad de la empresa.

En la ciudad de Manta, la demanda por ropa deportiva para mujeres ha crecido significativamente en los últimos años, impulsada por una creciente conciencia sobre la salud y el bienestar. Sin embargo, a pesar de esta demanda creciente, se observa una carencia de tiendas especializadas que ofrezcan una amplia variedad de opciones de ropa deportiva femenina que combinen calidad, estilo y precio accesible. La oferta actual se limita mayormente a tiendas físicas con un inventario reducido o marcas internacionales cuyos productos pueden ser costosos para un segmento importante de la población.

Además, con el avance de la tecnología y el creciente uso de plataformas digitales, los consumidores buscan opciones más convenientes, como las compras en línea, que les permitan acceder a una mayor variedad de productos sin salir de casa. Sin embargo, en Manta, la presencia de tiendas en línea especializadas en ropa deportiva femenina es limitada, lo que deja un nicho de mercado sin explotar.

Justificación teórica

En primer lugar, desde una perspectiva teórica, El proceso de realización de un estudio de viabilidad financiera tiene sus raíces en los principios fundamentales de la gestión empresarial y la evaluación de proyectos. Implica la utilización de métodos y técnicas de análisis financiero para evaluar la inversión necesaria, los gastos operativos, los ingresos proyectados y la rentabilidad potencial de la empresa. Para establecer la conexión entre diferentes variables financieras y su impacto en la viabilidad del proyecto, se emplean conectores como "por lo tanto", "debido a" y "en consecuencia".

Para determinar con precisión los gastos iniciales necesarios para montar el negocio en línea, es fundamental realizar una evaluación exhaustiva de los costos asociados con la infraestructura tecnológica, el desarrollo de sitios web, el marketing digital y la adquisición de inventario. En consecuencia, es imperativo crear una proyección de flujo de caja que evalúe si los ingresos generados por las ventas en línea cubrirán adecuadamente estos gastos y generarán ganancias.

Se fundamenta en varias teorías y tendencias. El crecimiento del comercio electrónico, la popularidad de la moda deportiva, el comportamiento del consumidor hacia las compras en línea y la oportunidad de atender un nicho de mercado específico, conforman un sólido marco teórico que respalda la viabilidad y potencial éxito de este emprendimiento. Estos elementos teóricos proporcionan una base para explorar la factibilidad del proyecto y desarrollar estrategias efectivas para su implementación.

Además, la teoría financiera ofrece varios instrumentos, incluido el análisis de equilibrio y la tasa interna de rendimiento (TIR), que permiten evaluar la rentabilidad del proyecto y la identificación de puntos de referencia esenciales relacionados con las ventas y los costos que deben cumplirse para garantizar la sostenibilidad

financiera. En consecuencia, realizar un estudio de viabilidad financiera exhaustivo proporcionará datos vitales sobre el posible retorno de la inversión, lo que permitirá a los inversores y empresarios emitir juicios bien informados sobre la viabilidad de la empresa.

Justificación práctica

Pasando a la aplicación práctica, el proceso de realizar un estudio de viabilidad financiera implica recopilar información objetiva del mercado específico, examinar la competencia y evaluar las tendencias predominantes dentro de la industria. Al emplear conectores como "de esta manera", "en este contexto" y "basado en", se puede establecer una correlación directa entre los datos recopilados y los hallazgos derivados del estudio.

Mediante la realización de encuestas, el análisis de datos demográficos y el seguimiento de las tendencias de búsqueda en línea, se puede evaluar con precisión la demanda de ropa deportiva femenina en la ciudad de Manta. Este enfoque integral establecerá una base sólida para estimar las ventas potenciales y los ingresos proyectados. Además, un análisis exhaustivo de la competencia y los precios del mercado ayudará a determinar la estrategia óptima de precios y posicionamiento para maximizar los márgenes de beneficio. Además, considerando el crecimiento proyectado del comercio electrónico y la creciente demanda de ropa deportiva femenina, es evidente que existe un mercado favorable para el funcionamiento exitoso de un negocio en línea.

Objetivos

Corto plazo

- Aumentar las ventas en línea en un 15% para el año 2025 a través de estrategias de marketing digital, aplicando tácticas de publicidad en redes sociales y creación de contenidos
- Agregar 50 nuevos productos a la tienda de catálogo de la tienda online en el próximo año para ofrecer una variedad aún mayor a los clientes.
- Implementar mejoras en el sitio web, como una navegación intuitiva que contenga opciones de pago electrónico seguro como la aplicación de una.

Mediano plazo

- Aumentar la cuota de mercado en la ciudad de Manta, capturando al menos el 5% de la cuota de mercado de ropa deportiva femenina en la región en los próximos tres años.
- Expandir las operaciones a dos ciudades importantes adicionales en Ecuador en los próximos cinco años, como Guayaquil y Quito, para llegar a un público más amplio.

Largo plazo

- Establecer una presencia sólida en la exportación varios países y convertirse en una marca de moda deportiva de renombre internacional dentro de los próximos 10 años

2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Descripción del emprendimiento

Este emprendimiento se dedica a la venta de ropa deportiva para mujeres en Manta. La demanda de este tipo de productos va en aumento en esta ciudad, ya que un número cada vez mayor de mujeres practican, gimnasio, CrossFit, atleta (amateur, profesional y de élite) y tenis (amateur y challenger). La importancia de la ubicación del negocio en Manta reside en su capacidad de atraer la atención de una población que cada vez está más comprometida con la atención médica y el bienestar. La ciudad ofrece un entorno propicio para realizar actividades deportivas y al aire libre, lo que genera una necesidad continua de ropa deportiva de primera categoría. Al establecer una presencia en este mercado en expansión, la empresa tiene la oportunidad de solidificar su posición como líder en el suministro de productos deportivos para mujeres en el área local.

Es preciso indicar que el núcleo de la propuesta de valor de este negocio radica en la provisión de productos de primera categoría que integran a la perfección estilo, practicidad y comodidad. La línea de ropa deportiva para mujeres está meticulosamente diseñada para satisfacer los requisitos únicos de las clientes, brindándoles la libertad y confianza para realizar actividades físicas. Además, la tienda en línea garantiza un proceso de compras gratificante y sin complicaciones, completo con métodos de pago seguros y entrega rápida. En esencia, la combinación de una ubicación privilegiada en Manta y una propuesta de valor centrada en la excelencia y la conveniencia establece este establecimiento como una opción atractiva para las mujeres activas y atléticas que residen en la ciudad.

La gama de productos disponibles en el establecimiento son varias vestimentas deportivas diseñadas especialmente para mujeres. Mismas que van desde camisetas deportivas, mallas, chaquetas o conjuntos deportivos completos, esta boutique en línea ofrece opciones adecuadas para cualquier forma de ejercicio físico y preferencia de moda personal. Por otro lado, la selección de materiales para estas prendas prioriza la durabilidad y la comodidad, dando como resultado opciones de alta calidad, entre las materias primas utilizadas se encuentra: poliéster, nailon, spandex (lycra) y algodón, entre otros materiales, son cuidadosamente elegidos por su elasticidad, transpirabilidad y resistencia. Para garantizar la funcionalidad y un acabado de primera, se incorporan accesorios como cremalleras, botones, elásticos y etiquetas de calidad. Estos materiales provienen de proveedores acreditados y se someten a exhaustivas inspecciones de calidad para cumplir con los estándares de la empresa.

Los empleados desempeñan papeles cruciales en el proceso. Además, hay un equipo de mano de obra que incluye al gerente general encargado del almacén, asistente de embalaje y etiquetado. Este equipo supervisa aspectos importantes del negocio, como la dirección estratégica, la planificación de la producción, la gestión de inventario, las ventas y las finanzas. Los esfuerzos combinados de ambos grupos contribuyen al éxito operativo y financiero general del negocio de venta de ropa deportiva femenina con sede en Manta.

Modelo canvas

El modelo Canvas propuesto se centra en un negocio de venta de ropa deportiva para mujeres en Manta. Este modelo identifica claramente el segmento de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución recursos clave y estructura de costos:

Tabla 1 Modelo canvas

BUSINESS MODEL CANVAS				
JAMISTORE				
<p>8. Socios clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materias primas • Empresas de logística y envío • Influencers • Colaboradores de marketing. 	<p>7. Actividades críticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de productos • Gestión de inventario • Marketing digital • Atención al cliente. 	<p>2. Propuesta de Valor</p> <p>Ofrecer una amplia variedad de ropa deportiva para mujeres de alta calidad, combinando estilo, comodidad y funcionalidad.</p>	<p>4. Relación con cliente</p> <p>El cliente constituye el eje de las actividades de la empresa, su relación se basa en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear estrategias comerciales desarrolladas en función de las necesidades del cliente y de su satisfacción. • Ofertar propuestas de productos y servicios de calidad, innovadores, con todas las garantías de seguridad y adaptados a las nuevas tendencias y demandas del mercado. • Todas las decisiones que se toman en la empresa tienen un único objetivo: ganarnos la confianza de los clientes. 	<p>1. Segmento de clientes</p> <p>Nicho: Mujeres activas y atléticas en la ciudad de Manta.</p> <p>Nivel socioeconómico: las personas que adquiera los productos y servicios ofrecidos son parte de la clase media-alta.</p> <p>Preferencias: clientes que prioricen la calidad del producto, y su garantía, antes que el precio.</p>
	<p>6. Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales de alta calidad • Equipo de diseño y producción • Plataforma de comercio electrónico • Personal capacitado. 		<p>3. Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienda en línea • Redes sociales • Colaboración con influencers locales. 	

<p>9. Estructura de Costos Los costes que presiden de las operaciones de esta corporación son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción, gastos de marketing, costos de envío, salarios del personal, costos operativos y administrativos. 	<p>5. Flujos de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas de productos de ropa deportiva para mujeres.
---	---

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Análisis del modelo canvas

El modelo Canvas presentado pone su énfasis en mujeres activas y atléticas residentes en la ciudad de Manta. Destaca específicamente su afiliación con la clase media alta. Esta orientación específica permite a la empresa concentrar sus esfuerzos en un grupo demográfico particular, maximizando así la efectividad de sus tácticas de marketing y selección de productos.

El énfasis principal de la propuesta de valor se centra en la excelencia, la conveniencia y la utilidad de la ropa deportiva proporcionada. Este enfoque busca satisfacer las necesidades de las mujeres activas que priorizan la calidad y el atractivo visual de su ropa deportiva. La integración de moda y funcionalidad es crucial para diferenciar el negocio en un mercado cada vez más exigente.

Para conectarse de manera efectiva con su público objetivo, la empresa emplea una variedad de canales de distribución, incluida una tienda en línea, plataformas de redes sociales y asociaciones con personas influyentes locales. Estos canales sirven como plataformas valiosas para atraer y llegar a clientes potenciales, mejorando en última instancia la visibilidad de la marca y ampliando su presencia en el mercado local.

Localización geográfica

La localización del negocio en línea va a tener un local en la aurora para guardar la mercadería y ubicar la oficina donde será el punto de partida de mis productos.

3. ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del mercado

(Vargas, 2017) afirma que “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones” (pág. 10). La investigación de mercado es un paso esencial en el proceso de planificación de un negocio. Ayudará a comprender mejor a los clientes potenciales, las tendencias del mercado y a tomar decisiones informadas sobre la estrategia comercial. La investigación de mercado es un paso esencial en el proceso de planificación de un negocio. Ayudará a comprender mejor a los clientes potenciales, las tendencias del mercado y a tomar decisiones informadas sobre la estrategia comercial.

Binomio producto-mercado

Ropa deportiva de alta calidad para mujeres en la ciudad de Manta, dirigida a un segmento de mercado compuesto por mujeres activas y conscientes de la moda, de edades comprendidas entre los 15 a 45 años, que buscan comodidad y estilo en sus prendas deportivas.

Perfil del consumidor

Los productos que se brindarán son exclusivos, los mismos que ropa deportiva para mujeres de 15 a 45 años, interesadas en llevar un estilo de vida activo y saludable, preocupadas por la calidad y comodidad de la ropa deportiva, conscientes de la importancia de la moda y la apariencia al practicar deportes o actividades físicas, son compradoras habituales con acceso a Internet y disposición para comprar productos en línea y preocupadas por la conveniencia y las diversas opciones en la compra. La ubicación es en la ciudad de Manta, así como en áreas cercanas y rurales que tengan acceso a servicios de mensajería o entrega.

Entre las necesidades insatisfechas está la necesidad de ropa deportiva que ofrezca comodidad, durabilidad y buen rendimiento durante la práctica de deportes y actividades físicas y el deseo de encontrar una tienda en línea que ofrezca variedad de estilos, tallas y opciones de moda en ropa deportiva de mujer. El negocio en línea satisface estas necesidades al ofrecer una plataforma en línea con una gran variedad de ropa deportiva de calidad y diseño moderno para mujeres de Manta. Se presta especial atención a la comodidad, el rendimiento y la moda en cada prenda. Además, se ofrece una variedad de tallas y estilos para adaptarse a diferentes tipos de deportes y preferencias personales. La plataforma en línea se enfoca en la conveniencia de compra y la disponibilidad de opciones de moda en ropa deportiva, lo que satisface la necesidad de las consumidoras de acceder a una amplia gama de productos desde la comodidad de sus hogares.

Tendencias de mercado

Según (Schlesinger Díaz & Hernández, 2004) una tendencia es “el Debilitamiento del poder de la lealtad a la marca, debido a la caída del poder adquisitivo, la saturación del mercado debido a un exceso de nuevos productos, servicios y tiendas y el hecho que los consumidores son cada vez más exigentes y conscientes de sus necesidades y gustos, las empresas no se pueden confiar en el poder de lealtad del cliente por una marca determinada, como lo era hace unos años atrás, deben mantener y conquistar esa lealtad día a día, no solo con el nombre de una marca famosa, sino que detrás de ella exista realmente calidad y precio acordes a las exigencias del consumidor”. (pág. 07)

El estado actual del mercado está en aumento ya que la tendencia que aún sigue teniendo crecimiento es la del comercio electrónico, por lo que ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años y esta tendencia se ha acelerado aún más debido a la pandemia de COVID – 19. Los consumidores buscan opciones de compra en línea, lo que brinda una oportunidad para que el negocio llegue a una audiencia más amplia a través de plataformas en línea y estrategias de marketing digital efectivas.

La evolución que va a tener el negocio en un futuro es llegar a una audiencia más amplia no solo en Manta sino en otras áreas cercanas y, posiblemente, a nivel nacional. Esto permitirá aumentar las ventas y escalar el negocio.

Factores de riesgo

Según (Silva, 2009) “Las organizaciones sufren cambios constantemente, tanto en su componente operativo como en su estructura, cambios que se deben a los ajustes propios de la economía, principalmente, o a las innovaciones en esquemas y modelos de trabajo organizacional. Ahora bien, estos cambios implican riesgos, que deben considerarse todo aquel profesional interesado en analizar el contexto empresarial.

Existen varios factores de riesgo y consideraciones importantes a tener en cuenta en el mercado de venta de ropa deportiva de mujer en Manta, así como estrategias para aprovechar oportunidades y enfrentar amenazas.

Competencia en Línea: El mercado en línea puede ser altamente competitivo. Grandes minoristas y otras tiendas de ropa deportiva pueden tener una presencia sólida. Esto podría dificultar la adquisición de clientes.

Tendencias Cambiantes: Las tendencias de moda pueden cambiar rápidamente. El exceso de inventario de productos fuera de moda podría ser un riesgo financiero.

Logística y Entrega: Asegurar una logística eficiente y opciones de entrega confiables son fundamentales. Problemas con la entrega o pérdida de productos pueden afectar la satisfacción del cliente.

Estrategias para aprovechar oportunidades

Marketing Dirigido: Segmentar la audiencia y dirigir los esfuerzos de marketing hacia grupos específicos dentro del mercado objetivo, como mujeres de 15 a 45 años interesadas en la moda deportiva.

Diversificación de Productos: Ampliar la oferta para incluir no solo ropa deportiva, sino también accesorios, calzado o equipos de entrenamiento relacionados con la moda deportiva.

Colaboraciones con Influencers: Colaborar con influencers locales o nacionales para promocionar los productos y aumentar la visibilidad de la marca.

Amenazas Por Considerar

Tendencias Económicas: Las condiciones económicas adversas, como recesiones, pueden afectar el poder adquisitivo de los consumidores.

Cambios en la Normativa: Cambios en la normativa fiscal, aduanera o de comercio electrónico pueden afectar las operaciones y costos.

Seguridad Cibernética: A medida que se operas en línea, asegurarse de tener medidas de seguridad sólidas para proteger la información del cliente y la integridad del sitio web.

Entrega y Logística: Problemas logísticos, como demoras en la entrega o pérdida de productos, pueden llevar a la insatisfacción del cliente, manejaremos los envíos mediante la empresa Servientrega debido que es una empresa reconocida a nivel nacional.

Enfrentar la competencia, mantenerse al tanto de las tendencias y gestionar eficazmente la logística son desafíos clave en el mercado. Al aprovechar estrategias de marketing dirigidas y diversificando las ofertas, se puede mitigar riesgos y capitalizar oportunidades. Además, mantenerse informado sobre factores económicos y regulatorios es esencial para adaptar el negocio a los cambios del entorno.

Macroentorno

Las ventas competitivas del negocio en línea de ropa deportiva de mujer según Porter se basarán en:

Liderazgo en Costos Totales Bajos (Ventaja Comparativa): Se puede ofrecer productos de alta calidad a precios más bajos que los competidores, utilizando una estrategia de liderazgo en costos bajos. Algunas formas de lograrlos son:

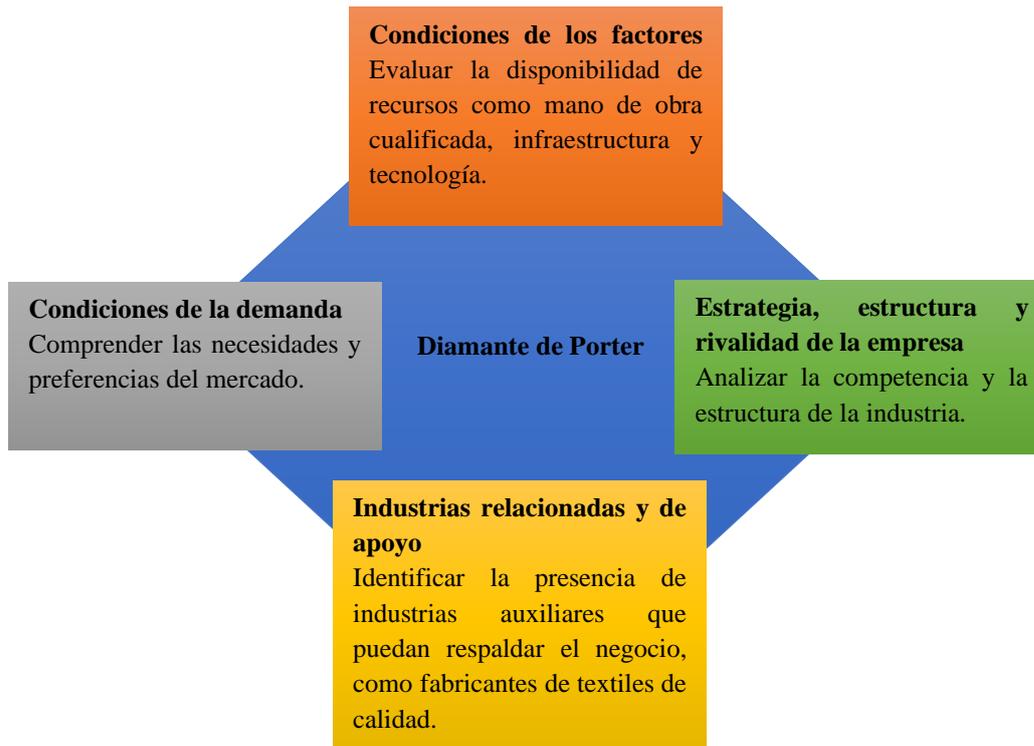
- Optimización de la cadena de suministro para reducir los costos de adquisición de productos.
- Negociación de acuerdos favorables con proveedores para obtener materias primas a precios competitivos.
- Eficiencia en la logística y gestión de inventario para reducir costos operativos.
- Automatización de procesos empresariales para aumentar la eficiencia y reducir costos laborales.

Diferenciación: Se puede diferenciar de la competencia ofreciendo algo único o distintivo. Dado que el negocio se especializa en la venta de ropa deportiva de mujer, la diferenciación podría centrarse en:

- Diseño exclusivo de productos.
- Colaboraciones con diseñadores o influencers.
- Materiales de alta calidad y durabilidad.
- Experiencia de compra personalizada y servicio al cliente excepcional.

Enfoque: Se desea un enfoque más específico, se podría considerar una estrategia de enfoque. Pudiendo especializarse en un nicho de mercado dentro de la ropa deportiva de mujer, como ropa deportiva sostenible, ropa deportiva para deportes específicos o ropa deportiva de lujo. Esto permitirá satisfacer las necesidades de un grupo de clientes específico de manera más efectiva.

Figura 1: Diamante de Porter



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Entre algunas barreras de entradas comunes en el mercado de ropa deportiva se encontró:

Competencia Establecida: Si el mercado ya está saturado con marcas de ropa deportiva bien establecidas, puede ser difícil competir. Los consumidores a menudo tienden a confiar en marcas conocidas, por lo que entrar en este mercado podría requerir un esfuerzo adicional para ganarse la confianza de los clientes.

Requisitos de Capital: La creación de una marca de ropa deportiva de calidad puede requerir una inversión significativa en diseño, marketing y logística. Esto podría ser una barrera para emprendedores con recursos limitados.

Diseño y Calidad: Para destacar en la industria de la moda, especialmente en la ropa deportiva, se debe ofrecer diseños atractivos y productos de alta calidad. La inversión en diseño y la búsqueda de proveedores de calidad pueden ser desafíos.

Cadena de Suministro: Establecer una cadena de suministro eficiente y confiable para la ropa deportiva puede ser complicado. La selección de proveedores, la gestión del inventario y la logística adecuada son esenciales.

Marketing y Difusión de Marca: La promoción y el marketing para hacer que la marca se destaque requieren inversión y esfuerzo continuo. Es importante construir una presencia en línea sólida y usar estrategias de marketing digital para llegar a la audiencia objetivo.

Sostenibilidad y Ética: Los consumidores están cada vez más interesados en la sostenibilidad y la ética en la moda. Cumplir con estos estándares puede ser una barrera, ya que implica el uso de materiales sostenibles, prácticas de fabricación éticas y transparencia en la cadena de suministro.

Conocimiento del Mercado: Comprender las tendencias de moda, los gustos de los consumidores y la competencia es fundamental. La falta de conocimiento sobre el mercado de la ropa deportiva podría dificultar el ingreso al mercado.

Relaciones con Influencers: En la actualidad, muchas marcas de moda trabajan con influencers para promocionar sus productos. Establecer relaciones con influencers y celebridades deportivas puede ser complicado para nuevos entrantes.

Relación estratégica con gimnasio y eventos deportivos amateur: Al crear alianza con gimnasio podría aumentar nuestras marcas incrementando nuestras ventas y se crea una comunidad de usuarios leales.

A pesar de estas barreras, es posible ingresar con éxito al mercado de ropa deportiva desafiando lo mediante estrategias sólidas, inversión inteligente y diferenciación. La identificación de nichos específicos y la oferta de productos únicos o personalizados pueden ser formas efectivas de superar las barreras de entrada.

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta útil para analizar la atractividad de un mercado. Aquí está un análisis utilizando este modelo para el mercado de ropa deportiva de mujer:

Poder de Negociación de los Proveedores (Alto): En la industria de la moda, los proveedores pueden tener un poder significativo. Para mantener altos estándares de calidad, se debe negociar con proveedores confiables y posiblemente depender de ellos. Si se tiene múltiples opciones de proveedores o se puede integrar verticalmente, se puede reducir este poder.

Poder de Negociación de los Compradores (Medio a Alto): Los compradores de ropa deportiva de mujer a menudo tienen muchas opciones. Esto puede darles cierto poder para comparar precios y calidad. Sin embargo, si se ofrece productos únicos o de alta calidad, se puede reducir este poder y construir lealtad de marca.

Amenaza de Productos Sustitutos (Media): En el mercado de moda, existen productos sustitutos que podrían competir con la ropa deportiva, como la ropa casual o de moda. La amenaza es moderada ya que los compradores pueden optar por diferentes tipos de ropa, pero la ropa deportiva tiene su propio nicho.

Intensidad de la Competencia (Alta): El mercado de la moda, en particular la ropa deportiva, es altamente competitivo. Grandes marcas, minoristas en línea y empresas emergentes compiten por la atención de los consumidores. La competencia se centra en precio, diseño, calidad y marketing.

Amenaza de Nuevos Entrantes (Moderada): Ingresar al mercado de ropa deportiva de mujer no es fácil debido a las barreras que se mencionó anteriormente, como la inversión en diseño, fabricación y marketing. Sin embargo, con la creciente tendencia del comercio electrónico, es más accesible para nuevas empresas ingresar al mercado en línea.

El mercado de ropa deportiva de mujer es atractivo debido a su tamaño y la creciente demanda de productos relacionados con la salud y el bienestar. Sin embargo, la alta competencia y las barreras de entrada

significativas requieren estrategias sólidas para tener éxito. La diferenciación de productos, el marketing eficaz y la sostenibilidad son factores clave para atraer y retener a los consumidores en este mercado.

Microentorno

En el caso del negocio en línea de venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, los productos sustitutos y competidores indirectos se podrían incluir:

Tiendas físicas de ropa deportiva: Las tiendas físicas que venden ropa deportiva de mujer en Manta podrían considerarse competidores indirectos, ya que ofrecen una alternativa para las compras en persona.

Otras tiendas en línea: Además de las físicas, otras que venden ropa deportiva de mujer pueden considerarse competidores indirectos. Los clientes pueden optar por comprar en otros sitios web en lugar del mío.

Marcas de ropa deportiva reconocidas: Las marcas reconocidas de ropa deportiva, como Maratón, Mike's, Macla Sports entre otras, también pueden considerarse competidores indirectos, ya que los consumidores pueden optar por comprar productos de estas marcas en lugar de productos de marcas menos conocidas que se ofrece.

Mercados de segunda mano en línea: Los mercados en línea de ropa deportiva de segunda mano, como eBay o aplicaciones de compraventa, podrían ser considerados productos sustitutos, ya que los clientes pueden elegir comprar ropa deportiva de segunda mano en lugar de productos nuevos.

Ropa casual o de moda: Aunque no es directamente deportiva, la ropa casual o de moda podría ser vista como competencia indirecta, ya que algunas personas pueden optar por comprar ropa de uso diario en lugar de ropa deportiva.

Comparación en la competencia

Tienda A (Maratón):

Puntos Fuertes:

- Ofrece productos de una marca de renombre mundial, lo que atrae a clientes leales a Maratón.
- Amplia variedad de productos y líneas de ropa deportiva.
- Enfoque en calidad, diseño y tecnología innovadora.
- Presencia física en ubicaciones estratégicas, lo que permite la experiencia de compra en persona.

Puntos Débiles:

- Precios generalmente más altos por la marca y calidad.
- Puede no ofrecer la misma variedad en productos específicos para mujeres en comparación con tu negocio.

MaclaSport

Puntos Fuertes:

- Amplia plataforma en línea que atrae a compradores de todo el mundo.

- Precios competitivos y una variedad masiva de productos de diferentes vendedores.
- Ofrece precios competitivos en comparación con marcas similares

Puntos Débiles:

- La marca no está fácilmente disponible en varios puntos de venta o plataformas en líneas.
- Competencia con miles de otros vendedores y tiendas en línea.

JamiStore:

Puntos Fuertes:

- Enfocado en la ropa deportiva de mujer, lo que atiende a una necesidad específica.
- Precios competitivos y ofertas especiales para productos de calidad.
- Estrategia de marketing digital efectiva y redes sociales activas.
- Facilidad de navegación y experiencia de usuario amigable.

Puntos Débiles:

- Competencia directa con Tienda A (Maratón) en calidad y prestigio de marca.

Competencia con Tienda B (MaclaSport) en plataforma en línea y variedad de productos.

- Puede requerir esfuerzos adicionales para construir confianza y lealtad del cliente en un mercado altamente competitivo.

El negocio en línea se destaca por el enfoque en la ropa deportiva de mujer y precios competitivos. Sin embargo, se debe ser consciente de la fuerte competencia de las marcas de renombre y las plataformas en línea establecidas. Es recomendable identificar estrategias para diferenciar, como ofrecer un excelente servicio al cliente, enfocarse en la satisfacción de las necesidades específicas de los compradores y construir una marca sólida.

Metodología de la investigación de mercado

Para obtener información sobre las preferencias de las mujeres activas y atléticas en Manta, por el negocio de ropa deportiva femenina, se emplea una metodología integral de investigación de mercado. Esta metodología comprende varias etapas cruciales. Inicialmente, la investigación estableció objetivos claros, con la finalidad de comprender las preferencias de diseño, los materiales preferidos, las marcas preferidas y los canales de compra deseados entre este grupo demográfico. Después, se planificó la investigación, determinando el tipo de estudio que abarcar encuestas, entrevistas, grupos focales u observación conductual. Además, se desarrollan meticulosamente instrumentos para la recopilación de datos, como cuestionarios estructurados.

Una vez formulado el plan de investigación, se eligió cuidadosamente para participar un subconjunto de la población deseada. En este caso particular, un grupo de mujeres activas y atléticas de Manta. Luego de aquello se dio paso a la recopilación de datos, utilizando encuestas en línea. Después de la recopilación de datos, se dio paso a la fase de análisis, que abarcó el examen y categorización de respuestas, la identificación de patrones y

tendencias recurrentes y la formulación de conclusiones significativas que informan las decisiones estratégicas para el negocio de ropa deportiva femenina de Manta.

Determinación de objetivos de investigación.

Ropa deportiva de alta calidad para mujeres en la ciudad de Manta, dirigida a un segmento de mercado compuesto por mujeres activas y conscientes de la moda, de edades comprendidas entre los 15 a 45 años, que buscan comodidad y estilo en sus prendas deportivas.

Segmentación de mercado

Basado en la investigación de mercado, el segmento al que se dirigirá la venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta se puede segmentar de la siguiente manera:

Segmentación de mercado	
Factor demográfico	Género: Femenino Edad: 15 A 45 años Ingresos: Ingresos medios a medios altos
Factor geográfico	Ciudad de Manta

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Muestra de investigación

La recolección de datos de este proyecto será la encuesta, considerando las mujeres de Manta con edades de entre 15 a 45 años, en la actualidad son 4.584 según lo relacionado con el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) para esto se determina el tamaño de la muestra.

Tabla 2: Muestra de investigación

<p>Fórmula para la población:</p> $n = \frac{(Z^2 * p * q * N)}{((Z^2 * p * q) + ((N - 1) * E^2)}$	<p>Donde:</p> <p>Z: nivel de confianza el 95% = 0.95/2= 0.4750 =1.96</p> <p>N= tamaño de población de la población - censo</p> <p>P= probabilidad de ocurrencia</p> <p>Q= probabilidad en contra</p> <p>E= error de muestreo 5% (0.05)</p> <p>N= tamaño de la muestra</p>
<p>Remplazamos</p> $n = \frac{(1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 4584)}{((1,96^2 * 0,5 * 0,5) + ((4584 - 1) * 0,05^2)}$ <p>N=375</p>	<p>Donde:</p> <p>Z= 95% =0.95/2= 0.4750= 1.96</p> <p>N= 4584</p> <p>P= 0.5</p> <p>Q= 1-p</p> <p>E= 5% (0.05)</p> <p>¿N=?</p>

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Con el objetivo de obtener una muestra que representara fielmente a las mujeres activas y atléticas de la ciudad de Manta, se realizó un estudio de mercado con 375 participantes. Para garantizar la representatividad de la muestra, se emplearon criterios específicos, como la práctica regular de deportes o actividades físicas. Se utilizó un enfoque para llegar a este grupo demográfico, donde se realizó una encuesta en línea para mujeres activas de 15 a 45 años de la ciudad de Manta.

Técnicas de investigación

Para recopilar información sobre las preferencias de las mujeres activas y atléticas en Manta, con respecto a la ropa deportiva, se empleó una encuesta, que abarcó preguntas estructuradas y profundizaron en varios aspectos pertinentes al estudio, incluyendo el diseño de prendas, materiales preferidos, marcas preferidas y canales de compra preferidos.

Para garantizar que los participantes comprendieran plenamente la encuesta, se redactó meticulosamente utilizando un lenguaje sencillo y fácilmente comprensible. Además, se prestó especial atención a la extensión de la encuesta, para evitar la fatiga de los encuestados y mantener una tasa de respuesta favorable. Por otro lado, para mantener una muestra que refleje con precisión a la población, fue esencial distribuir ampliamente la encuesta a mujeres activas y atléticas en Manta. Utilizamos múltiples plataformas, incluidos medios digitales, redes sociales y lugares de encuentro populares para este grupo demográfico específico.

Después de recopilar los datos de la encuesta, se realizó un análisis utilizando métodos tanto estadísticos como cualitativos. Este análisis tuvo como objetivo descubrir patrones, tendencias y conexiones significativas entre las variables investigadas. Los conocimientos derivados de los resultados de la encuesta demostraron ser invaluable para informar el proceso de toma de decisiones para el negocio de ropa deportiva femenina de Manta.

Resultados descriptivos de la investigación

Los resultados de la investigación de mercado muestran un rango de edad variado entre los participantes, con una notable concentración en los tramos de 15 a 25 y de 26 a 45 años. Esto indica una representación significativa de adultos jóvenes en el estudio. Con esta valiosa información, JAMISTORE ahora puede personalizar sus estrategias para atender específicamente a estos segmentos demográficos, alineando sus ofertas y esfuerzos promocionales con las preferencias de la mayoría de los encuestados.

La encuesta revela que casi el 50% de las personas practican deportes, lo que indica una oportunidad sustancial para la demanda de ropa deportiva. Esto implica que JAMISTORE puede centrar sus esfuerzos en este grupo de clientes en particular, brindándoles productos que se adapten a sus actividades físicas y creando campañas de marketing específicas que enfatizan cómo su ropa deportiva puede mejorar la experiencia deportiva de los clientes.

Los datos indican que un número significativo de encuestados muestra un interés intermitente en comprar ropa deportiva, lo que implica un potencial de mercado sustancial. Esto presenta una oportunidad de mejorar la frecuencia de compra mediante el empleo de tácticas de marketing y campañas promocionales dirigidas a quienes realizan compras ocasionales. Además, los consumidores priorizan la comodidad, el estilo, la calidad de los

materiales y el precio al seleccionar ropa deportiva, lo que subraya la importancia de ofrecer productos que se alineen con estos criterios.

En resumen, los resultados de la encuesta ofrecen información valiosa sobre las preferencias y acciones de los consumidores en Manta, la industria de ropa deportiva femenina en línea de Manta. JAMISTORE puede utilizar estos descubrimientos para formular enfoques exitosos para atraer y retener clientes, al mismo tiempo que mejora sus productos y servicios para satisfacer las demandas y anticipaciones del mercado objetivo.

Análisis de la demanda

La demanda estimada para el negocio de JAMISTORE luego de los datos obtenidos mediante la investigación de mercado fue la siguiente:

Tabla 3: Análisis de la demanda

Segmento de Mercado	Potencial de Demanda	Tendencia de Demanda	Competencia
Mujeres de 15 a 25 años	Alto	Al alza	Moderada
Mujeres de 26 a 35 años	Alto	Al alza	Moderada
Mujeres de 36 a 45 años	Medio	Estable	Moderada
Mujeres mayores de 45 años	Bajo	En declive	Baja

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Al analizar la demanda del negocio de JAMISTORE, resulta evidente que numerosos segmentos del mercado tienen un potencial sustancial. Los grupos de edad de 15 a 25 y de 26 a 35 años, específicamente entre las mujeres, son los más prometedores, ya que su demanda aumenta constantemente. Estas mujeres interactúan con las redes sociales y son susceptibles a las tendencias de la moda, lo que las hace abiertas a ropa deportiva de alta calidad. Aunque la competencia en estos segmentos es moderada, varias marcas bien establecidas compitiendo por la atención, puede que JAMISTORE se distinga con una oferta de productos distintiva y una sólida presencia en línea.

Por otro lado, la demanda del mercado entre las mujeres de 36 a 45 años se considera moderada y muestra un patrón consistente. A pesar de estar menos influenciadas por las tendencias de la moda, estas mujeres priorizan la comodidad y la calidad cuando se trata de ropa deportiva. El nivel de competencia en este segmento también es moderado, lo que presenta a JAMISTORE la oportunidad de afianzarse en el mercado ofreciendo productos que enfatizan tanto la comodidad como la funcionalidad.

Por el contrario, el grupo demográfico de mujeres de 45 años o más muestra una menor inclinación hacia la compra, atribuida principalmente a un menor compromiso físico y una menor preocupación por las modas pasajeras. Si bien este segmento presenta una competencia mínima, su alcance de mercado es limitado, lo que requiere enfoques personalizados para atraer a estos consumidores, como ofrecer productos personalizados para su comodidad y funcionalidad.

En resumen, el análisis de la demanda subraya la importancia de dirigir los esfuerzos de marketing y avance de productos hacia los segmentos con oportunidades prometedoras, y se emplean estrategias específicas

para atender los requisitos y preferencias únicos de cada grupo demográfico. Es imperativo que JAMISTORE se mantenga actualizado con las tendencias del mercado y ajuste su estrategia en consecuencia para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.

Características de la demanda

Las características de la demanda para el negocio de JAMISTORE incluyen:

- 1. Elasticidad:** La demanda de ropa deportiva está sujeta a fluctuaciones basadas en diversos elementos, incluidos el precio, la calidad, las tendencias de la moda y la disponibilidad del producto. Es fundamental que JAMISTORE comprenda el impacto que las alteraciones en estos factores pueden tener en la demanda de sus productos.
- 2. Estacionalidad:** La demanda de ropa deportiva muestra un patrón estacional, con aumentos repentinos que se producen durante períodos específicos, especialmente primavera y verano, cuando las personas practican más actividades al aire libre. JAMISTORE puede adaptar enfoques de inventario y marketing para capitalizar los períodos de mayor demanda.
- 3. Sensibilidad al precio:** Cuando se trata de comprar ropa deportiva, los consumidores pueden ser sensibles a los precios. Las decisiones que toman los clientes sobre sus compras pueden verse influenciadas ofreciendo precios competitivos y promociones especiales.
- 4. Tendencias de moda:** La popularidad de la ropa deportiva está sujeta a la influencia de las tendencias de la moda y los hábitos de las personas activas. Para generar un aumento en la demanda, es esencial mantenerse al tanto de las tendencias más recientes y ofrecer productos que se alineen con las inclinaciones y preferencias actuales de los consumidores
- 5. Calidad y comodidad:** Cuando se trata de ropa deportiva, los consumidores buscan productos que sean a la vez de alta calidad y cómodos. La percepción de los materiales, el ajuste y la durabilidad juega un papel importante a la hora de influir en la demanda de los productos ofrecidos por JAMISTORE.
- 6. Conciencia ambiental:** A la luz de la creciente conciencia en torno al medio ambiente, ciertas personas pueden buscar productos sostenibles y con conciencia ecológica. JAMISTORE tiene la oportunidad de aprovechar esta tendencia ofreciendo opciones de ropa deportiva elaboradas con materiales respetuosos con el medio ambiente y producidas mediante métodos sostenibles.
- 7. Emocional:** La ropa deportiva puede inspirar y motivar a las personas a mantenerse activas, debido que al comprar ropa deportiva muchos consumidores sienten el impulso para iniciar o continuar su rutina de ejercicios.

Comprender estas características de la demanda es fundamental para JAMISTORE para ajustar su estrategia de marketing, desarrollo de productos y gestión de inventario para satisfacer las necesidades y preferencias de sus clientes.

Proyección de la demanda

Esta tabla muestra la proyección de la demanda para cada rubro en los próximos 5 años, tanto en términos de cantidades como de valores:

Tabla 4: Proyección de la demanda

RUBRO	Año 1	Valor Año 1	Año 2	Valor Año 2	Año 3	Valor Año 3	Año 4	Valor Año 4
Camisa	760Un	\$24,000.00	1008Un	\$25,200.00	1056Un	\$26,460.00	1104Un	\$27,783.00
Licras	720Un	\$25,200.00	756Un	\$26,460.00	792Un	\$27,783.00	828Un	\$29,172.12
Sudaderas con capucha	660Un	\$19,800.00	696Un	\$20,790.00	732Un	\$21,829.56	768Un	\$22,921.08
Top	600Un	\$15,000.00	636Un	\$15,750.00	672Un	\$16,537.56	708Un	\$17,364.48
Leggings deportivos	720Un	\$24,480.00	756Un	\$25,704.00	792Un	\$26,989.20	828Un	\$28,338.72
Conjuntos deportivos	480Un	\$26,400.00	504Un	\$27,720.00	528Un	\$29,106.00	552Un	\$30,561.36
Shorts deportivos	600Un	\$19,800.00	636Un	\$20,790.00	672Un	\$21,829.56	708Un	\$22,921.08
Gorras	792Un	\$10,296.00	828Un	\$10,810.80	864Un	\$11,357.28	900Un	\$11,925.12
Muñequeras	400Un	\$6,200.00	420Un	\$6,760.00	441Un	\$7,328.00	460Un	\$7,980.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Todos los productos mostrados en la tabla presentan un crecimiento tanto en cantidad como en valor de ventas a lo largo de los cuatro años. El crecimiento porcentual en términos de unidades vendidas varía según el rubro, con productos como las camisetas mostrando un mayor incremento en comparación con otros. Sin embargo, el valor de ventas crece de manera uniforme en un 5% para todos los productos.

Este análisis refleja una proyección optimista, con un crecimiento constante en las ventas tanto en términos de unidades como en ingresos, lo cual es un buen indicio de la viabilidad del negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva de mujer.

Análisis de la oferta

El análisis de la oferta de ropa deportiva para mujer en Manta revela la presencia de varios competidores en el mercado local. Algunas de las tiendas y marcas más destacadas incluyen: tiendas de ropa deportiva establecidas, tiendas de ropa deportiva en centros comerciales, tiendas en línea y plataformas de e-commerce, tiendas de moda con secciones deportivas, y marcas independientes y diseñadores locales. De igual manera, en Manta, existen tiendas especializadas en la venta de ropa deportiva para mujeres, tanto locales como nacionales e internacionales. Estas tiendas ofrecen una amplia gama de productos, desde prendas básicas hasta opciones de gama alta, lo que les permite atender a una variedad de segmentos de mercado. Un claro ejemplo es la tienda Macla Sport misma que sería el principal competido del negocio.

Los centros comerciales de Manta albergan varias tiendas de ropa deportiva para mujeres, algunas de las cuales son cadenas reconocidas a nivel nacional como Marathon o Macla Sport, aunque, los precios de esta tienda son mayores a los del negocio. Estas tiendas suelen tener una amplia selección de productos y pueden ofrecer promociones y descuentos para atraer a los consumidores. Estas tiendas pueden ofrecer una selección más limitada

de productos deportivos, pero aun así representan competidores para JAMISTORE al atraer a consumidores que buscan opciones de moda deportiva.

Caracterización de la oferta actual.

El negocio JAMISTORE ofrece una amplia gama de ropa diseñada para mujeres activas y atléticas. Nuestra oferta de productos tiene como objetivo combinar a la perfección estilo, comodidad y funcionalidad, atendiendo a las necesidades y preferencias únicas de las consumidoras locales. Los productos para ofertar por parte del negocio son:

1. Camisas
2. Licras
3. Sudaderas con capucha
4. Top
5. Leggings deportivos
6. Conjuntos deportivos (top + pantalón)
7. Shorts deportivos
8. Gorras
9. Muñequeras

Las camisas importadas son confeccionadas con tejidos transpirables y de secado rápido, son perfectas para actividades físicas rigurosas. Por otro lado, la gama de pantalones deportivos ofrece versatilidad y funcionalidad, garantizando una comodidad óptima y un movimiento sin restricciones durante los entrenamientos. En cuanto a entrenamiento al aire libre, las sudaderas con capucha se diseñan para proteger al viento y la lluvia, están construidas con materiales suaves y acogedores que permiten la transpirabilidad, lo que garantiza que permanezca seco y cómodo durante su rutina de ejercicios. Igualmente, la empresa ofrece chaquetas deportivas perfectas para actividades al aire libre en diferentes condiciones climáticas. Estas chaquetas están equipadas con tecnología avanzada que protege contra el viento y el agua, garantizando calidez y sequedad.

Oportunidad de emprender

Según (El comercio, 2015) “Cada vez más gente demanda artículos y servicios deportivos en el país, una buena noticia para los propietarios de estos negocios”. En los últimos años, ha habido un aumento significativo en la conciencia pública sobre la importancia de llevar un estilo de vida activo y saludable. Más personas están reconociendo los beneficios de hacer ejercicio y mantenerse en forma para su bienestar general. Esto ha llevado a una mayor demanda de artículos deportivos para ayudar en la actividad física.

La oportunidad de negocio detectada se basa en la creciente demanda de ropa deportiva de alta calidad y estilo para mujeres activas en la ciudad de Manta. A través de la observación del mercado y la identificación de ciertas tendencias y necesidades, se ha reconocido lo siguiente:

- Falta de oferta personalizada
- Demandas de estilo y comodidad
- Tendencia al comercio electrónico

4. ESTUDIO TÉCNICO

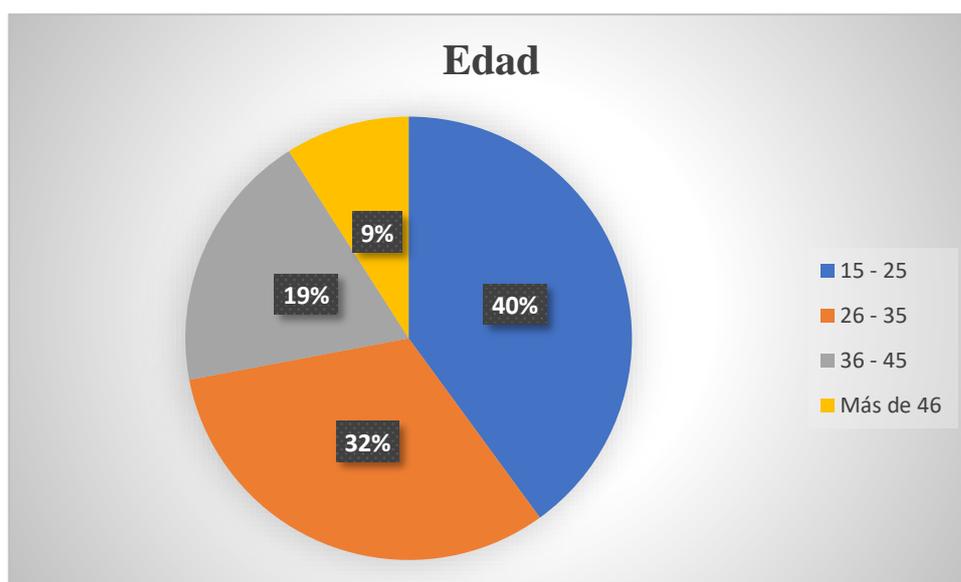
Participantes del muestreo por edad

Tabla 5: Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 - 25	200	40%
26 - 35	90	32%
36 - 45	70	19%
Más de 46	15	9%
Total	375	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 2: Encuesta pregunta 1



La encuesta refleja una participación significativa de diversas edades en la muestra. El grupo de 15 a 25 años es el más grande, representando el 40% del total. Le sigue el grupo de 26 a 35 años con un 32%, indicando una presencia fuerte de adultos jóvenes. El rango de 36 a 45 años constituye el 19% de la muestra, mostrando una representación considerable pero menor en comparación con los grupos más jóvenes. El grupo de más de 46 años representa el 9%, siendo el segmento más pequeño. JAMISTORE podría enfocar sus estrategias de marketing y productos en el segmento de 15 a 35 años, ya que constituye la mayoría. El grupo de 36 a 45 años también presenta una oportunidad, y JAMISTORE podría adaptar su oferta para satisfacer las preferencias de este grupo. Dado que el grupo de 15 a 25 años es el más grande, JAMISTORE podría centrarse en productos y campañas que resuenen con esta audiencia. La diversidad en la distribución de edades brinda a JAMISTORE la oportunidad de atender a una audiencia amplia. Al adaptar estrategias y productos a las preferencias específicas de cada grupo, la marca puede maximizar su atractivo en el mercado.

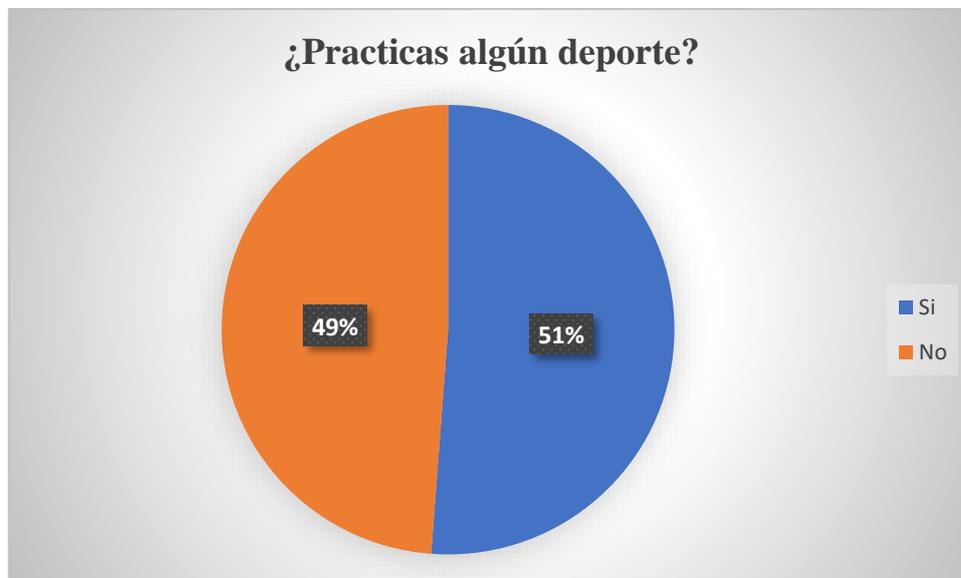
Tabla 6: ¿Practicar algún deporte?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	43%
No	185	41%

Total	375	100%
--------------	------------	-------------

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 3: Encuesta pregunta 2



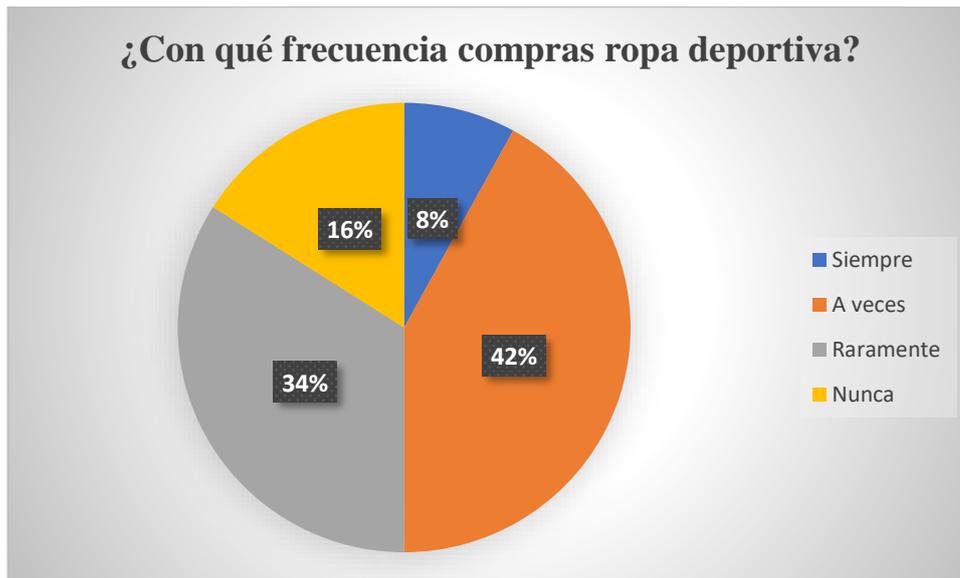
El 43% de los encuestados indica que practica algún deporte, mientras que el 41% responde que no. Dado que casi la mitad de los encuestados practica algún deporte, existe un potencial significativo para el interés en ropa deportiva. JAMISTORE puede dirigirse estratégicamente a aquellos que ya practican deportes, ofreciendo productos que se alineen con sus actividades físicas. Puede considerarse la expansión de la oferta de productos para abordar las necesidades específicas de aquellos que practican deportes en particular. Se pueden diseñar campañas de marketing específicas para resaltar cómo la ropa deportiva de JAMISTORE puede mejorar la experiencia deportiva. Explorar colaboraciones con atletas tanto del rango amateur hasta la profesional e influencers en el ámbito deportivo para aumentar la visibilidad y la credibilidad. Estos resultados indican una oportunidad para JAMISTORE de conectarse con un segmento específico de clientes interesados en la ropa deportiva, lo que puede contribuir al éxito y la aceptación en el mercado.

Tabla 7: ¿Con qué frecuencia compras ropa deportiva?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	8%
A veces	230	42%
Raramente	85	34%
Nunca	50	16%
Total	375	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 4: Encuesta pregunta 3



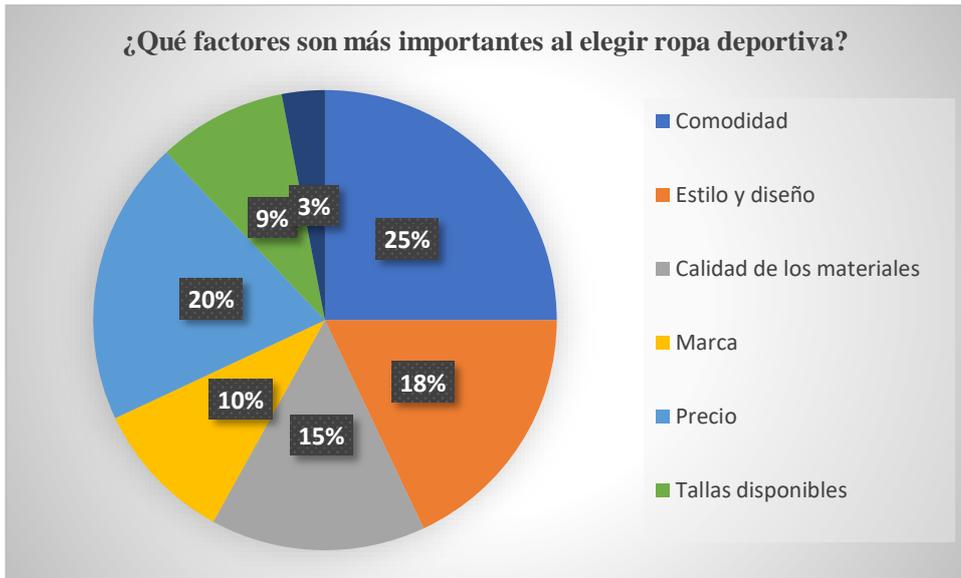
El 8% de los encuestados compra ropa deportiva siempre. El 42% compra a veces. El 34% compra raramente. El 16% nunca compra ropa deportiva. La mayoría de los encuestados 42% compra ropa deportiva a veces, lo que indica un interés y mercado potencial significativos. Existen oportunidades para aumentar la frecuencia de compra a través de estrategias de marketing y promociones. El mercado se puede segmentar en clientes habituales, ocasionales y no compradores, permitiendo estrategias específicas para cada grupo. JAMISTORE puede dirigir sus esfuerzos de marketing y promociones a aquellos que compran a veces, ofreciendo incentivos para aumentar la frecuencia. Estos resultados brindan información valiosa sobre el comportamiento de compra de ropa deportiva, permitiendo a JAMISTORE adaptar sus estrategias para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

Tabla 8: ¿Qué factores son más importantes al elegir ropa deportiva?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	190	25%
Estilo y diseño	65	18%
Calidad de los materiales	50	15%
Marca	25	10%
Precio	10	20%
Tallas disponibles	7	9%
Sostenibilidad y materiales ecológicos	3	3%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 5: Encuesta pregunta 4



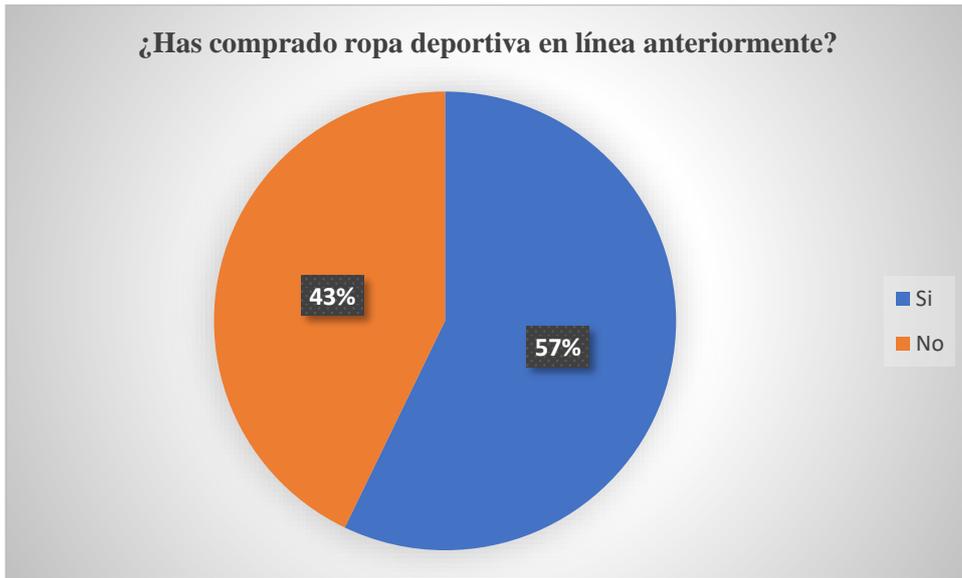
El 25% de los encuestados considera la comodidad como el factor más importante al elegir ropa deportiva. El estilo y diseño son significativos para el 18% de los encuestados. La calidad de los materiales es crucial para el 15% de los encuestados. La marca influye en la decisión del 10% de los encuestados. El precio es un factor clave para el 20% de los encuestados. Las tallas disponibles son importantes para el 9% de los encuestados. La sostenibilidad y materiales ecológicos son prioritarios para el 3% de los encuestados. La comodidad y el estilo deben ser aspectos centrales en la selección de productos. Hay que destacar la calidad de los materiales y la sostenibilidad puede atraer a un segmento específico del mercado. Estrategias de precios competitivos son esenciales, ya que el 20% de los encuestados lo considera un factor clave. Estos resultados proporcionan información clave sobre los factores decisivos para los consumidores al elegir ropa deportiva, orientando a JAMISTORE hacia estrategias que resalten los atributos más valorados por sus clientes potenciales.

Tabla 9: ¿Has comprado ropa deportiva en línea anteriormente?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	185	57%
No	165	43%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 6: Encuesta pregunta 5



El 57% de los encuestados ha comprado ropa deportiva en línea. El 43% de los encuestados no ha realizado compras en línea de este tipo de productos. La mayoría de los encuestados tiene experiencia comprando ropa deportiva en línea, lo cual sugiere una disposición a realizar compras por este medio. La plataforma en línea de JAMISTORE debe ser fácil de usar y segura para fomentar la confianza en la compra en línea. Estos resultados indican una oportunidad significativa para JAMISTORE en el mercado en línea, pero también destacan la importancia de abordar las preocupaciones comunes relacionadas con la compra en línea, como la seguridad y la facilidad de devolución.

Tabla 10: ¿Estarías interesado/a en comprar ropa deportiva de mujer en línea?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	67%
No	115	33%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 7: Encuesta pregunta 6



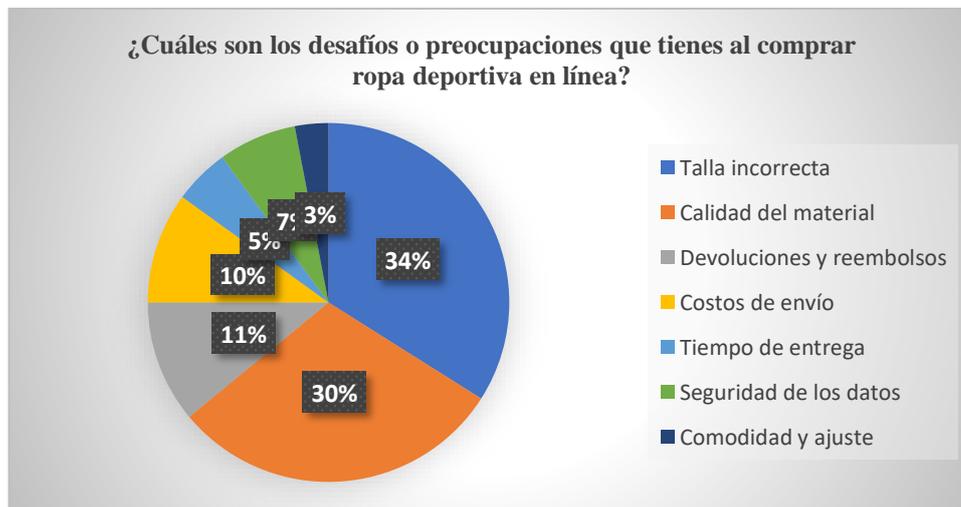
El 67% de los encuestados expresó interés en comprar ropa deportiva de mujer en línea. El 33% de los encuestados indicó que no estaría interesado en realizar este tipo de compras en línea. Hay interés importante en la compra en línea de ropa deportiva femenina. Estrategias de marketing digital y presencia en línea serán cruciales para captar este segmento de mercado. Estos resultados son alentadores para JAMISTORE, indicando que la mayoría de los encuestados están dispuestos a considerar la compra en línea de ropa deportiva de mujer. La implementación efectiva de estrategias digitales puede ayudar a aprovechar este interés.

Tabla 11: ¿Cuáles son los desafíos o preocupaciones que tienes al comprar ropa deportiva en línea?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Talla incorrecta	190	34%
Calidad del material	65	30%
Devoluciones y reembolsos	50	11%
Costos de envío	25	10%
Tiempo de entrega	10	5%
Seguridad de los datos	7	7%
Comodidad y ajuste	3	3%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 8: Encuesta pregunta 7



El 34% mencionó la talla incorrecta como un desafío al comprar en línea. El 30% expresó preocupación por la calidad del material de la ropa. El 11% señaló inquietudes sobre devoluciones y reembolsos. El 10% mencionó los costos de envío como una preocupación. El 5% se preocupa por el tiempo de entrega. El 7% mencionó la seguridad de los datos. La comodidad y el ajuste fueron señalados por el 3%.

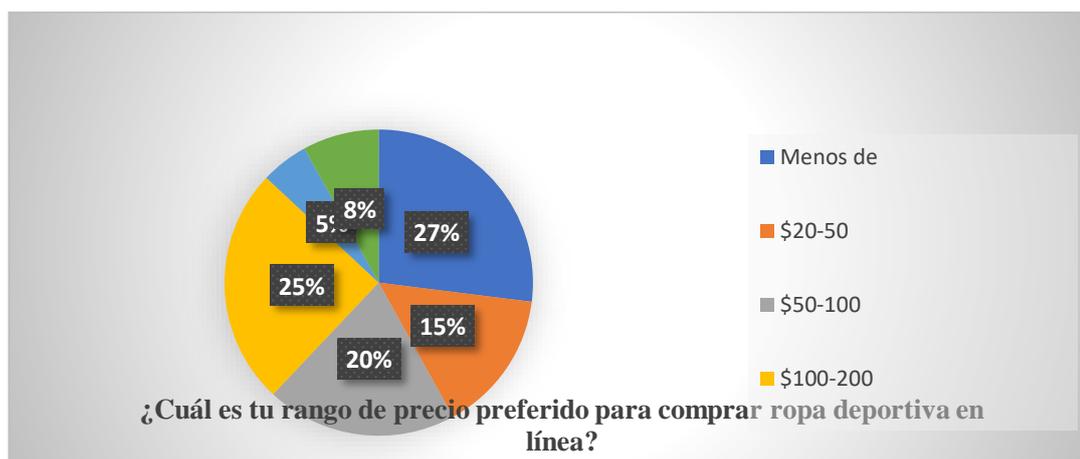
Tabla 12: ¿Cuál es tu rango de precio preferido para comprar ropa deportiva en línea?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$20-50	145	27%
	45	15%

\$50-100	65	20%
\$100-200	75	25%
Más de \$200	8	5%
No tengo un rango de precio específico	12	8%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 9: Encuesta pregunta 8



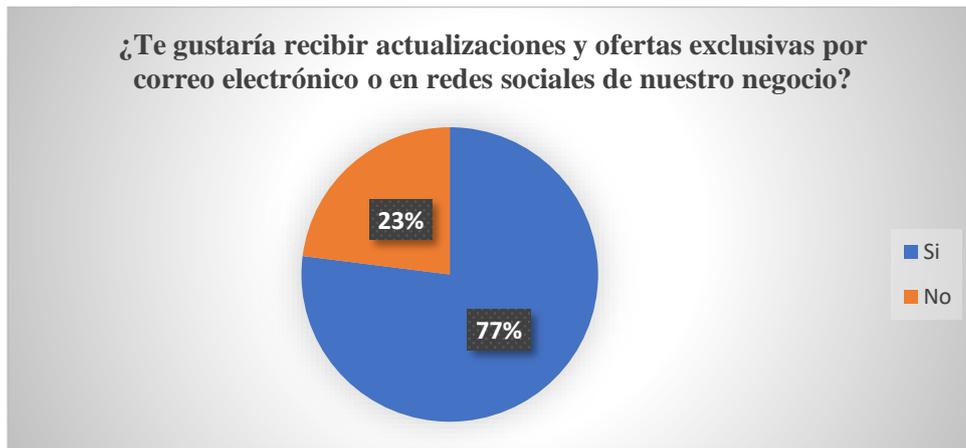
El 27% prefiere un rango de precio de menos de \$20. El 15% opta por un rango de \$20-50. El 20% está cómodo con un rango de \$50-100. El 25% prefiere un rango de \$100-200. El 5% está dispuesto a gastar más de \$200. El 8% no tiene un rango de precio específico. Estos resultados ofrecen información sobre la sensibilidad al precio de los clientes y pueden orientar las estrategias de fijación de precios de JAMISTORE para satisfacer las preferencias del mercado.

Tabla 13: ¿Te gustaría recibir actualizaciones y ofertas exclusivas por correo electrónico o en redes sociales de nuestro negocio?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	245	77%
No	105	23%
Total	350	100%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Figura 10: Encuesta pregunta 9



El 77% está interesado en recibir actualizaciones y ofertas exclusivas. El 23% no tiene interés en recibir este tipo de comunicaciones. Estos resultados indican una oportunidad para establecer una conexión directa con los clientes interesados y mantenerlos comprometidos a través de comunicaciones regulares.

Localización del proyecto

La distribución y localización son aspectos críticos en el negocio en línea de venta de ropa deportiva de mujer.

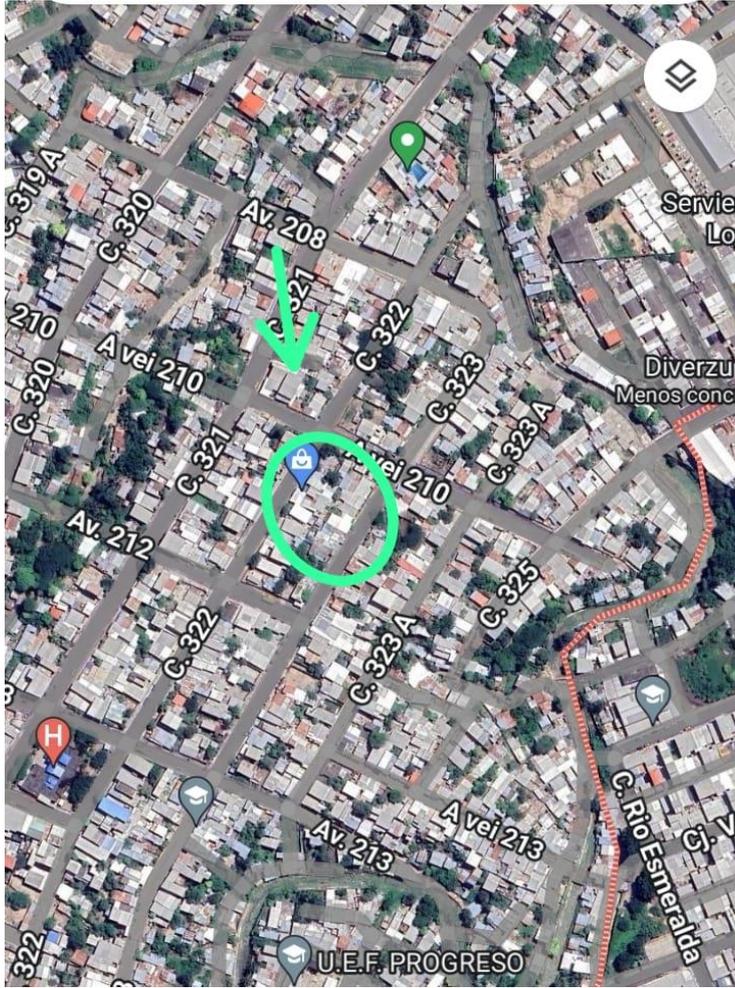
Distribución:

- **Canal de Venta Online:** Dado que el negocio es en línea, el principal canal de distribución será a través de un sitio web. Asegurando de tener un sitio web fácil de navegar, optimizado para dispositivos móviles y seguro para transacciones.
- **Redes Sociales y Marketplace:** Utilizar las redes sociales como Instagram, tik tok y Facebook para promocionar los productos y dirigir el tráfico a la tienda en línea.
- **Logística y Envío:** Establecer acuerdos con servicios de mensajería o empresas de logística que puedan manejar los envíos de los productos de manera eficiente. Ofrecer opciones de envío flexibles y costos de envío razonables para los clientes.

Localización:

La localización del negocio en línea va a tener un almacén en la parte de la Aurora entre la av 210 y calle 322, para guardar la mercadería y ubicar mi oficina donde será el punto de partida de mis productos.

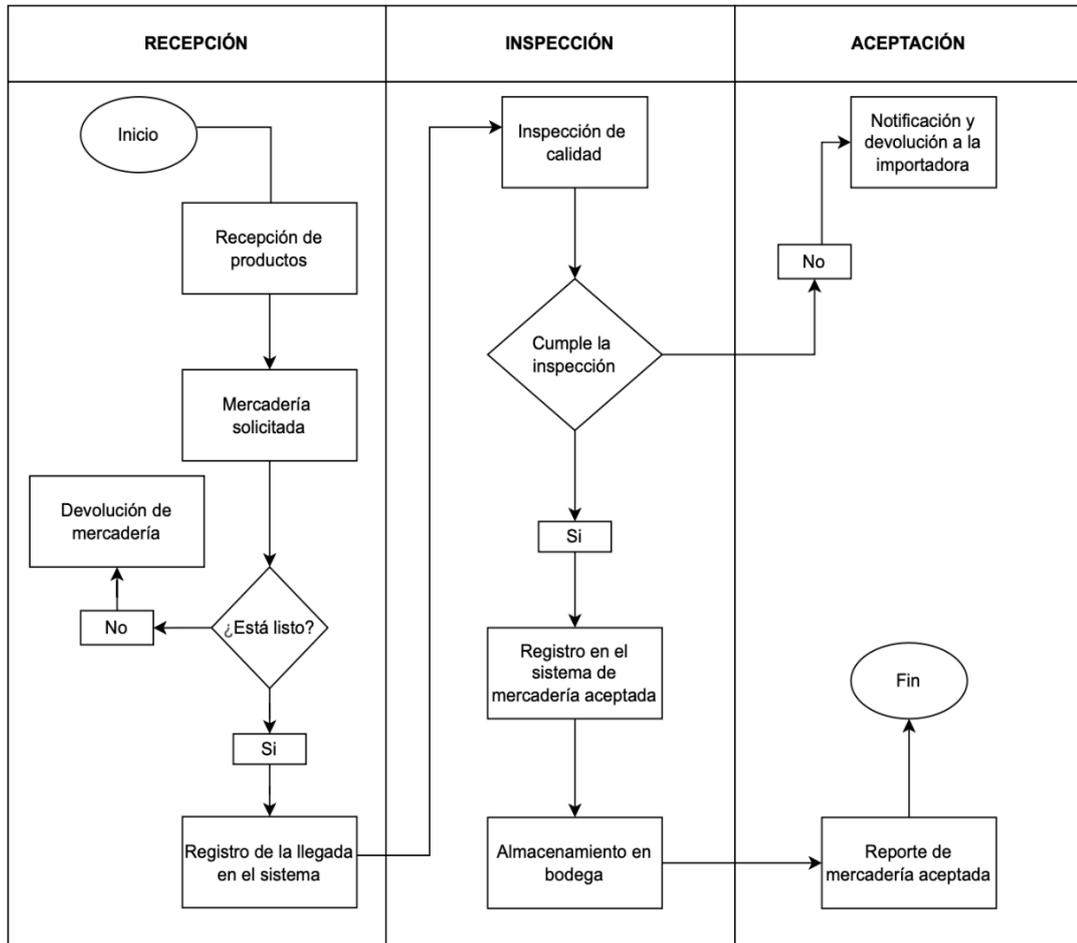
Ilustración 1: Localización



Ingeniería del proyecto.

Proceso de envío de productos y recepción

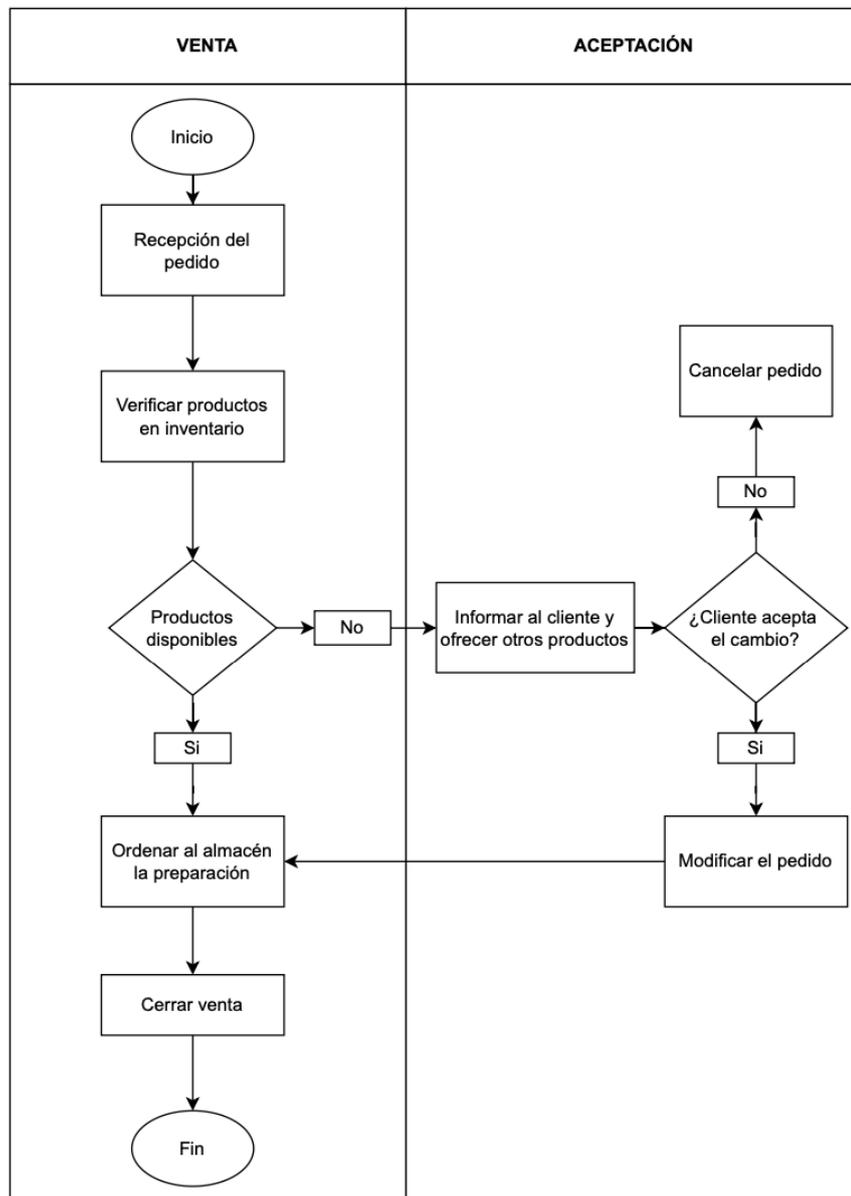
Figura 11: Proceso de mercadería



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Proceso de envío de venta de productos

Figura 12: Proceso de compra



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

El proceso de compra presentado es eficaz y bien estructurado, orientado tanto a la satisfacción del cliente como a la eficiencia operativa. La claridad en las etapas del proceso, desde la recepción del pedido hasta la finalización de la venta o la modificación del pedido, asegura que el cliente reciba una atención rápida y adecuada.

Capacidad Anual:

- Conjunto deportivo (Producto A): 600 unidades
- Top deportivo (Producto B): 550 unidades

- Leggins deportivos (Producto C): 600 unidades
- Shorts deportivos (Producto D): 560 unidades

Capacidad Mensual (Aproximada):

- Conjunto deportivo (Producto A): 50 unidades
- Top deportivo (Producto B): 45 unidades
- Leggins deportivos (Producto C): 50 unidades
- Shorts deportivos (Producto D): 47 unidades

Estas cifras son estimaciones basadas en la eficiencia operativa y la disponibilidad de recursos. Es importante señalar que la capacidad de operaciones puede ajustarse según la demanda del mercado y la capacidad financiera para expandir. Además, se debe monitorear y actualizar regularmente para reflejar mejoras en la eficiencia y posibles expansiones.

Tabla 14: Tecnologías necesarias para la operación

Tecnologías necesarias para la operación		Especificaciones	Valor Unitario	Valor Anual
Comunicación y Gestión	Computadoras Portátiles: 1 unidades	Computadoras portátiles para tareas administrativas y comunicación.	\$300	\$300
	Software de Gestión Empresarial: 1 licencias	Software para la gestión de inventario, pedidos y facturación (Incluye sistema contable)	\$400	\$400
	Conexión a Internet (alta velocidad)	Conexión de alta velocidad para la comunicación efectiva con proveedores y clientes.	\$25	\$300
Material de Oficina	Escritorios, Sillas y Mobiliario de Oficina: 1 juego	Escritorio amplio 4 sillas 1 mueble 1 aire acondicionado	\$200 \$80 \$120 \$300	\$700
	Material de Escritura y Papelería: 1 lote	4 resma de papel 6 bolígrafos 3 carpetas 1 grapa 1 perforadora 1 caja de clip 2 agenda	\$20 \$5 \$10 \$15 \$7 \$3 \$20	\$80

	Modulares	3 estanterías para ubicar las prendas	\$150	\$150
Almacenamiento y Logística	Sistema de Etiquetado de 1 sistema	1 impresora de etiqueta BROTHER QL1100 - USB	\$300	\$300
Total, de Inversión en Tecnología				\$2.230

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Este análisis se basa en la necesidad de tecnología para la gestión de la compra y distribución de productos. Se realizará una investigación más detallada antes de la adquisición para garantizar la mejor relación calidad-precio y eficiencia operativa.

Cronograma de operación

Cronograma de operación y Stocks para el Primer Año:

Nota: La siguiente planificación se basa en la compra de productos a distribuidores y no en la producción interna de ropa.

Tabla 15: Cronogramas de operación

Enero:	<ul style="list-style-type: none"> • Compra de stocks iniciales basados en estimaciones de demanda. • Inicio de operaciones y promoción.
Febrero - Marzo:	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuste de stocks según la demanda de los primeros meses. • Evaluación de la aceptación de productos por parte de los clientes.
Abril - Mayo:	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de stocks en preparación para la temporada de primavera/verano. • Campañas de marketing centradas en productos de temporada.
Junio - Julio:	<ul style="list-style-type: none"> • Stock adicional para la temporada alta de verano. • Evaluación de la respuesta del mercado.
Agosto - Septiembre:	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación para la temporada de otoño/invierno. • Ajuste de stocks en función de la experiencia acumulada.
Octubre - Noviembre:	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor enfoque en productos de invierno. • Evaluación de las ventas para la planificación del próximo año.

Diciembre:	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuste de stocks para satisfacer la demanda navideña. • Evaluación del rendimiento anual.
-------------------	--

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Niveles Mínimos de Stock:

- Mantener al menos 1 mes de inventario para productos de demanda constante.
- Para productos estacionales, mantener al menos 2 meses de inventario durante la temporada baja y hasta 4 meses durante la temporada alta.

Consideraciones Adicionales:

- Monitorear constantemente las tendencias del mercado para ajustar los niveles de stock.
- Colaborar estrechamente con los distribuidores para garantizar un suministro constante.
- Realizar ajustes en el cronograma según eventos especiales, promociones o cambios inesperados en la demanda.

Este cronograma facilita adaptación a las fluctuaciones estacionales y cambios en la demanda, garantizando un flujo constante de productos para satisfacer las necesidades del mercado.

Balance de mano de obra y materiales.

Tabla 16: Balance de mano de obra y materiales

Puesto	Funciones	Tiempo	Sueldo
Encargado del Almacén	Gestión y supervisión del almacenamiento y distribución de la mercadería	Tiempo completo	\$460
Asistente de Embalaje y Etiquetado	Preparación y embalaje de productos para envíos y otros servicios	Tiempo completo	\$460
TOTAL			\$920

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Políticas Salariales:

- Los salarios no serán inferiores a la media del mercado para cada posición.
- No se prevén pagos adicionales por condiciones especiales de trabajo (insalubridad, trabajo nocturno, etc.).
- Se reconocerá económicamente la formación relevante para el trabajo, la experiencia y la antigüedad en la empresa.

Condiciones Laborales:

- Se ofrecerán contratos a término indefinido para roles permanentes.
- Períodos de prueba: 3 meses para roles operativos, 6 meses para roles administrativos.
- Compensaciones salariales: Se considerará bonificaciones anuales basadas en el desempeño y el cumplimiento de metas.

Aspectos Legales:

- Se cumplirán todas las regulaciones laborales vigentes.
- Se ofrecerán condiciones laborales seguras y saludables.
- Se brindará capacitación continua y oportunidades de desarrollo.

Costo Anual de Mano de Obra

- Encargado del Almacén: \$5,520.
- Asistente de Embalaje y Etiquetado: \$5,520.

Total, Anual de Mano de Obra (Año 1): \$11,040.

Terrenos y Bienes Naturales:

- No se requiere la adquisición de terrenos, ya que JAMISTORE opera principalmente en línea. Sin embargo, se necesitará un espacio físico para el almacenamiento de mercadería.

Construcciones:

- Alquiler de un local de almacenamiento de aproximadamente 20 m² para el resguardo de inventario: \$200 al mes.

Maquinaria:

- No aplica directamente, ya que la empresa no produce la ropa, pero se pueden considerar estanterías y sistemas de almacenamiento.

Utillaje:

- Estanterías modulares para optimizar el espacio de almacenamiento: \$230.

Mobiliario:

- Muebles de oficina básicos para el espacio administrativo (escritorios, sillas): \$780.

Elementos de Transporte:

- No se requiere un vehículo de transporte para el negocio en línea.

Otros Elementos Materiales:

- Sistema de seguridad para el local de almacenamiento: \$50 al mes x 12 meses = \$600

- Equipamiento de embalaje y etiquetado: \$1,000.

Costos Estimados:

Alquiler del Local:

- \$200 al mes x 12 meses = \$2,400 al año.

Estanterías Modulares:

- \$230(inversión única).

Muebles de Oficina:

- \$780 (inversión única).

Sistema de Seguridad:

- \$600 (al año)

Equipamiento de Etiquetado:

- \$300 (inversión única).

Total, de Inversiones en Equipos e Infraestructura: \$4,310.

Estos costos representan la inversión necesaria para establecer y mantener el espacio físico que respalda las operaciones de JAMISTORE, garantizando un almacenamiento seguro y eficiente de la mercadería.

Distribución de planta de producción y/o establecimiento de generación de servicio.

El almacén ocupa la mayor parte del espacio y está ubicado en la parte trasera del local. Se organiza en estanterías y modulares para maximizar el espacio de almacenamiento vertical. Las secciones están etiquetadas para facilitar la ubicación del producto, con áreas designadas para cada tipo de producto (por ejemplo, camisetas, pantalones, sudaderas, etc.). También se reserva espacio para el embalaje y envío de pedidos.

La zona de gestión y venta en línea está situada en el centro del local y es de fácil acceso. Aquí se encuentran los escritorios y computadoras de los trabajadores que gestionan las ventas en línea, procesan pedidos y realizan tareas administrativas como atención al cliente. También posee estanterías o archivadores para organizar documentos importantes.

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Visión

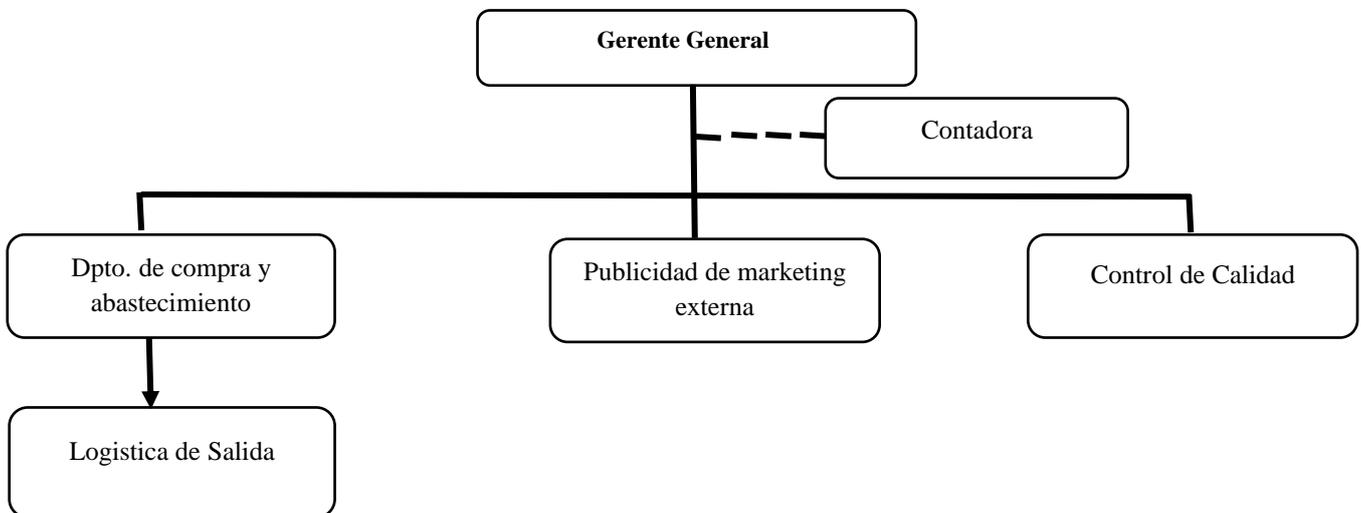
Ser una empresa líder indiscutible y reconocida a nivel nacional en el mercado de la moda deportiva femenina. En 2035, ser el referente de confianza para las mujeres que buscan ropa deportiva de alta calidad, estilo excepcional y comodidad sin igual.

Misión

Nuestra misión es proporcionar a las mujeres activas y atléticas de Manta, Ecuador, una selección diversa de ropa deportiva de primer nivel que combina estilo, comodidad y practicidad para satisfacer los requisitos y preferencias de nuestros clientes, permitiéndoles sentirse seguros, cómodos y a la moda mientras realizan sus estilos de vida activa.

Estructura Organizacional

Figura 13: Estructura organizacional

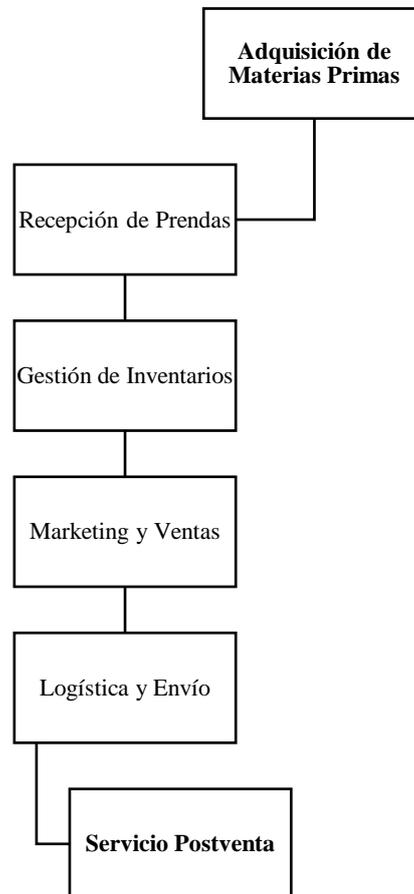


Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Mapa de proceso

A continuación, se presenta el mapa de procesos de la empresa:

Figura 14: Mapa de proceso



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Funciones y productos esperados.

JamiStore se destaca en el mercado de la venta de ropa deportiva de mujer debido a varios aspectos diferenciales que generan valor para los consumidores:

Diseño Innovador: Las prendas no solo siguen las últimas tendencias de moda deportiva, sino que también incorporan elementos innovadores en diseño. Se busca constantemente maneras creativas de combinar estilo y funcionalidad para ofrecer productos únicos.

Calidad y Durabilidad: Se compromete a ofrecer ropa deportiva de la más alta calidad. Utilizando materiales duraderos que resisten el desgaste asociado con la actividad física, asegurando que las prendas mantengan su integridad incluso después de múltiples usos.

Atención al Cliente Personalizada: En JamiStore, la satisfacción del cliente es prioridad. Se ofrecerá un servicio de atención al cliente personalizado, brindando asistencia experta y solucionando cualquier pregunta o inquietud que puedan tener los clientes.

Compromiso con la Sostenibilidad: Se esfuerza por minimizar el impacto ambiental. Desde el empaque hasta la selección de materiales, se considera la sostenibilidad en cada paso. Esto resuena con los consumidores que valoran marcas comprometidas con prácticas empresariales responsables.

Experiencia de Compra en Línea: La tienda en línea está diseñada para ser intuitiva y fácil de usar. Se ofrecerá una experiencia de compra en línea sin complicaciones, desde la navegación del sitio web hasta el proceso de pago, brindando comodidad a los clientes.

Colaboraciones Estratégicas: Se establecerá asociaciones estratégicas con influencers y atletas para respaldar y promocionar nuestros productos. Esto no solo aumenta la visibilidad de la marca, sino que también aporta credibilidad y autenticidad a la propuesta.

Actividades de Control de Calidad:

Auditorías Periódicas de Proveedores:

- Verificación de estándares de calidad en los proveedores de materias primas.

Encuestas de Satisfacción del Cliente:

- Obtención de comentarios directos sobre la calidad del producto.

Comparativas con Competencia:

- Análisis regular de productos de la competencia para identificar oportunidades de mejora.

Retroalimentación de Empleados:

- Encuestas y reuniones para obtener aportes de los trabajadores sobre procesos y mejoras.

Monitoreo Postventa:

- Seguimiento de comentarios y devoluciones postventa para abordar problemas.

Estas actividades de control de calidad se implementarán de manera integral para garantizar que cada prenda JAMISTORE cumpla con los más altos estándares de calidad y satisfaga las expectativas de los clientes.

Normativa de prevención de riesgo

Normativas de Seguridad e Higiene:

- JAMISTORE se compromete a cumplir con todas las normativas locales, regionales y nacionales relacionadas con la seguridad e higiene en el lugar de trabajo.
- Se implementarán medidas para garantizar un entorno de trabajo seguro, incluyendo la capacitación regular sobre procedimientos de seguridad.

Prevención de Riesgos Laborales:

- Se realizará una evaluación de riesgos laborales para identificar posibles peligros en el proceso de recepción, almacenamiento y envío de la mercadería.
- Se establecerán protocolos y procedimientos para mitigar riesgos y garantizar la seguridad de los empleados.

Normativas Medioambientales y Residuos:

- JAMISTORE cumplirá con todas las normativas medioambientales aplicables en la gestión de residuos, especialmente aquellos relacionados con materiales de embalaje.
- Se fomentará el uso de materiales de embalaje sostenibles y reciclables, en línea con las prácticas medioambientales.

Capacitación Continua:

- Los empleados recibirán capacitación periódica sobre las normativas de seguridad y medio ambiente relevantes para su función.
- Se establecerá un programa de actualización constante para garantizar el cumplimiento continuo de las normativas.

Consideraciones Adicionales:

- JAMISTORE está comprometido con la seguridad de sus empleados y el respeto por el medio ambiente, adoptando prácticas sostenibles y cumpliendo con las normativas correspondientes.

Impactos Ambientales de las Operaciones:

Uso de Energía:

- Impacto: Consumo de energía eléctrica en las instalaciones de JAMISTORE.
- Medidas Mitigadoras: Implementación de fuentes de energía renovable, como paneles solares. Uso eficiente de la iluminación y equipos.

Embalaje y Residuos:

- Impacto: Generación de residuos de embalaje y cartón.
- Medidas Mitigadoras: Preferencia por materiales de embalaje reciclables y biodegradables. Programa de reciclaje interno para reducir residuos.

Transporte:

- Impacto: Emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con el transporte de mercancías.
- Medidas Mitigadoras Optimización de rutas de envío. Consideración de opciones de transporte sostenible y eficiente.

Gestión de Productos Químicos:

- Impacto: Uso de productos químicos en el proceso de fabricación.
- Medidas Mitigadoras: Selección de proveedores que cumplan con normativas ambientales. Implementación de prácticas de gestión segura de productos químicos.

Impactos Ambientales del Consumo de Productos:

- Concientización del Consumidor:
- Impacto: Falta de conciencia sobre la sostenibilidad en la elección de productos.
- Medidas Mitigadoras: Estrategias de marketing que resalten la sostenibilidad. Información transparente sobre los materiales utilizados.

Compromisos y Certificaciones:

- JAMISTORE buscará certificaciones de sostenibilidad reconocidas para respaldar sus prácticas ambientales.
- Se establecerá un programa de educación para empleados y clientes sobre la importancia de la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental.

JAMISTORE asume la responsabilidad ambiental como parte integral de sus operaciones, promoviendo prácticas sostenibles y buscando continuamente reducir su huella ambiental.

Constitución jurídica.

Como parte del estudio de factibilidad para la creación de un negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, es importante mencionar que no hay antecedentes de la empresa ni partes constituyentes en este momento, ya que se trata de un nuevo emprendimiento que está en fase de planificación y desarrollo.

El proyecto se ideó como respuesta a la creciente demanda de ropa deportiva de calidad para mujeres en la ciudad de Manta y la tendencia al crecimiento del comercio electrónico. La idea se originó a partir de la identificación de una oportunidad de negocio en el mercado local y la pasión por la moda y el deporte. El equipo emprendedor está trabajando en la creación de la empresa, incluyendo los aspectos legales y fiscales necesarios para el establecimiento y operación. Se está llevando a cabo un proceso de investigación de mercado, desarrollo de un plan de negocios y la identificación de proveedores y estrategias de marketing.

Los detalles legales y fiscales, como la estructura legal de la empresa y los registros necesarios, están siendo abordados para garantizar que el negocio cumpla con todas las regulaciones y requisitos aplicables en Ecuador. El proceso de constitución y registro de la empresa se realiza con la asistencia de profesionales legales y fiscales para cumplir con las obligaciones legales.

En base a la visión y los objetivos del proyecto de venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, se ha evaluado las opciones disponibles para la forma jurídica de la empresa. Al considerar la forma jurídica, los criterios considerados son que la venta de ropa deportiva es una actividad comercial, lo que sugiere la necesidad de una forma jurídica que permita realizar actividades comerciales y cumplir con las regulaciones aplicables. La limitación de la responsabilidad es importante, ya que se quiere proteger los activos personales de los socios en caso de deudas o problemas legales. Por lo tanto, se prefiere una forma jurídica que limite la

responsabilidad de los socios al capital aportado. Inicialmente, el proyecto se basa en un equipo emprendedor relativamente pequeño, por lo que no se necesita una forma jurídica que requiera un gran número de socios. Se quiere minimizar los costos de constitución, por lo que preferimos una forma jurídica que sea asequible y no requiera una inversión inicial significativa. Se quiere cumplir con las obligaciones administrativas y contables requeridas por la forma jurídica seleccionada, pero se prefiere una opción que no sea compleja en términos de trámites y obligaciones. Aunque se valora la flexibilidad en las relaciones entre socios, también se quiere establecer ciertas reglas y acuerdos para gestionar la entrada de nuevos socios o la venta de acciones. Por lo tanto, preferimos una forma jurídica que permita cierto control sobre la adquisición de acciones.

Después de considerar estos criterios, se ha decidido que una "Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)" es la forma jurídica más adecuada para el proyecto. La SRL ofrece la limitación de responsabilidad, es adecuada para un número pequeño de socios, y es relativamente sencilla en términos de trámites y obligaciones.

Esto nos permitirá establecer acuerdos entre socios y cumplir con las regulaciones comerciales necesarias para operar en Manta.

Además, para trabajar con alianzas estratégicas con personas naturales o jurídicas, se seguirá evaluando las mejores formas de estructurar estas colaboraciones dentro del marco legal de una SRL, asegurándonos de que los acuerdos sean beneficiosos y estén respaldados por contratos sólidos.

Obligaciones tributarias.

El equipo directivo que operará como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), lo integrarán los socios fundadores, que tendrán roles clave en la gestión y toma de decisiones de la empresa. Se describe la composición del equipo directivo y la participación de cada uno de los socios fundadores

Socio Fundador A: Este socio fundador asumirá el cargo de Gerente General. Será responsable de la dirección general de la empresa, la toma de decisiones estratégicas y la supervisión de todas las operaciones. Este socio tendrá una participación del 30% en la empresa.

Socio Fundador B: Este socio fundador ocupará el cargo de Gerente de Marketing y Ventas. Se encargará de desarrollar estrategias de marketing, promoción y ventas para la empresa. Además, gestionará las alianzas estratégicas con influencers y otros negocios relacionados con el deporte. Este socio tendrá una participación del 30% en la empresa.

La estructura del equipo directivo se alinea con la visión y los objetivos del proyecto, permitiendo una toma de decisiones ágil y eficiente. La participación de cada socio fundador se basa en sus responsabilidades y contribuciones al negocio. Esta estructura también fomenta la colaboración y el trabajo en equipo, ya que cada miembro del equipo directivo aporta sus habilidades y experiencia para el éxito de la empresa.

Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

El tipo de contrato de trabajo será término indefinido, porque el negocio tiene empleados claves, como gerentes, producción, o especialistas en marketing, donde se considera que el contrato que mejor se establece es el contrato a término indefinido, lo que nos permite brinda estabilidad y fomentar un compromiso a largo plazo.

Patentes y licencias necesarias para el emprendimiento.

Para el funcionamiento y la venta de productos de la tienda en línea de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, es importante considerar estos permisos y licencias que pueden ser necesarios

- Registro Único de Contribuyentes (RUC (Registro Único de Contribuyentes) (Registro Único de Contribuyentes)
- Patente Municipal
- Registro Sanitario
- Licencias de Importación y Exportación
- Regulaciones de Comercio Electrónico
- Registro de Dominio Web y Certificado SSL

Cobertura de responsabilidad

En el negocio virtual de venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, se considera importante la cobertura de responsabilidades a través de la contratación de seguros. Es fundamental proteger el negocio y garantizar la seguridad tanto de la empresa como de los clientes.

- Seguro de responsabilidad civil
- Seguro de contenido
- Seguro de envíos
- Seguro de ciberseguridad
- Seguro de garantía y devolución

Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)

En el negocio en línea dedicado a la venta de ropa deportiva de mujer en la ciudad de Manta, se considera esencial la protección legal de elementos clave de la empresa, como marcas y otros registros de propiedad intelectual. Estos elementos son valiosos activos que pueden brindar ventajas competitivas y protección contra el uso no autorizado por parte de terceros.

Se considera registrar la marca de la empresa, ya que esto otorgará exclusividad en el uso de la marca y protegerá la identidad comercial de posibles infractores, y también se considera registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), lo cual garantiza que otras empresas no puedan utilizar el nombre comercial similar, lo que protege la identidad del negocio.

6. MARKETING ESTRATÉGICO

Estrategias de producto y diseño.

El proyecto se centra en ofrecer una amplia gama de ropa deportiva de alta calidad y estilo para mujeres en la ciudad de Manta. Se entiende la importancia de la moda y el rendimiento en la vestimenta deportiva, y se esfuerza por proporcionar productos que combinen estilo y funcionalidad para satisfacer las necesidades de las clientas.

Los productos que se ofrecerá son:

- **Conjuntos Deportivos:** Diseñados para brindar comodidad y estilo, los conjuntos deportivos ofrecen la combinación perfecta de leggings y tops deportivos, ideales para diversas actividades físicas.
- **Top Deportivo de Alto Rendimiento:** Confeccionados con tejidos transpirables y de secado rápido, nuestros tops deportivos ofrecen un soporte excepcional durante los entrenamientos intensivos.
- **Leggings Deportivos:** Desde leggings de compresión hasta opciones de cintura alta, la colección de leggings ofrece versatilidad y rendimiento para cualquier rutina de ejercicios.
- **Shorts Deportivos:** Para sesiones de entrenamiento más intensas o días de calor, los shorts deportivos proporcionan libertad de movimiento y transpirabilidad.

Características Principales son:

- **Tejidos técnicos:** Se utilizará materiales técnicos que ofrecen propiedades de absorción de humedad y transpirabilidad para mantener a las clientas cómodas durante sus entrenamientos.
- **Diseño Elegante:** La ropa deportiva no solo se trata de rendimiento, sino también de estilo. El negocio se esforzará por ofrecer diseños modernos y atractivos que destaquen la confianza y la elegancia.
- **Ajuste Personalizado:** Desde tallas estándar hasta opciones de tallas grandes, aseguramos de ofrecer un ajuste personalizado para satisfacer las diversas necesidades de las clientas.
- **Durabilidad:** Se prioriza la durabilidad en nuestros productos, garantizando que resistirán el desgaste diario y se mantendrán en óptimas condiciones incluso después de numerosos lavados.

La prioridad inicial se centrará en los conjuntos y los tops deportivos de alto rendimiento, ya que estos productos representan las necesidades más comunes y demandadas por nuestras clientas. A medida que crezcamos, ampliaremos nuestra oferta para incluir más opciones de leggings, shorts y accesorios, manteniendo siempre la calidad y el estilo como elementos fundamentales de la marca.

El proyecto se compromete a proporcionar a las mujeres de Manta una experiencia única en moda deportiva, fusionando la elegancia con el rendimiento para elevar su confianza y motivación en cada sesión de entrenamiento.

Diseño del producto

Ilustración 2: Diseño de marca



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Descripción del Logotipo

El color rosa sutil en el fondo del logotipo transmite una sensación de feminidad, elegancia y energía. Este color se elige estratégicamente para conectar con el público objetivo de mujeres que buscan moda deportiva de alta calidad. En el centro del logotipo, se encuentran las iniciales "JS". Este elemento personaliza la marca y agrega un toque distintivo. La elección de un diseño elegante y estilizado para las iniciales refuerza la idea de moda y estilo. Justo en frente de las iniciales, se destaca el nombre "JamiStore". Este componente textual es claro y legible, utilizando una tipografía moderna. La posición del nombre sugiere una conexión directa con las iniciales, creando una identidad cohesiva. En la parte inferior del nombre "JamiStore", se agrega la descripción "Ropa Deportiva". Esta adición es clave para comunicar de manera instantánea la naturaleza del negocio, asegurando que los clientes comprendan la oferta principal de la marca.

Ilustración 3: Logotipo



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Descripción del Slogan

El slogan de JamiStore, "Donde Cada Paso Cuenta, Cada Estilo Destaca", se presenta en un elegante tono de rosa sutil, en perfecta armonía con el color predominante del logotipo. Las letras cursivas aportan un toque de sofisticación y movimiento, transmitiendo la idea de dinamismo y estilo fluido. Este diseño delicado refleja la

atención de JamiStore a los detalles y su compromiso con la calidad. En la parte inferior, el subtítulo "ROPA DEPORTIVA" aparece con letras imprenta, transmitiendo solidez y claridad en el mensaje. La elección de letras delicadas para "ROPA DEPORTIVA" equilibra la elegancia con la practicidad, reforzando la idea de que la moda deportiva de JamiStore no solo destaca en estilo, sino también en funcionalidad. En conjunto, el slogan y la presentación del nombre reflejan la filosofía de JamiStore: un compromiso con la excelencia en cada paso que das y en cada estilo que eliges.

Ilustración 3: Presentación



Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Descripción del Empaque

El empaque de JamiStore ha sido diseñado con atención a la estética y la sostenibilidad. Cada prenda de ropa deportiva se presenta en una bolsa de papel Kraft de color negro, uniendo la elegancia con la simplicidad. El uso de papel Kraft no solo agrega un toque de naturalidad, sino que también subraya el compromiso de JamiStore con prácticas respetuosas con el medio ambiente. En el centro de la bolsa se destaca el logotipo de JamiStore. La inicial "JS" y el nombre "JAMISTORE" se presentan con el mismo tono de rosa sutil que caracteriza la identidad de la marca. Este diseño minimalista en el empaque refleja la esencia de la marca: un enfoque en la calidad y la elegancia sin excesos. El empaque no solo protege la prenda, sino que también contribuye a una experiencia unificada y memorable para el cliente. Cada vez que un cliente recibe un producto JamiStore, se encuentra con un empaque que refleja la atención al detalle y la calidad que caracteriza a la marca.

Estrategias de precio.

En el caso del negocio virtual de venta de ropa deportiva de mujer, se puede fijar los precios considerando las siguientes variables específicas:

- **Costo del Producto:** El costo de producción de un conjunto deportivo es de \$14 y se desea un margen de ganancia del 40%, entonces el precio mínimo sería de \$20.
- **Precios de la Competencia:** Los competidores venden conjuntos deportivos similares por un promedio de \$25, se puede decidir vender los conjuntos a un precio competitivo de \$20.
- **Sensibilidad de la Demanda:** Los clientes están dispuestos a pagar hasta \$25 por un conjunto deportivo de alta calidad, pero la demanda disminuiría significativamente si el precio supera los \$30.

- **Valor Percibido:** El conjunto deportivo utiliza materiales de alta calidad y tiene un diseño exclusivo, donde se puede fijar un precio premium de \$25.

Determinación del precio

Determinar el precio es fundamental en una estrategia de marketing. En el negocio en línea de venta de ropa deportiva de mujer, se puede considerar diferentes enfoques para fijar precios en función de los objetivos y del posicionamiento que se desee lograr en el mercado. Algunas estrategias de precios que se podría considerar son:

- **Precios de Entrada al Mercado:** Para ganar tracción rápidamente y atraer a nuevos clientes, se puede considerar una estrategia de precios bajos de entrada al mercado. Esto puede ser efectivo para generar interés inicial en el negocio.
- **Precios Dinámicos:** Se considera la posibilidad de implementar precios dinámicos, ajustando los precios en función de la demanda, la temporada o las promociones. Esto puede maximizar los ingresos en momentos estratégicos. Una estrategia abrir la bodega al cliente con precio de proveedor.
- **Estrategia de Precios Psicológicos:** Utilizar técnicas de precios psicológicos, como \$9.99 en lugar de \$10, para aprovechar la percepción de valor.

Estrategias de plaza y canales de distribución. (Alianzas estratégicas)

En el negocio en línea de venta de ropa deportiva de mujer, es importante identificar a los clientes clave para asegurar las primeras ventas y captar más clientes. Los clientes claves serán:

- **Influencers Deportivos:** Colaborar con influencers en las redes sociales que tengan una audiencia interesada en la moda deportiva. Los influencers pueden promocionar los productos a su audiencia, lo que ayudará a obtener exposición y credibilidad en el mercado.
- **Atletas Locales:** Buscar atletas o deportistas locales que puedan ser embajadores de la marca. Estos atletas pueden promocionar los productos y ayudar a conectar con la comunidad deportiva local.
- **Clientes Frecuentes:** Identificar a los clientes que realizan compras frecuentes en la tienda. Ofrecer programas de lealtad, descuentos exclusivos u ofertas especiales para mantener la fidelidad y motivarlos a realizar más compras.
- **Blogueros de Moda Deportiva:** Colaborar con blogueros de moda deportiva que tengan un público interesado en este nicho. Pueden escribir reseñas de productos o guías de estilo que incluyan los productos.
- **Clubes Deportivos y Gimnasios:** Establecer acuerdos con clubes deportivos, gimnasios y equipos deportivos locales. Se puede proporcionar equipos deportivos personalizados o descuentos para sus miembros.
- **Grupos de Fitness y Yoga:** Colaborar con instructores de fitness, entrenadores de yoga o propietarios de estudios de yoga. Ofrecer descuentos a sus alumnos o promocionar los productos en sus clases.
- **Clientes en Línea:** Considerar aquellos que hacen compras en línea de manera regular. Ofrecer una experiencia de compra en línea excepcional para atraer a esta audiencia.

Estrategias de promoción.

Para el negocio en línea de venta de ropa deportiva de mujer, es fundamental implementar estrategias de captación de clientes efectiva.

- **Marketing en Redes Sociales:** Utilizar plataformas como Instagram, Facebook, y Pinterest para mostrar los productos a un público interesado en moda deportiva. Publicar fotos atractivas, colaborar con influencers, y utilizar anuncios pagados para aumentar la visibilidad.
- **Tienda en Línea Atractiva:** Asegurar de que el sitio web sea fácil de navegar y esté optimizado para dispositivos móviles. Proporcionar imágenes de alta calidad y descripciones detalladas de los productos.
- **Blogging de Moda Deportiva:** Mantener un blog en el sitio web donde pueda compartir consejos de moda deportiva, guías de estilo y contenido relevante. Esto no solo atraerá a visitantes, sino que también te ayudará a establecerte como una autoridad en el nicho.
- **Ofertas y Descuentos:** Ofrecer promociones especiales, descuentos por tiempo limitado o programas de lealtad para atraer y retener clientes.
- **Publicidad en Línea:** Utilizar anuncios en Google Ads u otras plataformas de publicidad en línea para llegar a clientes que buscan productos similares.
- **Email Marketing:** Construir una lista de correo electrónico y enviar boletines informativos con novedades, ofertas exclusivas y contenido relevante.
- **Colaboraciones Estratégicas:** Colaborar con otros negocios relacionados con la moda deportiva, como gimnasios, entrenadores personales o clubes deportivos, para promocionar los productos.
- **Optimización de Motores de Búsqueda (SEO):** Asegurar de que el sitio web esté optimizado para los motores de búsqueda para que aparezca en los resultados de búsqueda cuando los clientes potenciales busquen productos relacionados.
- **Atención al Cliente:** Brindar un excelente servicio al cliente. Las reseñas y recomendaciones positivas de los clientes actuales pueden atraer a nuevos clientes.
- **Participación en Eventos Deportivos:** Asistir a eventos deportivos locales o patrocinar equipos deportivos. Esto ayudará a conectarte con la comunidad deportiva y promocionar la marca.
- **Programas de Afiliados:** Crear un programa de afiliados que recompense a las personas que recomiendan los productos.

7. ANÁLISIS FINANCIERO

La planificación financiera presentada en este apartado se enfocó en un proceso de análisis la interacción entre las opciones de inversión y financiación abiertas a una empresa. La planificación financiera a largo plazo incluye un período típico de cinco años; el cual se utilizará para el estudio financiero de este proyecto.

Presupuesto de inversión

En la Tabla #17 se muestra el presupuesto de inversión del propio negocio, el cual es de \$9,761.00. La inversión fija por \$7,200.00 se utilizó para adquirir activos fijos como equipos, maquinaria, mobiliario y mejoras de edificios. Este importe refleja una importante inversión en las infraestructuras necesarias para que el negocio funcione correctamente desde el primer momento.

El capital de trabajo o de trabajo, por otro lado, asciende a \$2,945.00 y está destinado a cubrir los gastos operativos iniciales, como los salarios de los empleados, los pagos de servicios públicos y la compra del inventario inicial. Esta parte de la inversión es fundamental para garantizar que el negocio funcione sin problemas durante los primeros meses antes de que comience a generar ingresos significativos.

La inversión diferida es de \$66.60 y cubre gastos que no se incurren de inmediato pero que son críticos para las operaciones futuras del negocio, como registros de patentes, licencias y licencias. Aunque es la parte más pequeña de la inversión total, esta área no debe ignorarse ya que contribuye al establecimiento legal y regulatorio del negocio.

Tabla 17: Presupuesto de inversión

Rubros	Total
Inversión Fija	\$7,200.00
Capital de Trabajo o de Operaciones	\$2,945.00
Inversión Diferida	\$66.60
Total, inversión	\$9,761.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La asignación de inversiones muestra la asignación de recursos entre el financiamiento de los bancos y el capital social aportado por los propietarios de la empresa, según se muestra en la tabla. El banco invirtió US\$ 3,416.56 lo que representó el 35% de la inversión total, y el capital social invirtió US\$ 6,345.04 lo que representó el 65% restante.

El análisis muestra una mínima dependencia del financiamiento externo, ya que el banco ha proporcionado la menor parte de la inversión requerida. Esto puede indicar que el propietario ha optado por utilizar el capital social en mayor medida.

Tabla 18: Inversiones

Capital social	\$6,345.04	65%
Banco	\$3,416.56	35%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Presupuesto de ingresos

Tabla 19: Presupuesto de ingresos

Rubro	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor total
Camisetas deportivas	28	16.00	\$448.00
Pantalones deportivos	23	18.00	\$414.00
Sudaderas con capucha	18	20.00	\$360.00
Chaquetas deportivas	20	22.00	\$440.00
Leggings deportivos	30	15.00	\$450.00
Conjuntos deportivos (camiseta + pantalón)	15	28.00	\$420.00
Shorts deportivos	24	16.00	\$384.00
Gorras	28	10.00	\$280.00
Muñequeras	35	8.00	\$280.00
Total			\$3,476.00
Anual			\$41,712.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La tabla muestra que se venden camisetas deportivas por un total mensual de \$448.00 y pantalones deportivos por \$414.00 mensuales. Las sudaderas con capucha generan \$360.00 al mes, mientras que las chaquetas deportivas suman \$440.00 mensuales. Los leggings deportivos alcanzan un total mensual de \$450.00, y los conjuntos deportivos (camiseta + pantalón) generan \$420.00 al mes. Los shorts deportivos tienen un total mensual de \$384.00, las gorras \$280.00 y las muñequeras también \$280.00. El valor total mensual es de \$3,476.00, lo que lleva a un valor total anual de \$41,712.00.

Presupuesto de egreso

Capital de operaciones:

El capital de operaciones engloba los costos de mercadería importada, costos indirectos, mano de obra directa e indirecta.

Los costos de mercadería importada incluyen varios rubros. Las blusas deportivas tienen una cantidad importada de 30 unidades a un precio del proveedor de \$7, totalizando \$210.00. Los pantalones deportivos son 25 unidades a \$10 cada uno, sumando \$250.00. Las sudaderas con capucha son 20 unidades a \$9 cada una, totalizando \$180.00, al igual que las chaquetas deportivas. Los leggings deportivos tienen una cantidad de 30 unidades a \$7 cada uno, totalizando \$210.00. Los conjuntos deportivos (top + short) son 15 unidades a \$15 cada uno, sumando \$225.00. Los shorts deportivos son 25 unidades a \$8 cada uno, totalizando \$200.00. Las gorras son 30 unidades a \$4 cada una, sumando \$120.00. Las muñequeras son 40 unidades a \$2 cada una, totalizando \$80.00. El costo total mensual de la mercadería importada es \$1,655.00, trimestral \$4,965.00 y anual \$19,860.00.

Tabla 20: Costo de mercadería importada

Costo de mercadería importada			
Rubros	Cantidad importada	Precio proveedor	Total
Blusas deportivas	30	7	\$210.00
Pantalones deportivos	25	10	\$250.00
Sudaderas con capucha	20	9	\$180.00
Chaquetas deportivas	20	9	\$180.00
Leggings deportivos	30	7	\$210.00
Conjuntos deportivos (top + short)	15	15	\$225.00
Shorts deportivos	25	8	\$200.00
Gorras	30	4	\$120.00
Muñequeras	40	2	\$80.00
Total, mensual			\$1,655.00
Trimestral			\$4,965.00
Anual			\$19,860.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Los costos indirectos incluyen varios rubros esenciales para el funcionamiento. La distribución (Servientrega) tiene un costo mensual de \$110.00. Los servicios básicos como agua (\$25.00), luz (\$30.00) e internet (\$25.00) suman un total mensual de \$80.00. El alquiler del local es de \$200.00 mensuales. En total, los costos indirectos son \$390.00 mensuales, \$1,170.00 trimestrales y \$4,680.00 anuales.

Tabla 21: Costo indirectos

Costos indirectos			
Rubros	Precio	Cantidad	Total
Distribución (Servientrega)	\$110.00	1	\$110.00
Agua	\$25.00	1	\$25.00
Luz	\$30.00	1	\$30.00
Internet	\$25.00	1	\$25.00
Alquiler	\$200.00	1	\$200.00
Total, mensual			\$390.00
Trimestral			\$1,170.00
Anual			\$ 4,680.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La mano de obra directa se refiere al salario del encargado del almacén, que es de \$450.00 mensuales. Este costo es esencial para la operación diaria del almacén, asegurando que las actividades se lleven a cabo de manera eficiente. El costo trimestral es \$1,350.00 y el anual \$5,400.00.

Tabla 22: Mano de obra directa

Mano de obra directa			
Cargo	Sueldo mensual	Cantidad	Total
Encargado del Almacén	450.00	1	\$450.00
Total, mensual			\$450.00
Trimestral			\$1,350.00
Anual			\$5,400.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La mano de obra indirecta incluye los sueldos de los vendedores y del encargado de marketing. Los vendedores tienen un sueldo mensual de \$279.00 cada uno, y hay dos vendedores, sumando \$558.00 mensuales. El encargado de marketing tiene un sueldo mensual de \$300.00. En total, los costos de mano de obra indirecta son \$858.00 mensuales, \$2,574.00 trimestrales y \$6,696.00 anuales.

Tabla 23: Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta			
Rubros	Sueldo mensual	Cantidad	Total
Vendedores	\$279.00	2	\$558.00
Encargado de marketing	\$300.00	1	\$300.00
Total, mensual			\$858.00
Trimestral			\$2,574.00
Anual			\$6,696.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Inversiones fijas

En la inversión fija, se destinan recursos a adecuaciones locativas, adquisición de maquinarias y equipos, así como muebles y enseres, junto con equipos de cómputo. Estos rubros representan la base física y tecnológica necesaria para el inicio y operación del negocio.

En lo que respecta a la inversión en adecuaciones, el área de ventas y logística tiene un costo de \$240.00. El área de almacenamiento cuesta \$300.00. El área de producción también tiene un costo de \$300.00. El total de

Tabla 24:Adecuaciones

1. Adecuaciones			
Rubros	Precio	Cantidad	Total
Área de ventas y logística	\$240.00	1	\$240.00
Área de almacenamiento	\$300.00	1	\$300.00
Área de producción	\$300.00	1	\$300.00
Total			\$840.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La tabla de materiales y equipos muestra los costos necesarios para la operación del negocio. El material de escritura y papelería tiene un costo de \$200.00, esencial para las actividades administrativas. Las estanterías modulares cuestan \$2,000.00, importantes para la organización y almacenamiento de productos. El equipamiento de embalaje tiene un costo de \$1,000.00, crucial para la preparación y envío de productos. El total de estos rubros es \$3,200.00, representando la inversión inicial necesaria para adquirir los materiales y equipos básicos que aseguran el funcionamiento eficiente del negocio.

Tabla 25: Materiales y equipos

Materiales y equipos			
Rubros	Precio	Cantidad	Total
Material de escritura y papelería	\$200.00	1	\$200.00
Estanterías modulares	\$2,000.00	1	\$2,000.00
Equipamiento de embalaje	\$1,000.00	1	\$1,000.00
Total			\$3.200.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

El mobiliario básico para el equipo administrativo tiene un costo de \$1,500.00. El total es \$1,500.00.

Tabla 26: Mueble y enseres

Muebles y enseres			
Rubros	Precio	Cantidad	Total
Mobiliario básico para el equipo administrativo.	\$1,500.00	1	\$1,500.00
Total			\$1,500.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La tabla de equipo de cómputo detalla los costos necesarios para la adquisición de tecnología esencial para la operación del negocio. Se compran dos computadores a \$400.00 cada uno, totalizando \$800.00. Además, se adquieren dos licencias de software de gestión de almacenes (WMS) a \$300.00 cada una, sumando \$600.00. También se incluye un sistema de etiquetado y código de barras por \$500.00. El total de estos rubros es \$1,900.00, representando la inversión inicial necesaria para contar con el equipo tecnológico y software que permite gestionar eficientemente el almacén, organizar el inventario y asegurar un etiquetado adecuado de los productos.

Tabla 27: Equipo de computo

Equipo de computo				
Rubros	Precio	Cantidad	Total	
Computador	400.00	2	\$800.00	
Software de gestión de almacenes (WMS)	300.00	2	\$600.00	
Sistema de Etiquetado y Código de Barras	\$500.00	1	\$500.00	
Total				\$1,900.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Estructura de la inversión

El capital de operaciones totaliza \$2,495.00 mensuales, \$7,485.00 trimestrales y \$29,940.00 anuales. Estos costos reflejan la inversión necesaria para mantener la operación de la empresa, incluyendo la adquisición de mercadería, el mantenimiento de servicios y la remuneración del personal.

Tabla 28: Capital de operaciones

Capital de operaciones		
Rubros	Anexo	Total
Mercancía importada		\$1,655.00
Mano Obra Directa		\$450.00
Costos operativos		\$390.00
Total, mensual		\$2,495.00
Trimestral		\$7,485.00
Anual		\$29,940.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

La inversión fija muestra los costos esenciales para iniciar operaciones, donde, las adecuaciones cuestan \$600.00, maquinarias y equipos \$3,200.00, muebles y enseres \$1,500.00, y equipos de cómputo \$1,900.00. El total de la inversión fija es \$7,200.00, cubriendo las necesidades básicas para operar eficientemente el negocio desde el inicio.

Tabla 29: Inversión fija

Inversión fija		
Rubros	Anexo	Total
Adecuaciones		\$600.00
Maquinarias y Equipos		\$3,200.00
Muebles y Enseres		\$1,500.00
Equipos de Computo		\$1,900.00
Total		\$7,200.00

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Por otro lado, la inversión diferida incluye costos relacionados con trámites administrativos y permisos, como el carné de ocupación de espacio público, el certificado de no adeudar al municipio y el pago de patente municipal, junto con otros gastos anuales. Estos elementos son necesarios para cumplir con las regulaciones municipales y legales, asegurando el funcionamiento legal y adecuado del negocio.

Tabla 30: Inversión diferida

Inversión diferida	
Rubros	Total
Carnet/Ocupación Espacio Público	\$5.00
Certificado de No Adeudar al Municipio	\$1.00
Pago Patente Municipal	\$20.60
Otros	\$40.00
Gasto anual	\$66.60

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Estado financiero

I. Estado de resultado integral

Para evaluar el bienestar financiero de una empresa, es necesario examinar su flujo de caja. En el primer año, la salida de efectivo observada fue de \$3,534.00, lo que representa la inversión inicial en el negocio; este gasto sirve como capital requerido para iniciar operaciones; Sin embargo, el flujo de caja positivo es evidente desde el año uno al cuatro, lo que indica que la empresa está generando más efectivo del que gasta. Un flujo de caja positivo durante estos años significa operar de manera rentable y la capacidad de cubrir los costos operativos. Además, un gran aumento en el flujo de caja positivo en el año 5 indica un mayor crecimiento potencial y estabilidad financiera para la empresa. Este aumento puede deberse a un aumento de los ingresos o una disminución de los gastos. De todos modos, es un indicador alentador de la viabilidad y prosperidad a largo plazo de una empresa.

Tabla 31: Estado de resultado integral

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		\$41,712.00	\$43,797.60	\$45,987.48	\$48,286.85	\$50,701.20
COSTOS OPERATIVOS		\$29,940.00	\$31,437.00	\$33,008.85	\$34,659.29	\$36,392.26
1. Mercancía importada		\$19,860.00	\$20,853.00	\$21,895.65	\$22,990.43	\$24,139.95
2. Mano Obra Directa		\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73
3. Costos operativos		\$4,680.00	\$4,914.00	\$5,159.70	\$5,417.69	\$5,688.57
UTILIDAD BRUTA		\$11,772.00	\$12,360.60	\$12,978.63	\$13,627.56	\$14,308.94
Gastos Administrativos		\$6,696.00	\$7,030.80	\$7,382.34	\$7,751.46	\$8,139.03
UTILIDAD OPERACIONAL		\$5,076.00	\$5,329.80	\$5,596.29	\$5,876.10	\$6,169.91
Gastos Financieros UAI (UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO) (Utilidad antes de impuestos)		\$447.33	\$290.77	\$109.04	\$0.00	\$0.00
UAI (UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO)		\$4,628.67	\$5,039.03	\$5,487.25	\$5,876.10	\$6,169.91
IU (Impuesto a las utilidades) 25%		\$1,157.15	\$1,259.75	\$1,371.81	\$1,469.02	\$1,542.47
APTI (Utilidades de pagar trabajadores)		\$3,471.52	\$3,779.28	\$4,115.44	\$4,407.08	4,627.44
Part. Trabajadores 15%		\$520.72	\$566.89	\$617.31	\$661.06	\$694,11
UTILIDAD NETA		\$2,950.80	\$3,212.39	\$3,498.12	\$3,746.02	\$3,933.33
Pago de la Deuda		\$973.90	\$1,130.46	\$1,312.19	\$0.00	\$0.00
Depreciación		\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78
Amortización		\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32
FLUJO DE CAJA	-\$9,761.60	\$3,534.00	\$3,639.03	\$3,743.04	\$5,303.12	\$5,490.43

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

II. Estado de situación general

En el Estado de Situación Financiera, el objetivo es que el TOTAL DE ACTIVOS sea igual al valor de TOTAL DE PASIVO+CAPITAL, como se observa para los 5 años, con un valor de \$43,161.07 en el año 1 y \$48,066.60 en el 5.

Tabla 32: Estado de situación general

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CIRCULANTE						
Caja - Bancos		\$4,517.57	\$4,709.81	\$4,909.07	\$6,551.79	\$6,801.52
Inventarios	\$29,940.00	\$32,934.00	\$33,592.68	\$34,264.53	\$34,949.82	\$35,648.82
Cuentas por Cobrar		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Total, Act. Circulante	\$37,451.57	\$38,302.49	\$39,173.60	\$41,501.61	\$42,450.34
ACTIVO FIJO					
Maquinaria y Equipo	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00
Muebles y Enseres	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00
Adecuaciones	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00
Equipo de Computo	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00	\$1,900.00
Depreciación	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78
Total, Act. Fijo	\$5,656.22	\$5,656.22	\$5,656.22	\$5,656.22	\$5,656.22
ACTIVO DIFERIDO					
Intangibles	\$66.60	\$66.60	\$66.60	\$66.60	\$66.60
Amortización	\$13.32	\$26.64	\$39.96	\$66.60	\$106.56
TOTAL, DE DIFERIDOS	\$53.28	\$39.96	\$26.64	\$0.00	-\$39.96
TOTAL, DE ACTIVOS	\$43,161.07	\$43,998.67	\$44,856.46	\$47,157.83	\$48,066.60
PASIVOS					
Pasivo Corto Plazo					
Impuesto a los trabajadores (15%) Amortización	\$694.30	\$755.85	\$823.09	\$881.42	\$925.49
TOTAL, P C/P	\$694.30	\$755.85	\$823.09	\$881.42	\$925.49
Pasivo Largo Plazo					
Crédito	\$3,416.56	\$3,416.56	\$2,442.66	\$1,312.19	\$0.00
Amortización	\$973.90	\$1,130.46	\$1,312.19	\$0.00	\$0.00
TOTAL, P L/P	\$2,442.66	\$1,312.19	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL, PASIVO	\$3,136.96	\$2,068.05	\$823.09	\$881.42	\$925.49
CAPITAL CONTABLE					
Capital Social					
Resultado del Ejercicio					
TOTAL, CAPITAL	\$40,024.11	\$41,930.63	\$44,033.38	\$46,276.42	\$47,141.12
TOTAL, DE PASIVO+CAPIT	\$43,161.07	\$43,998.67	\$44,856.46	\$47,157.83	\$48,066.60

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

III. Estado de flujo de efectivo

En el año 0 se observa un FNE de \$9,761.60, lo que indica una salida de efectivo por la inversión inicial en el positiva, observándose que la utilidad final es mayor cada año. Esto significa que la empresa generó más efectivo del que gastó a lo largo de los años. Una FNE positiva indica que el proyecto genera utilidades netas y cubre sus costos operativos, incluido el pago de la deuda, la depreciación y la amortización.

El crecimiento gradual de la FNE a lo largo de los años sugiere que la salud financiera del negocio ha mejorado. A medida que aumentan los ingresos y se controlan los costos, el FNE también aumenta, lo que indica un crecimiento empresarial estable y sostenible. Generar FNE positivo es fundamental para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de una empresa porque proporciona los recursos financieros necesarios para reinvertir en el negocio y continuar expandiéndose.

Tabla 33: Estado de flujo de efectivo

	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		\$41,712.00	\$43,797.60	\$45,987.48	\$48,286.85	\$50,701.20
COSTOS OPERATIVOS		\$29,940.00	\$31,437.00	\$33,008.85	\$34,659.29	\$36,392.26
1. Mercancía importada		\$19,860.00	\$20,853.00	\$21,895.65	\$22,990.43	\$24,139.95
2. Mano Obra Directa		\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73
3. Costos operativos		\$4,680.00	\$4,914.00	\$5,159.70	\$5,417.69	\$5,688.57
UTILIDAD BRUTA		\$11,772.00	\$12,360.60	\$12,978.63	\$13,627.56	\$14,308.94
Gastos Administrativos		\$6,696.00	\$7,030.80	\$7,382.34	\$7,751.46	\$8,139.03
UTILIDAD OPERACIONAL		\$5,076.00	\$5,329.80	\$5,596.29	\$5,876.10	\$6,169.91
Gastos Financieros UAI (Utilidad antes de impuestos)		\$447.33	\$290.77	\$109.04	\$0.00	\$0.00
UAI (UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO)		\$4,628.67	\$5,039.03	\$5,487.25	\$5,876.10	\$6,169.91
IU (Impuesto a las utilidades) 25%		\$1,157.16	\$1,259.75	\$1,371.81	\$1,469.02	\$1,542.47
APTI (Utilidades de pagar trabajadores)		\$3,471.51	\$3,779.28	\$4,115.44	\$4,407.08	\$4,627.44
Part. Trabajadores 15%		\$694.30	\$566.89	\$617.31	\$661.06	\$694.11
UTILIDAD NETA		\$2,777.21	\$3,212.39	\$3,498.13	\$3,746.02	\$3,933.33
Pago de la Deuda		\$973.90	\$1,130.46	\$1,312.19	\$0.00	\$0.00
Depreciación		\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78	\$1,543.78
Amortización		\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32	\$13.32
FNE	-\$9,761.60	\$3,360.30	\$3,639.03	\$3,743.04	\$5,303.12	\$5,490.43

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Costo de oportunidad

La fórmula para calcular el Costo-Beneficio (o relación costo-beneficio) fue la siguiente:

$$\text{Costo – Beneficio} = \frac{\text{Beneficios totales}}{\text{Costos totales}}$$

$$\text{Costo – Beneficio} = \frac{203,184.00}{184,365.84} = 1.14$$

Según esta fórmula y los datos de ingresos y costos el costo de oportunidad sería de 1.14, por lo que al ser mayor que 1 se establece que los beneficios son mayores que los costos y sugiere que la inversión o el proyecto son potencialmente rentables.

Evaluación financiera

Los resultados de la evaluación financiera son positivos y muestran la viabilidad del proyecto. El Valor Actual Neto (VAN) de \$11,924.42 indica que el proyecto generará un valor adicional después de descontar el

costo de la inversión inicial. Este valor positivo sugiere que el proyecto es rentable, ya que supera la inversión inicial de \$9,761.60.

Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 43.49%, esto significa que el proyecto generará un rendimiento del 44% sobre la inversión inicial, lo que es favorable en comparación con la tasa de rendimiento esperada de otras inversiones de similar riesgo. En resumen, tanto el VAN positivo como la TIR superior al costo de oportunidad indican que el proyecto es financieramente viable y puede proporcionar un retorno satisfactorio a los inversionistas.

Tabla 34: Evaluación financiera

VALOR ACTUAL NETO	\$11,924.42	RENTABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	43.49%	44%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

Período de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación fue calculado utilizando la siguiente fórmula:

$$PR = a + [(b - c)/d]$$

Donde:

- a= Año anterior inmediato al que se recupera la inversión
- b= Inversión inicial
- c= Suma de los flujos de efectivo anteriores
- d= FNE del año en el que se satisface la inversión

$$PR = 3 + [(9,761.6 - 4,479.52)/4,207.72]$$

$$PR = 3 + 0.0$$

$$PR = 3 \text{ años}$$

Luego de realizar el cálculo respectivo el periodo de recuperación calculado fue de 3 años y 0 meses este tiempo se considera aceptable y factible.

Punto de equilibrio anual

El aspecto final de este análisis financiero se centra en ilustrar el punto de equilibrio, que significa el número preciso de ventas totales necesarias para que la empresa no experimente pérdidas ni genere ganancias en relación con sus costos fijos y variables. En este punto se logra un delicado equilibrio entre costos e ingresos. Si la empresa no alcanza la cantidad de equilibrio en términos de producción y ventas, incurrirá en pérdidas. Por el contrario, si supera esta cantidad, generará beneficios. Para calcular esta cifra, es esencial un presupuesto integral que abarque tanto los costos fijos como los variables. El punto de equilibrio se determina desde dos perspectivas, teniendo en cuenta la capacidad instalada de la empresa, así como su volumen de ventas.

En función de las ventas:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

El punto de equilibrio en porcentaje en función de la capacidad instalada;

$$\text{Punto de equilibrio}\% = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}}$$

Mediante la aplicación de las fórmulas en los respectivos años se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 35: Punto de equilibrio anual

	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en función de las ventas	23,726.09	24,328.66	24,965.64	25,637.84	26,346.21
Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada	56.88%	55.02%	53.27%	51.61%	50.03%

Elaborado por: Jamileth Yoza (2024)

En el primer año la empresa tiene un punto de equilibrio con base en sus ventas totales de \$23,726.09 para no ganar o perder, con base en su capacidad instalada se necesita ser el 56.88% de la misma.

En el quinto año la empresa alcanzó el punto de equilibrio con ventas totales de \$26,346.21 para no ganar ni perder, en base a su capacidad instalada necesita tomar el 50.03% de la misma, lo que significa crecimiento para la empresa porque a largo plazo requiere menos para cubrir sus costos y gastos.

8. CONCLUSIONES

- JAMISTORE han demostrado ser una propuesta confiable y atractiva en el mercado. Su propuesta de valor se centra en ofrecer una amplia gama de prendas de vestir de alta calidad que combinan estilo, comodidad y funcionalidad, bien alineadas con las preferencias de su mercado objetivo. Una estructura de costos clara y recursos clave implementados brindan una base sólida para que el negocio funcione y crezca.
- Una evaluación de mercado realizada mostró un alto nivel de aceptación por parte del mercado objetivo, compuesto por mujeres activas y deportistas de la ciudad de Manta. La encuesta mostró un interés considerable en comprar ropa deportiva en línea, y la mayoría de los encuestados indicaron estar dispuestos a considerar esta opción. Además, los resultados demuestran la preferencia de las personas por productos de alta calidad y su disposición a pagar precios competitivos por estos productos, lo que indica su voluntad de aceptar la propuesta de valor de una empresa.
- El análisis financiero del negocio demuestra su viabilidad y rentabilidad. Un valor presente neto (VAN) positivo de \$11,924.42 indica que el proyecto generará un rendimiento financiero positivo, lo que indica que la inversión inicial se recuperará y generará ganancias adicionales con el tiempo. Además, la tasa interna de retorno (TIR) del 43.49%, supera significativamente la tasa de descuento utilizada, lo que confirma aún más la viabilidad financiera del proyecto. Estos resultados respaldan la inversión en el negocio y demuestran el atractivo potencial de crecimiento y rentabilidad de la empresa.

9. RECOMENDACIONES

- Para JAMISTORE explorar asociaciones con marcas locales o eventos deportivos para ampliar la visibilidad y la influencia en la comunidad.
- Para estudiantes de la ULEAM: Establecer un programa de investigación de mercados para empresas reales de ropa deportiva de la ciudad de manta para adquirir mayores conocimientos sobre la creación y posicionamiento empresarial.
- Para negocios de ropa deportiva de Manta: implementar una estrategia de marketing digital para aumentar el conocimiento de la marca y llegar a una audiencia más amplia a través de las redes sociales, la publicidad en línea y asociaciones con personas influyentes locales.

REFERENCIA

- Aguilar Valdés, A., Cabral Martell, A., Alvarado Martínez, F., Alvarado Martínez, T., & Contreras, G. (07-12 de 2013). ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y SU APLICACIÓN A LOS AGRONEGOCIOS. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://www.redalyc.org/pdf/141/14127709022.pdf>
- Aguirre Castro, P. J. (29 de 10 de 2009). El Principio Constitucional de Legalidad Tributario y la Facultad Normativa del Servicio de Rentas Internas del Ecuador. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1137/1/T0838-MDE-Aguirre-El%20principio%20constitucional%20de%20legalidad%20tributario.pdf>
- Ascaribay Carrión , N., & Auquilla Galán , G. (2014). Resideño del organigrama estructural, funcional. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6500/1/UPS-CT003136.pdf>
- C, B., N, J., González , G., & Aimée, E. (05 de 2020). Análisis FODA como elemento de la planeación estratégica. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de [http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15\(1\)222-229.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n1/A15.15(1)222-229.pdf)
- Contreras Sierra, E. (12 de 2012). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>
- El comercio. (01 de Junio de 2015). El 'boom' deportivo impulsa a los negocios. Recuperado el 02 de Octubre de 2013, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/deportes-ventas-consumidores-atletismo-negocios.html>
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>
- IONOS. (12 de 09 de 2023). El análisis de mercado: definición y ejemplos. Recuperado el 01 de 31 de 2024, de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/>
- Palacios Preciado, M., & Duque Oliva, E. (05 de 2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3776508.pdf>
- Pizzi, A., & Brunet, I. (08 de 2013). Creación de empresas, modelos de innovación y pymes. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082013000200004
- Ponce Talancón, H. (09 de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- PORTAL ÚNICO DE TRÁMITES CUIDADANO. (29 de 12 de 2023). Emisión de permisos de funcionamiento a establecimientos categoría 6: tiendas naturistas, tiendas, frigoríficos, locales de venta de legumbres o frutas, abacerías, quioscos, abarrotes, micromercados y establecimientos en gasolineras. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento->

establecimientos-categoria-6-tiendas-naturistas-tiendas-frigorificos-locales-venta-legumbres-frutas-abacerias-quioscos-abarrotes-micromercados-establecimientos-gasolineras

Schlesinger Díaz, M., & Hernández, L. (12 de 2004). TENDENCIAS DE LA MERCADOTECNIA EN EL SIGLO XXI. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5029686.pdf>

Silva, N. (27 de 05 de 2009). Factores de riesgo en la empresa. Recuperado el 23 de 10 de 2023, de <https://www.tisoc.com/vision-factores-de-riesgo-en-la-empresa/>

Urtecho Aguilar, A. (14 de Abril de 2019). Tamaño del Proyecto. Recuperado el 31 de 01 de 2024, de <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>

Vargas , A. (11 de 2017). Recuperado el 31 de 01 de 2024, de Investigación de Mercados: <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Silva, N. (27 de 05 de 2009). Factores de riesgo en la empresa. Recuperado el 23 de 10 de 2023, de <https://www.tisoc.com/vision-factores-de-riesgo-en-la-empresa/>

Urgilés Tapia, J. J. (2022). Marketing digital: el fenómeno científico detrás de las ventas.

Vargas, A. (2017). Investigación de mercados. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>