

# Plan de Negocios de Tiena Online con Diseños Personalizados de Prendas de Vestir y Venta por Catálogo

*por* Rita - Mirella Bravo - Olaya

---

**Fecha de entrega:** 13-ago-2019 04:10p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1159910436

**Nombre del archivo:** Proyecto\_de\_Tesis\_Bravo\_Rita\_-\_Olaya\_Mirella.docx (60.8K)

**Total de palabras:** 8412

**Total de caracteres:** 42931

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un tema frecuente hoy en día a nivel mundial, ya que se los considera como activos nacionales en varios países, permitiendo contribuir con la economía del país y las ofertas de empleo. El gobierno de nuestro País está enfocado en brindar apoyo al emprendimiento con el fin de motivar, capacitar y ofrecer soportes técnicos para el crecimiento de una cultura emprendedora mejorando la economía y el estilo de vida de los habitantes, a fin de aportar condiciones propicias para el avance de una sociedad más próspera.

En la actualidad los negocios de prendas de vestir, ya sea en tiendas físicas, online o catálogos, tienen un alto índice de popularidad en el mercado. Por lo tanto se observa que la mayoría de la población sigue nuevas tendencias, creando una fuerte competencia con una gran variedad de marcas reconocidas a nivel Nacional. Para la sociedad actual la moda es un tema trascendental, porque implica el estilo, el estado de ánimo y la personalidad de cada uno de los individuos, permite diferenciarse entre los demás, expresar sus gustos, e intereses, es decir comunicarse visualmente.

Sin embargo para varios usuarios la moda representa un gasto enorme, por el peso de cada marca, asistir a tiendas, centros comerciales, para muchos pueden representar un gran dilema, el tiempo que gastan hasta encontrar el lugar adecuado y satisfacer sus preferencia sumado al precio de estas prendas.

Este proyecto nace ante la necesidad de ofrecer vestimentas de calidad, en donde puedan elegir variedad de prendas, de diversos estilos, con el propósito de que se sientan a gusto con lo que usan, aun precio cómodo, por lo tanto, “SHAILEE” adicional de ser una tienda online de prendas de vestir es atractiva, ya que al momento de acceder a su página web se encontrara cada uno de los productos concretamente detallados y con la opción de poder personalizar su propia prenda de vestir lo cual brinda un aspecto diferenciador con respecto a los servicios que ofrece la competencia.

La empresa cuenta con su tienda física que está radicada en el Cantón Simón Bolívar, el negocio se desea implementar en la Ciudad de Milagro de forma online, ya que en esta localidad no existen empresas con las mismas características que logren cubrir cada una de las expectativas y necesidades, posteriormente una de las ambiciones que pretende esta empresa es incluir un nuevo segmento, como lo es prendas de vestir de niños menores de cuatro años a su vez de incursionar en el mercado a nivel nacional, la encuesta es una de las

herramientas que se ha utilizado para realizar un análisis de mercado , en donde los clientes especifiquen si les agrada la implementación de una tienda online la cual puedan crear y diseñar sus propias prendas de vestir

## **CAPÍTULO 1**

### **1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **1.1. Descripción del negocio**

La idea de negocio nace de la necesidad de los clientes el cual está ubicado en la provincia del Guayas del Cantón Simón Bolívar y está dirigido a cada una de las ciudades del Ecuador. Dedicada a la venta directa de prendas de vestir. Con el ánimo de satisfacer las necesidades de los clientes al personificar sus prendas de vestir que los diferencian a otras marcas, para ello se implementaran ventas por catálogos y tienda online, cuenta con locales físicos para que las personas puedan adquirir de manera ágil sus productos. El negocio ya está implantado en el mercado actual la cual brinda una cartera amplia de productos de buena calidad, exclusividad y precios cómodos.

**SHAILEE** consta con un espacio físico, cómodo y agradable donde la atención juega un papel importante con cada uno de los clientes. Hoy en día las personas tienen como opción elegir sus propios productos es por ello que han optado por crear nuevas tendencias dentro de la plataforma online para obtener mayor acogida dentro del mercado en que se desarrollan.

Ofrecen un acceso inmediato a la tienda online las 24 horas del día para que puedan personalizar el diseño de sus propias prendas y observar el catálogo de productos. Con la finalidad que existen clientes que carecen de tiempo necesario para poder asistir a una tienda física. Tienen la opción de entregas a domicilio o a la dirección que requieran, hay exclusividad de ciertos días de promoción en la cual se realizan descuentos y ofertas en artículos seleccionados.

#### **1.2. Misión**

Comercializar prendas de vestir innovadoras y modernas, a los clientes con el fin de que ellos puedan personalizar los productos a su elección con precios accesibles y de buena calidad, consintiendo sus gustos y preferencias de acuerdo a sus estilos.

### **1.3. Visión**

Ser una empresa reconocida a nivel nacional, crear lazos de negocios con otras marcas poseídas en el mercado competitivo, mediante la innovación de la plataforma online y catálogos de prendas de vestir.

### **1.4. Valores**

**Honradez:** Mantener dentro de la organización personas capacitados y con valores.

**Respeto:** Generar una buena atención dentro de la empresa con los clientes para que exista conflictos.

**Compromiso:** Estar siempre atentos a cada uno de los cambios que se realicen y adaptarse para que la empresa obtenga éxito.

**Responsabilidad:** Cumplir con aquellas tareas que se ha asignado dentro de la organización.

### **1.5. Objetivo General**

Crear y diseñar prendas de vestir de la mejor calidad, formar parte de una las mejores empresas a nivel nacional con una amplia variedad de productos.

### **1.6. Objetivos Específicos**

- Posesionarse en el mercado competitivo en los próximos cinco años como uno de los mejores fabricantes y distribuidores de prendas de vestir a nivel nacional.
- Comercializar las prendas a nivel nacional.
- Innovar en la creación de diseños de sus prendas de vestir exclusivos por la empresa.
- Expandir la tienda online a varios segmentos geográficos.
- Establecer nuevas tendencias de moda conforme a las temporadas que se están suscitando en el mundo actual.

## **CAPÍTULO 2**

## **2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

### **2.1. Análisis del mercado**

El análisis de mercado permite recopilar la información necesaria, identificando oportunidades, ventajas de un mercado, con el propósito de demostrar la tendencia de consumo, para poder introducir un nuevo producto al mercado.

#### **2.1.1. Mercado de Consumo**

El mercado de vestimentas, denominado por muchos como moda es uno de los mercados con más tendencia a nivel mundial. A nivel nacional este tipo de negocio incrementa cada vez más en el mercado. Para la sociedad este sector juega un papel importante, ya que implica todos los aspectos en el estilo de vida.

Los individuos buscan llamar la atención con su vestimenta ya sea en el ámbito laboral, como personal, y es relevante verse bien en todo momento y acorde a la ocasión.

La industria de la vestimenta siempre está en constantes actualizaciones, para satisfacer al consumidor. En la actualidad los estilos libres y los nuevos diseños siempre se vuelve atractivo para el cliente, por lo tanto **SHAILEE** da la opción de que el consumidor pueda elegir el modelo que más le guste y personalizarlo, siendo el cliente el punto clave de esta empresa, ya que busca la felicidad y satisfacción del mismo, y de tal forma retribuya con fidelización.

Cabe resaltar que los productos que se ofrecen pertenecen al sector secundario ya que obtienen una previa transformación para luego comercializarlo en el mercado. También se hace énfasis en el sector terciario, debido a los servicios de personalización que se ofrece por medio de una página web, y redes.

#### **2.1.2. Segmento de Mercado de consumo de preferencia**

La segmentación de mercado se determina como la clasificación de grupos con características de preferencia homogéneas. Para **SHAILEE** su segmentación de mercado de preferencia es amplia, siendo atractivo para toda la población en todos sus niveles económicos. Se dirige a las personas que no poseen el tiempo necesario para ir de compras a una tienda física por la cual se implementó una tienda virtual, destacando a los usuarios que les gusta visualizar los productos por medio de una revista de ropa, ofreciendo este servicio con eficiencia y eficacia.

### **2.1.3. Tipo de consumidor**

No todos los clientes tiene las mismas necesidades y preferencias, debido a eso existen diversos tipos de consumidores, desde el compartimiento y sus intereses.

“SHAILEE” busca posicionar su marca y su elemento clave son clientes, por ende su estrategia principal es brindar calidad de atención al cliente, y satisfacer sus necesidades, dando un buen producto.

El comprador bien informado, es aquel que realiza una investigación relacionado al producto y a la empresa, este tipo de consumidor mientras más información tiene, más atractivo es el producto y SHAILEE, realiza actualizaciones de sus productos por medio de las redes sociales para que los posibles consumidores estén bien informados.

Un tipo de consumidor clave para atraer la atención de los demás son los showroomer, debido a que comprueban la veracidad de los productos para luego recomendarlos

Por otra parte existen consumidores que solo se fijan en las ofertas y precios de los productos, cabe resaltar que SHAILEE, tiene precios cómodos. Otros adquieren los productos por curiosidad y la incertidumbre de como es el producto.

Aunque los tipos de consumidores varían son esenciales para los negocios, SHAILEE, cuenta con modas actuales para que el cliente pueda sentirse satisfecho al momento de obtener cada una de sus vestimentas. Los jóvenes están teniendo cambios en la forma de vestirse y por ende hay que adaptarse a las transformaciones que se realizan en el mundo de la moda.

### **2.1.4. Potencial de mercado**

SHAILEE, tiene una gran variedad de prendas de vestir de mejor calidad, diferentes estilos y tallas dirigido a toda la población, para cada momento. Realiza personalización de prendas para aquellas parejas, amigos, familiares que deseen obsequiar prendas individualizadas.

Además realiza promociones, y sorteos acorde a los momentos, como son, San Valentín, Día de las Madres, Día del padre, Día del Niño y otras festividades. Su enfoque va más allá de una marca, trata de crear tu propio estilo y sentirse bien consigo mismo, eliminando las barreras y estereotipos de moda.

Lo que busca la empresa es la expansión a nivel nacional y reconocimiento por parte de los clientes para que elijan los productos que ofrecen y que cubran todas las expectativas que esperan. La comodidad del cliente es importante para el negocio por ende trabaja con catálogos, físico y virtuales, enviándoles a sus cartera de clientes y posibles clientes a sus redes, para que pueden elegir desde sus hogares o lugares de trabajo.

Por lo consiguiente se esperan los mejores resultados de aceptación del consumidor, con el fin de expandir geográficamente para su comercialización.

#### **2.1.5. Identificación y caracterización de la demanda**

Los clientes se caracterizan por ser exigentes al momento de realizar sus compras es por ello que contamos con productos de calidad con precios flexibles en el mercado, también existe la opción de personalización blusas, camisetas o artículos que el cliente necesite.

#### **2.1.6. Identificación y caracterización de la oferta.**

Los productos que ofrecen **SHAILEE**, son prendas de vestir, de la mejor calidad desde una tienda física, tienda online, por catálogo y ofrece el servicio de personalización de prendas.

#### **2.1.7. Ventajas competitivas.**

Una de las ventajas que cuenta **SHAILEE**, es que tiene la opción de personalización de las prendas, a su gusto y preferencia, ya que hoy en día es muy frecuente, también cuenta con precios muy accesibles.

El cliente es lo primordial para el negocio, por ende realiza actualizaciones constantes en las redes, siempre atento a los usuarios de los pedidos o requerimientos de información. Dar un buen servicio de atención al cliente y pensar siempre en la seguridad del mismo, realizando constantes innovaciones y diseños en las prendas, manteniendo una buena comunicación con el cliente y un buen servicio post venta.

#### **2.1.8. Estructura competitiva: Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

##### **Proveedores**

- Gran Feria del Jean.
- Texwilma S.A
- Fábrica ZOU

Estas empresas lo que buscan es ser mayoristas para que cada una de las tiendas de ropa puedan adquirir sus productos teniendo como finalidad generar mayores ingresos.

### **Sustitutos**

- Catálogo Hechizada.
- Catálogo Jolly
- Catálogo Mística
- Catálogo Babalù

Estas empresas que ofrecen ropa de catálogo está dirigida a Damas y Caballeros que necesitan obtener prendas de vestir pero no ofrecen un servicio personalizado es por ello que la empresa "Shailee" nos da esta opción que los clientes se sientan satisfechos al momento de realizar cada uno de sus estilos.

### **Clientes**

- Jóvenes
- Niños
- Damas
- Caballeros

Cada una de estas categorías que se están subdividiendo es de mucha importancia para la empresa ya que se dirige a edades específicas como lo es de 5 años a 38 años.

### **Nuevos Entrantes**

Personas emprendedoras que requieran distribuir los mismos productos que se ofrece dándole como ventajas menores precio.

**SHAILEE**, presenta sus ventas en una proyección de 5 años, con un crecimiento del 3% año a año. Se destaca que la empresa vende 6497 unidades en productos generales, expresado en \$91.000 para el primer año.

### **Mercado de la demanda**

#### **2.2.1. Segmentación del mercado.**

**SHAILEE** el segmento de mercado que se va a dirigir es el siguiente:

- 1. Geográficos:** Ecuador
- 2. Demográficos**

Edad: niños de 5 años hasta adolescentes de 30 años de edad.

Género: Mujeres, Hombre y niños.

Cultura: Dirigido a toda cultura.

Ingreso: Precios accesibles al mercado.

## **2.2. Investigación de Mercado**

### **2.2.1. Delimitación del problema**

SHAILEE ha analizado cada una de las necesidades de los clientes al momento de poder adquirir un tipo de prenda de vestir, lo cual existen personas que no carecen de tiempo para ir de comprar por lo cual se ha implementado una tienda online, que ofrece variedades de productos con exclusivos diseños con precios considerables obtenemos productos de calidad analizando cada una de las necesidades que el cliente desea satisfacer pero para complementar cada uno de estos, siempre y cuando dándole una revisión adecuada a cada una de las técnicas o métodos se van a realizar como podemos observar a la tienda física se le implementara una página web será un servicio exclusivo para todo aquellos clientes que necesitan realizar sus compras ofreciendo excelente servicio a cada uno de los compradores con precios totalmente accesibles.

Buscamos darle soluciones a las necesidades que se han presentado en el medio es por ello que nuestra empresa buscara siempre ser más eficientes y eficaces.

### **2.2.2. Población de estudio.**

La población de estudio corresponde a El tamaño de la muestra con el que contamos entre niños, hombre y mujeres que existen en 221,975 de acuerdo a los PEA (Población Económicamente Activa) de los cantones: Simón Bolívar y Milagro de acuerdo a información obtenida de (INEC, 2010).

### **2.2.3. Descripción del tamaño de la muestra.**

Para el tamaño de la muestra, se ha utilizado herramientas estadísticas considerando el cálculo de tamaño de muestra de una población finita, la cual corresponde a:

El resultado obtenido es un total de 383 la población que se deben encuestar, de acuerdo, a la base de datos proporcionada por el Instituto nacional de estadísticas y censo.

#### **2.2.4. Análisis e interpretación de los resultados**

##### **Género.**

**Análisis:** En las encuestas siguientes que se están desarrollando dentro del Cantón Milagro con un total de 383 encuestas en la que se obtiene un total de 204 mujeres es el género con mayor aceptación dentro del mercado actual lo que beneficiara ya que las damas son las que generalmente realizan mayores compras de prendas de vestir en la tienda “Shailee” tanto en la tienda físicas, online, catálogos y personalización

**Interpretación:** Al observar cada uno de los resultados podemos afirmar que las mujeres mantienen un resultado de 53 % que es un porcentaje considerable dentro de la organización con mayor realce al comparar con los hombres con un 47% que es mucho menor ya que ellos solo visitan nuestras páginas o los medios que contamos para ir directamente al producto que necesitan y adquirirlo de manera rápida.

##### **Edad**

**Análisis:** Las edades que se han considerado para realizar los análisis son bastantes considerables las razones por la cual se han escogido desde los doce años de edad es porque ya pueden tener algún porcentaje de poder adquisitivo es por ello que se los ha escogido hasta los cincuenta años si bien es cierto a esas edades también nos enfocamos porque no solo ellos pueden adquirir las prendas de vestir sino también quieren obsequiar a algún familiar la edad con mayor aceptación dentro del mercado es de 21 años hasta los 25 años ya que en este rango los jóvenes ya obtiene sus trabajos y no tienen cargas familiares por lo general es por ello que realizan más compras de prendas de vestir.

**Interpretación:** Con mayor porcentaje dentro de las edades que adquieren las prendas de vestir tenemos el 32 % dentro de los 21 a 25 años de edad ya que a este rango podemos analizar que son jóvenes que obtienen trabajo pero que aún no tienen cargas familiares o pueden tenerla pero aun así adquieren alguna prenda de vestir que ofrece la empresas para luego tener en segundo lugar con un 24 % en los años 26 a 30 años de edad a estas edades también se realiza los enfoques ya que las prendas que se ofrecen son cada vez más actualizadas teniendo como tercer lugar de los 12 a los 20 años de edad con un porcentaje de 19,40% al cuarto lugar los jóvenes de los 31 hasta los 40 años de edad con un porcentaje de 18,90% teniendo como el quinto lugar y ultimo desde los 41 hasta los 50 años teniendo un porcentaje de 5,30%

### **De qué manera usted realiza la mayoría de sus compras de prendas de vestir.**

**Análisis:** Con respecto a los análisis de las encuestas que se han obtenido podemos observar que tenemos en primer lugar están las tienda físicas con 206 personas que decidieron tienda física ocupando el primero lugar tenemos como segundo lugar a las tienda virtual ya que la organización también cuenta con este servicio teniendo 144 personas y para finalizar tenemos la venta por catálogo con 33 personas.

**Interpretación:** Podemos observar que dentro de la gráfica tenemos como en primero lugar a la tienda física con un 53,70% es un porcentaje bastante considerable y lo que busca la organización es que el cliente de algún u otra medio realice las compras es por ello que tomo la decisiones de implementar la tienda online teniéndolo como segundo lugar con un 37,70% las personas están comenzando a adaptarse para poder ya realizar sus compras por medio de la web, el último incremento del servicio que se ha implementado en la actualidad es la venta de ropa por catálogo obteniendo un 8,60%.

### **Ha realizado usted alguna vez compras por internet**

**Análisis:** Con cada uno de los datos obtenidos al recopilar información se va a obtener cada una de las respuestas en las tabulaciones que va a reflejar que la gran mayoría de las personas ya realizan compras por internet teniendo 371 personas que si realizan las compras por estos medios es decir las personas están aplicando estas herramientas ya algo cotidiano en su diario vivir como segundo lugar obtenemos el no con 12 personas que aún no realizan este medio.

**Interpretación:** Tenemos en primero lugar que las personas si realizan compras por medio del internet es decir ya sea por redes sociales o páginas las personas se están acoplando a estas nuevas generaciones es por ello que tenemos cuenta con 97,90% y en segundo lugar consta con 2,10 % que las personas no realizan compras por internet.

### **Con que frecuencia usted realiza compras por medio de tiendas Online.**

**Análisis:** Al obtener estos datos estadísticos podemos observar que está en primer lugar las personas que realizan compras por medio de tiendas online usualmente, es decir si lo están realizando de manera ya más consecutivas las compras por estos medios teniendo 185 personas y como segundo lugar 161 personas ya que lo realizan de manera más frecuente son los dos valores con mayor aceptación dentro del mercado teniendo luego como tercer

lugar rara vez con una cantidad de 29 personas y en último lugar nunca con 7 personas que no han realizado compras por este medio.

**Interpretación:** Se obtiene un alto porcentaje que usualmente las personas realizan compras por medio de tiendas online con un 48,70% teniéndolo como en primero lugar en la tabla , en segundo lugar están las personas que compras frecuentemente por medio de una tienda online con un porcentaje de 42,40% ,en tercer lugar las personas que rara vez realizan compras por este medio con un 7,10% en cuarto lugar y ultimo nunca con 1,80% es una cantidad muy baja ya que las personas están haciendo el uso necesario al internet.

**A realizado usted alguna vez compras de ropa por catálogo ( Si su respuesta es sí dirigirse a la siguiente pregunta)**

**Análisis:** Podemos observar que tenemos 369 personas que han elegido que si adquieren prendas de vestir por medio de ventas por catálogo, de la misma forma hay personas que no han adquirido los productos con un total de 7 personas y teniendo como última opción tal vez personas que pueden que si hallan realizando compras solo que no recuerdan o simplemente han realizado una vez en su vida que no

**Interpretación:** Tenemos en primero lugar a las personas que si adquieren prendas de vestir con un 96,40% obteniendo la mayor puntaje dentro de las tabulaciones se obtiene igualdad al momento que las personas no adquieren y tal vez han realizado pedidos por medio de catálogo con un porcentaje de 1,80% .

**Con que frecuencia usted realiza compras de ropa por catálogo**

**Análisis:** Obtenemos en primer lugar a las personas que realizan con frecuencia las compras de ropa por catálogo con una cantidad de 206 personas en segundo lugar están las personas que usualmente realizan las compras con 142 personas inmediatamente están los que rara vez realizan sus compras por esta opción tendiendo la cantidad de 31 personas y en último lugar las personas que nunca han comprado por catálogo son 4 personas.

**Interpretación:** Tenemos en primero lugar las personas que realizan las compras por catálogo obteniendo un porcentaje de 54,10%luego están toda aquellas personas que lo realizan usualmente con un 37,10% en tercer lugar están las personas que realizan rara vez las compras de este medio con un 7,70% y en último lugar las personas que no realizan compras por catálogo con un 1,10%

**Dentro de ropa y accesorios ¿Qué tipo de prendas de vestir usted suele comprar.**

**Análisis:** Podemos observar que una de las prendas con mayor aceptación dentro de las tabulaciones que se han realizado es la de prendas deportivas con una cantidad de 82 personas obteniendo como en segundo lugar la ropa de día a día con un cantidad de 63 personas es uno de los valores con mayor relevancia dentro de las encuestas que ha realizado la organización.

**Interpretación:** obtenemos con un alto porcentaje las prendas deportivas con un 21,50% en segundo lugar está la ropa de día a día con un porcentaje de 16,50%, teniendo como tercer lugar ropa de fiestas 15,20% siendo sucesor las pijamas con un 13,40%, luego lo que es lencería con un 11,30%, también tenemos las prendas playeras con un 10,50%, teniendo como en uno de los últimos lugares las chaquetas con 6,60% y los conjuntos con 5%.

**¿Qué es lo que usted más valora al momento de comprar en una tienda Online?**

**Análisis:** Se encuentra en las tabulaciones con mayor aceptación que exista la certificación de sitios seguros y confiables contando con 93 personas que eligieron siendo la mayoría luego se obtiene que tenga un buen diseño la página que se bastante atractiva dentro de la venta de tienda online teniendo 67 personas y especificaremos el tercer puesto como lo es las operadoras en línea que resuelvan las dudas al momento con 15,30% son las mayores puntuaciones que han reflejado en las encuestas.

**Interpretación:** Tenemos en primer lugar certificación de sitios seguros y confiables con un 23,70% para tener como siguiente opción que las personas prefieren que tenga un buen diseño la página que sea atractivas en tercer lugar que las operadoras en línea que resuelven dudas al momento con 15,30% luego tenemos en cuarto lugar que tenga información completa y detallada en los productos con un 12,90% teniendo fácil uso un 10,80% luego rapidez al momento de envió con un 10,60% y por ultimo fácil uso con un 9%.

**¿Qué es lo que usted más valora al momento de comprar ropa por catálogo?**

**Análisis:** En la encuesta realizada a 383 personas se obtuvo la información donde se observa que 99 usuarios toman en cuenta el precio lo cual es un elemento clave en la economía de todos, a continuación los usuarios eligieron la calidad con una cantidad de 80 personas, siguiente a ello optaron por la variedad con una cantidad de 71 personas, adicional

seleccionaron la presentación de los productos con una cantidad de 70 personas, por ultimo las ofertas con una cantidad de 63 personas.

**Interpretación:** Mediante la representación del grafico se puede observar que el 25% de las personas encuestadas indican que el precio sería la opción más idónea al momento de su elegir comprar prendas de vestir por medio de catálogos, seguido con un 21% optan por la calidad, continuamente con un 18% manifiestan que prefieren la variedad, al igual con un 18% eligen la presentación de los productos, por ultimo con un 16% optan por las ofertas.

**Le agradaría a usted que exista una tienda online que le dé la opción de personalizar y diseñar sus propias prendas de vestir.**

**Análisis:** Mediante la encuesta realizada a 383 personas se dio a conocer la propuesta si les agradaría que exista una tienda online que brinde la opción de poder personalizar sus propias prendas de vestir, la información receptada a resultado de gran relevancia debido que la empresa tendría una buena acogida con la cantidad de 380 personas, seguido a ello 2 personas les resulto un tal vez podría ser de su agrado la proposición, por ultimo solo 1 persona considero como algo negativo.

**Interpretación:** Se puede observar que un 99% de las personas encuestadas si les gustaría que exista una tienda online que les brinde la opción de poder personalizar sus propias prendas de vestir, mientras que un 1% opto por elegir como una tal vez les agradaría la propuesta. A diferencia que representando con un 0% del que no les gustaría que se implemente.

**¿Qué tipo de prendas de vestir le gustaría a usted diseñar y personalizar a su gusto?**

**Análisis:** En esta pregunta se analizara que tipo de prendas de vestir le gustaría diseñar y personalizar a su gusto ,se obtiene como en primer resultado la cantidad de 74 personas prefieren usar pantalones diseñados acorde a sus gustos tomando en cuenta que es una prenda cómoda y básica , seguido a ello con una demanda de 70 personas han elegido por los vestidos , cubriendo con un tercer lugar la cantidad de 47 personas que prefieren las blusas , con un cuarto lugar que representa 46 personas que prefieren las camisetas ,como quinto lugar se observa el resultado de 38 usuarios que seleccionan las camisas , como sexto lugar se aprecia representando una cantidad de 32 personas que eligen por los buzos, como séptimo lugar existe un numero de 28 personas que señalan las chaquetas , como octavo lugar con

una demanda de 27 personas eligen las licras , como último lugar una cantidad de 21 personas prefieren los conjuntos .

**Interpretación:** Las personas encuestadas en su mayoría ha elegido que los vestidos que desean diseñarlos a sus gustos con un 18,50% para luego tener en segundo lugar los pantalones con una mínima diferencia de 18,20% en tercer lugar tenemos a las blusas en cuarto lugar podemos verificar que están en las camisetas con un 12,20% teniendo como secuencias a las camisas con 10,10% en sexto lugar estas los buzos con 8,50% en séptimo lugar están las chaquetas con 7,40% en octavo lugar están las licras con 7,10 y en último lugar están los conjuntos con un valor de 5,60%.

#### **¿Cuál es la opción de pago más idónea que le facilite a usted al momento de realizar las compras?**

**Análisis:** En las encuestas realizadas a 383 personas y realizar la pregunta de cuál es la opción más idónea de realizar los pagos para poder adquirir las prendas de vestir escogieron que es más factible para los clientes realizar los pagos por medio de transferencias bancarias con una cantidad total de 209 personas que es una cantidad bastante considerable, dentro del mercado que se está enfocando luego están las personas que prefieren realizar sus pagos por medio de una tarjeta de crédito con 167 personas.

**Interpretación:** Se obtiene en primero lugar las personas que realizan sus pagos por medio de transferencias bancarias con un porcentaje de 55,60% para luego tener en segundo lugar las personas que prefieren realizar sus pagos ya se por mayor facilidad es la tarjeta de crédito con un total de 44,40% ambas formas para el cliente están aceptables ya que no es mucha la diferencia entre ambas propuestas.

#### **Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por una prenda de vestir?**

**Análisis:** Los resultados nos refleja que las personas prefieren pagar en la sección de blusas de diez a veinte dólares un total de 354 personas obteniéndola mayor cantidad luego están los vestidos con 237 personas, los pantalones con 278 personas, las camisas con 189 personas eligiendo la cantidad de veintiuno a treinta dólares, la secciones de camisetas que eligieron es de 181 personas que prefieren que los precios sean desde los treinta y uno a cuarenta dólares , las licras hay poca diferencias pero con mayor aceptación es en la cantidad de veintiuno a treinta dólares con 144 personas, al igual que en las chaquetas con

189 personas y por último los conjuntos que prefieren desde la cantidad de treinta y uno a cuarenta dólares.

**Interpretación:** En general todos los resultados que se han obtenido se pueden especificar que las blusas tienen mayor acogida también por los clientes con un 41% para dar en segundo lugar los vestidos con un porcentaje de aceptación 16% luego están en el tercer lugar las licras con un 13% en cuarto lugar están las camiseras con un porcentaje de 9% llevando la secuencia las camisas y chaquetas con un 6% los pantalones con un 5% y teniendo en último lugar los conjuntos con un 4%.

#### **¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una prenda de vestir diseñada a su gusto?**

**Análisis:** Se puede observar que las blusas ya personalizadas los clientes si desean adquirirlas pero con precios totalmente flexibles como lo es desde los quince a treinta dólares con una cantidad de 263 personas es una cantidad considerable dentro de los datos que se están analizando luego están las personas que desean adquirir vestidos con la cantidad de personas de 199 , pantalones con el valor de 255 y camisas con 168 que desean adquirir prendas personalizadas y han escogido la opción de treinta y uno a cuarenta y cinco dólares las camiseras han escogido 149 personas por el precio de cuarenta y seis a sesenta dólares que son precios ya más altos las licras ha escogido 109 personas por el precio de quince a treinta dólares las chaquetas tienen 176 personas en las cantidades de treinta y uno a cuarenta y cinco para finalizar están los conjuntos con la cantidad de persona que han elegido de 229 pero que en esta sección requieren de los precios de cuarenta y seis a sesenta dólares.

**Interpretación:** Los resultados que se han obtenido es que las blusas cuentan con un 30% siendo la mayor puntuación para luego tener a los vestidos con 19% en tercer lugar están las licras con un 12% en cuarto lugar están las camisas y camisetas ya que ambas cuentan con un 10 % en quinto lugar están los pantalones con un 8% en sexto lugar están las chaquetas con un 6% y por último están los conjuntos con un 5% podemos darnos cuenta que las personas si alguien la personalización pero en una que otras prendas es muy baja el cambio que le realizan .

## **2.3. Plan de Marketing**

### **2.3.1. Análisis de Marketing Mix**

#### **PLAZA:**

- **Punto de Venta** En la tienda física
- **Canal de Venta directa:**  
Distribuidores: Venta por catálogo
- **Los canales de venta online:**  
Se utilizarán los marketplaces de las redes sociales y redes especializadas de venta como mercado libre, OLX y otros.
- **Localización:** Las instalaciones principales estarán ubicadas en Milagro y se mantendrá la tienda en Simón Bolívar
- **Transporte:** La subcontratación de la confección de las prendas incluirá el transporte hasta nuestras bodegas.

#### **PRECIO**

- Establecer precio de introducción al mercado
- Se considerara los precios a los clientes que compren al por mayor.
- Se establecerán los precios de cada una de las prendas de vestir dependiendo a la temporada.

#### **PRODUCTO**

- **Marca:** Se buscará fortalecer la presencia de la marca por medio de la innovación y expansión hacia la ciudad de Milagro, además de establecernos como una marca que proyecta comodidad, variedad, calidad y precio conveniente.
- **Variedad:** Es una de las fortalezas de la empresa, ofrecemos variedad de modelos que se ajustan a los gustos y necesidades de nuestros clientes.
- **Calidad:** Nuestros productos proyectar calidad en todos los aspectos, calidad de material prima, calidad de diseño, calidad de confección y calidad de servicio al cliente.
- **Diseño:** La estrategia será ofertar diseños que Siempre estén vigentes y a la vanguardia, además se podrá elegir un diseño de manera personalizada.

## **PROMOCION**

- Promocionar el 15% hasta 35% descuentos.
- Obtener un monto de 50 dólares y tendrás descuentos en la siguiente prenda.
- Realizar sorteos con montos de 10 dólares para que el cliente sea acreedor de premios.
- Se realizaran descuentos a las personas que adquieran los productos por medio del catálogo desde el 25% hasta el 30% descuentos.

## **PUBLICIDAD**

- La publicidad se hará efectiva por las redes sociales, medios de comunicación, teniendo en cuenta las referencias de distribuidores y clientes.
- Se enviara información por medio de correos electrónicos
- Plataformas virtuales como lo es la página online
- Catálogos de prendas de vestir.

## **PRESENTACION**

- El empaque será parte importante de la imagen de la empresa, además de ser llamativo y proyectar lo que la marca representa será amigable con el medio ambiente
- Mostrar una página estructurada correctamente para que el cliente pueda elegir los productos.
- Mostrar un catálogo correctamente estructurado.
- Logo de la empresa que sea llamativo.

## **PERSONAL**

- Personal capacitado que conozca cada uno de los recorridos para realizar las respectivas entregas de pedidos a domicilio.
- Personal capacitado para que brinde información y conozca los productos que brinda la empresa y responde cada una de las dudas de la tienda online.
- Personal que brinde excelente atención al cliente.
- Personal con buena presencia ante los clientes.

## **PROCESO**

- Facilidad al momento de realizar la compra.
- Obtener instrucciones claras al realizar la compra por tienda online y venta por catálogo.
- Pago fácil como lo es al contado y las transferencias bancarias que se realizan.
- Facilidad al momento de acceder a la página online.

**SHAILEE**, se da a conocer e informar sobre los productos y diseños de prendas a todos sus usuarios a través de sus redes sociales.

La empresa **SHAILEE**, utiliza esta matriz, para analizar la participación de diferentes productos en el mercado, los mismos que fueron seleccionados por su nivel de demandas, con el propósito de aportar a la toma de decisiones con respecto a las unidades. Se encuentra dividida por cuatro partes en donde especifica los productos que están en su mejor momento, los que están perdiendo popularidad y el desempeño de los nuevos productos.

Para **SHAILEE**, el pantalón jean tiene altas demandas por los consumidores, seguido de las prendas de vestir para niños menores de 4 años, ya que se está incursionado en este sector, las blusas básicas están perdiendo su atractivo al igual que los short.

#### **2.4. Flujoograma de canales de distribución**

“Shailee” es una tienda de ropa de vestir la cual actualmente cuenta con distribución directa hacia el cliente, la manera en que se está dando a conocer esta línea de ropa es ofertando por comercio electrónico, catálogos y la sección de personalización. De esta manera el cliente puede visualizar todo los productos que brinda la empresa o generar ideas para crear su propia vestimenta, ya que esta organización lo que busca es innovar y adaptarse a los cambios que los clientes hacen tendencia en la actualidad.

El cliente puede realizar los pedidos, para luego hacer la entrega respectiva del producto en que ha sido escogido por el cliente dando beneficios de entregas inmediatas en el lugar que reside

##### **2.4.1. Slogan**

###### **Fabrica tus ideas.**

La organización ha elegido este slogan ya que los clientes es cada vez más exigentes por ende lo que se busca es satisfacer las necesidades acorde al estilo de vida o modelos específicos que a ellos les agrada para así poder obtener mayor acogida en cada uno de los productos y que se sientan identificados con la empresa.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS**

#### **3.5. Tamaño**

“Shailee” es una compañía limitada según la “Superintendencia compañía de valores y seguros” esta organización cuenta con dos socios responsables cada uno de ellos realizan diferentes funciones como lo es de gerente obteniendo como cargo principal y el segundo socio se ha encargado específicamente como administrador comercial y administrativo al contar con personal a cargo como lo es el área de compras, ventas y logística teniendo en cuenta que estas personas que se les ha generado funciones dentro de la organización se les <sup>2</sup> realiza el pago de 386 dólares lo que en la actualidad es un sueldo básico dentro de país y lo que establece la ley del código de trabajo .

## **CAPÍTULO 4**

### **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### **4.1. Tipo de organización**

La empresa “Shailee” es una organización con fines de lucro dedicada a la venta de prendas de vestir ya que es una constitución jurídica que pertenece a una compañía limitada porque cuenta con dos socios dentro de la empresa, al obtener este tipo de relaciones empresariales ambos obtienen capitales iguales con una cantidad de cuatro mil dólares cada socio y así comenzar a realizar este tipo de actividad dentro del mercado.

## **CAPÍTULO 5**

### **5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL**

## **5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento**

### **Disposiciones generales**

**Art. 15.-** Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley. (CODIGO TRIBUTARIO, 2018)

### **Deberes formales del contribuyente o responsable**

**Art. 96.-** Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables: Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

- a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso;
- c) Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita; (CODIGO TRIBUTARIO, 2018)
- d) Presentar las declaraciones que correspondan; y,
- e) Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2. Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo. (CODIGO TRIBUTARIO, 2018)

3. Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas. 4. Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente. (CODIGO TRIBUTARIO, 2018)

### **Impuesto al valor agregado (IVA)**

Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados. (SRI, 2019)

**1**

### **Impuesto a la Renta**

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. (SRI, 2019)

## CUENTA DE INTEGRACIÓN DEL CAPITAL

### Personas jurídicas

1. Solicitud de apertura de cuenta dirigida a BanEcuador (especificar las condiciones de las firmas de la cuenta). (BAN ECUADOR, 2018)
2. Una copia del RUC (actualizado).
3. Original y copia legible de cédula de ciudadanía/identificación del representante legal, firmas autorizadas y del cónyuge.
4. Original y copia legible del certificado de votación del Representante legal, firmas autorizadas y del cónyuge. (BAN ECUADOR, 2018)
5. Para extranjeros: original y copia a color de pasaporte/credencial de refugiado de representante legal, firmas autorizadas y de los cónyuges.
2. Una copia de la planilla de cualquier servicio básico del domicilio de la empresa: agua, energía eléctrica o teléfono (validez hasta 60 días). (BAN ECUADOR, 2018)
7. Una copia notariada de la escritura de constitución de la empresa, inscrita en el Registro Mercantil y de sus reformas a estatutos y aumentos de capital (si lo hubiera)
8. Una copia notariada de los nombramientos que certifiquen la condición del representante legal. (BAN ECUADOR, 2018)
9. Estados financieros actualizados y presentados a la Superintendencia de Compañías, mínimo de un año atrás. En caso de que por disposición legal tiene la obligación de contratar a una auditoría externa, los estados financieros deberán ser auditados.
10. Confirmación del pago del impuesto a la renta del año inmediato anterior o constancia de la información publicada por el Servicio de Rentas Internas a través de su página web, de ser aplicable. (BAN ECUADOR, 2018)
11. Nómina de socios y accionistas actualizada, en la que consten los montos de acciones o participaciones, obtenida por el cliente en el órgano de control competente.
12. Certificado de cumplimiento de obligaciones otorgado por el órgano de control competente, de ser aplicable.
13. Un certificado bancario o comercial por escrito por la empresa, Representante legal y firmas autorizadas.

14. Monto de apertura de cuenta 200 USD (doscientos dólares americanos). (BAN ECUADOR, 2018)

### **5.2. Descripción del impacto ambiental**

Hoy en día el cuidado al medio ambiente es esencial en cada una de las organizaciones es por ello que debemos de darle un puesto muy importante para de esta forma disminuir las contaminaciones que se han venido suscitando.

El tipo de contaminación que nuestra empresa genera es de manera indirecta por medio de la generación de energía eléctrica lo que se disminuirá el consumo de las mismas.

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

La organización tiene como objetivo disminuir la contaminación del medio ambiente es por ello que la empresa dispuso eliminar el consumo de fundas plásticas, optando por el uso de fundas elaboradas de papel reciclable, lo cual ayudara a obtener mejores beneficios al cuidado de nuestro planeta.

## **CAPÍTULO 6**

### **6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **6.1. Inversión y fuente de financiamiento**

##### **6.1.1. Activos fijos**

La inversión de **SHAILEE**, son un total de \$5.930, de activos, los mismo que son de gran relevancia para la puesta en marcha del negocio, clasificados en maquinarias, las cuales son para la personalización de los diseños al iguales que los equipos de cómputo, los muebles y enseres que son para el cumplimiento de las actividades del personal y permita obtener positivos.

##### **6.1.2. Capital de trabajo**

En base a la inversión los socios decidieron aportar cada uno un monto de \$2.500 haciendo un total de \$5.000, el mismo que contribuirá para la compra de activos y otros gastos en la empresa.

### **6.1.3. Tabla de amortización.**

**SHAILEE**, decide realizar un préstamo en BAN ECUADOR, un monto de \$5.000, para cubrir otros gastos necesarios en la empresa, con una tasa anual de 11.83% y una mensual del 0.99% con pagos mensuales de \$110,92.

### **6.1.4. Depreciación**

La depreciación **SHAILEE**, la realiza en función de la vida útil de cada tipo y de acuerdo a lo estipulado a la ley, en la cual permite deducir gastos.

La empresa en base a las estrategias planteada en todo el plan de negocio, presenta su proyección de venta de 5 años en donde, tiene un crecimiento del 3% anual, siendo un 6.497 de unidades generales, expresadas en \$91.000 para el primer años, demostrando la buena gestión efectuada.

En la siguiente tabla, se puede observar los precios al público por prenda.

La empresa realiza una cotización para adquirir la mercadería, buscando los mejores precios y la calidad del producto, por ende elige los mejores proveedores para hacer negociaciones, de tal forma le permita obtener un buen margen de ganancia.

### **6.1.5. Insumos directos**

### **6.1.6. Mano de obra directa.**

**SHAILEE**, determina como su mano de obra al cargo de Logística ya que se encarga de los procesos y al de Compra, siendo de gran relevancia, ya que debe adquirir la mercadería de mejor calidad a un buen precio.

### **6.1.7. Costos indirectos**

### **6.1.8. Gastos administrativos**

Es importante contar con el personal adecuado, con el fin de aportar a la compañía lo de mejor de cada uno, ser leales y entregado al trabajo, **SHAILEE**, contrata al personal suficiente para realizar las actividades necesarias para el funcionamiento de la mismo y de la misma forma el sueldo, de acuerdo a lo estipulado por la ley.

### **6.1.9. Gastos generales**

La empresa realiza una cotización de todo lo necesario para el debido funcionamiento de la misma, con el objetivo de tomar las mejores decisiones, y permita tener una buena rentabilidad, se puede observar que los costos son inferiores a los ingresos, siendo positivo para **SHAILEE**.

El estado de situación inicial es de gran importancia, ya que nos permite organizar y clasificar las cuentas, a su vez muestra la situación del patrimonio de la empresa. **SHAILEE**, realiza una buena gestión financiera ya que los resultados obtenidos equilibrados.

El análisis de este informe financiero, refleja que las inversiones efectuadas han sido optimas y se ha realizado una buena gestión de recursos. Para **SHAILEE**, el balance general es un pilar fundamental, ya que permite evaluar los saldos del préstamo y la utilidad.

## **6.2. Estados de Resultados**

**SHAILEE**, presenta su estado financiero, en donde reflejado de forma detallada todas las operaciones que realiza la empresa, siendo esta positiva, debido a los resultados beneficios obtenidos. La utilidad del ejercicio esta en incremento del 3% anual.

Debido a los ingresos tan buenos permiten cubrir todos los gastos.

**SHAILEE**, realiza el flujo de caja, con el fin de anticiparse al futuro, y analizar todos los aspectos de forma minuciosa, para la toma de decisiones.

Los ingresos varían entre las ventas en efectivo y a crédito y observar el incremento anual.

Los egresos no reflejan los pagos proveedores y los gastos de las empresas.

La inversión y el financiamiento, con el pago de su capital e intereses anual, obteniendo como flujo acumulado para el primer año \$7.404,21 en aumento.

## **6.3. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)**

### **6.3.1. Índices financieros**

Los indicadores del proyecto manifiesta que la empresa tendrá liquidez y rentabilidad, además el sistema Dupont es del 62%, siendo muy positivo, es decir el negocio es eficiente y rentable.

### **6.3.2. Tasa de rendimiento promedio**

La tasa de rendimiento promedio de **SHAILEE**, sobre paso el 100%, por lo tanto el proyecto es legible.

### **6.3.3. Índices descontados**

La empresa muestra un índice rentable del 2,86 creciente, el mismo que representa la utilidad de la misma. El VAN es alto y la TIR, es del 97% indicando la factibilidad viabilidad del negocio.

### **6.3.4. Ratios-Riesgos-Razones financieras.**

Las razones financieras nos indican un nivel ascendente, es decir en crecimiento, por lo tanto se manifiesta la buena administración financiera y utilización de recursos.

El rendimiento contable a fin de la proyección muestra un aumento del 0,54

Se calculó el punto de equilibrio y para tener estabilidad **SHAILEE**, debe vender 51538 unidades de productos generales, expresados en 84.216,25.

### **6.3.5. Análisis de sensibilidad**

**SHAILEE**, realiza el análisis de sensibilidad de acuerdo a la variación de sus ingresos, con el objetivo de realizar estrategias y aun futuro tomar las mejores decisiones. Se toma en cuenta tres tipos de escenario el pesimista, en donde hay decrecimiento del 5% de su ingresos en su VAN y su índice de rentabilidad son bajos.

El escenario conservador un aumento del 6% de ingresos el VAN al igual que el índice de rentabilidad son muy factibles. Lo mismo sucede con el escenario optimista incrementa un 7%.

## **CONCLUSIONES**

Una vez sofisticado e implementado el plan de negocios de la empresa “SHAILEE” haber realizado y analizado diferentes estudios de mercado, técnicos y financieros se considera las siguientes conclusiones haciendo énfasis que el objetivo del plan de negocios es posesionar “SHAILEE”, como una empresa de comercialización y distribución de prendas de vestir mediante el manejo de una tienda online y venta por catálogos con el apoyo de estrategias de publicidad.

Mediante el desarrollo e implementación del plan de negocios de la empresa “SHAILEE” se ha realizado y analizado diferentes estudios de mercado, técnicos y financieros se considera las siguientes conclusiones haciendo énfasis que el objetivo del plan de negocios es posicionarse, como una empresa de comercialización y distribución de prendas de vestir mediante el manejo de una tienda online y venta por catálogos con la ayuda estrategias de marketing.

- La empresa “SHAILEE” se interesa por posicionarse en la mente de cada consumidor innovando con sus nuevas tendencias en la moda actual y diseños exclusivos, se caracteriza por su diferenciación ante la competencia su estrategia visible como lo es la personalización.
- La demanda de prendas de vestir ha manifestado un crecimiento en los últimos tres años, por lo que se espera recibir un desarrollo económico continuo, en base a la encuesta

realizada a habitantes de la Ciudad de Milagro, al citar la implementación del catálogo y la personalización que ofrece “SHAILEE”, ha tenido total acogida positiva de parte de los mismos.

- Mediante la presencia activa de redes sociales que genera un efecto viral generan que las ofertas o el lanzamiento de nuevos productos se difunda de manera eficiente. benefician en gran parte la atención al cliente lo cual resulta más factible poder responder cada una de las inquietudes de los usuarios adicional a ello ayuda a la empresa a reforzar su marca y la manera de vender en gran relevancia.
- Lo que permitirá al presente plan de negocio distingue por poseer una atención óptima y de calidad a su vez satisfacer cada una de las necesidades y expectativas del cliente.
- La procreación del plan de negocio “SHAILEE” se estima una propuesta productiva desde la capacidad tecnológica, económica e inversionista. , los estudios realizados que se han tenido resultado favorables para la empresa determinando la viabilidad de esta idea.

# Plan de Negocios de Tiena Online con Diseños Personalizados de Prendas de Vestir y Venta por Catálogo

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

<b>1</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %	<b>1</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

<b>1</b>	<b>prezi.com</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>2</b>	<b>Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS</b> Trabajo del estudiante	<1 %

---

---

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 25 words
Excluir bibliografía	Activo		