

# **UNIVERSIDAD DEL AZUAY**



## **Facultad de Ciencias de la Administración**

Escuela de Administración de Empresas

### **Tema:**

Plan de negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

Ingeniero Comercial

**Nombre del estudiante:** Andrés Santiago González Vásquez

**Director:** Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre., MAE

**Cuenca – Ecuador**

**2016**

## **DEDICATORIA**

El Presente trabajo lo dedico a mis Padres y Hermano que siempre me han apoyado en este camino para culminar mi carrera, sin ellos no lo hubiera logrado.

Una dedicatoria especial a mi Abuelita Lolita quien siempre estuvo pendiente de mis estudios, quisiera que estuviera a mi lado en este logro.

Andrés González Vásquez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios por guiarme en este camino, y a mis Padres, ya que ellos son los dueños del negocio y me permitieron realizar el estudio del mismo, brindándome todo el apoyo y la información para la realización de este proyecto.

Andrés González Vásquez

## Índice Contenido

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
Índice Contenido .....	iv
Índice de Gráficos .....	vii
Índice Ilustración.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCION.....	1
Capítulo I: Introducción .....	2
1.1. Marco Conceptual: estado del arte y marco legal.....	2
1.1.1. Estado del arte.....	2
1.1.2. Marco legal.....	4
1.2. Datos de ventas, importaciones, estado actual del negocio. Marco legal o situación actual del negocio.....	5
1.3. Análisis del mercado: situación actual de las tiendas del sector comercial de prendas de vestir. 11	
1.3.1. Foda de la competencia .....	15
1.4. Análisis Foda de Gova Exclusive.....	15
1.4.1. Conceptos teóricos.....	15
1.4.2. Análisis de fortalezas, amenazas, oportunidades, debilidades, .....	17
Capítulo II: Análisis del mercado.....	23
2.1. Definición de metodología:.....	23
2.1.1. Elaboración de la encuesta.....	26
2.2. Estudio del mercado: .....	29
2.2.1. Análisis de la oferta.....	29

2.2.2.	Análisis de la Demanda del sector .....	30
2.2.3.	Análisis de precios del sector.....	31
2.2.4.	Estrategias de comercialización de la competencia. ....	33
2.2.5.	Estrategias de comercialización de nuestro negocio.....	34
2.3.	Procesamiento de la información .....	35
2.4.	Resultados del estudio de mercado: estrategias de mercado a partir de la investigación. ....	47
Capítulo III: Estudio Técnico.....		52
3.1.	Identificación de procesos de importación.....	52
3.1.1.	Flujograma de importación:.....	54
3.1.2.	Flujograma de venta. ....	57
3.1.3.	Requisitos para importar. ....	57
3.2.	Principales productos a comercializar de acuerdo a la información de mercado. ....	60
3.2.1.	Cantidades estimadas de comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado. ..	60
3.2.2.	Precios.....	61
3.2.3.	Costos.....	63
3.2.4.	Procedencia.....	64
3.3.	Cantidades estimadas de comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado. ....	64
Capítulo IV: Estudio Financiero.....		68
4.1.	Establecer flujo de caja de la expansión. ....	68
4.2.	Costos de ventas de los productos importados.....	69
4.3.	Costos de implementación de la expansión. ....	70
4.4.	Principales indicadores/resultados proyectados de la expansión.....	72
4.4.1.	Análisis de sensibilidad. ....	86
CONCLUSIONES.....		92
RECOMENDACIONES.....		95

BIBLIOGRAFÍA.....	97
-------------------	----

## Índice de Tablas

Tabla 1. Balance General.....	5
Tabla 2. Compras, ventas, importaciones .....	8
Tabla 3. Compras, ventas, importaciones 2015 .....	9
Tabla 4. Situación externa.....	15
Tabla 5. Situación interna .....	15
Tabla 6. FODA Situación externa.....	19
Tabla 7. FODA Situación interna .....	19
Tabla 8. Datos INEC.....	23
Tabla 9. Precios de ropa según procedencia .....	32
Tabla 10. Precios.....	62
Tabla 11. Precio de Costo .....	63
Tabla 12. Cantidades estimadas a comercializar.....	65
Tabla 13. Flujo de caja.....	68
Tabla 14. Costo de los productos Importados.....	69
Tabla 15. Costos de Implementación.....	70
Tabla 16. Gastos Mensuales .....	71
Tabla 17. Recursos para la implementación del local.....	72
Tabla 18. Plan de Inversión .....	73
Tabla 19. Balance de Situación Inicial.....	74
<b>Tabla 20.</b> Cuadro de Depreciaciones .....	75
Tabla 21. Cuadro de flujo de ventas anual.....	76
Tabla 22. Resumen de ingresos.....	77
Tabla 23. Gastos en Mano de Obra.....	78

Tabla 24. Gastos Mensuales de Operación .....	79
Tabla 25. Flujo Proyectado .....	80
Tabla 26. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	81
Tabla 27. Balance General Proyectado .....	83
Tabla 28. Calculo del VPN .....	84
Tabla 29. Calculo de la TIR .....	85
Tabla 30. Calculo de VPN Escenario Optimista.....	86
Tabla 31. Calculo de la TIR Escenario Optimista.....	87
Tabla 32. Calculo del VPN Escenario Pesimista .....	88
Tabla 33. Calculo de la TIR Escenario Pesimista.....	89

### **Índice de Gráficos**

Gráfico 1. Edad .....	36
Gráfico 2. Profesión.....	36
Gráfico 3. Nivel de ingresos .....	37
Gráfico 4. Pregunta #1 .....	38
Gráfico 5. Pregunta #2.....	39
Gráfico 6. Pregunta #3 .....	40
Gráfico 7. Pregunta #3 .....	40
Gráfico 8. Pregunta #4 .....	41
Gráfico 9. Pregunta #5 .....	42
Gráfico 10. Pregunta #6 .....	43
Gráfico 11. Pregunta #7 .....	44
Gráfico 12. Pregunta #8 .....	45

Gráfico 13. Pregunta #9 .....	46
Gráfico 14. Pregunta #10 .....	47
Gráfico 15. Utilidad Liquida.....	82

### **Índice Ilustración**

Ilustración 1. Flujograma de importación .....	53
Ilustración 2. Flujograma de ventas .....	56

## **RESUMEN**

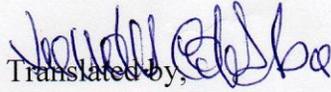
Este proyecto se basa en la implementación de una sucursal de una tienda de ropa importada, la misma que se busca crear para aprovechar la situación actual en la que se encuentra el país, ya que ahora se exige que todos los productos extranjeros cumplan con todas las exigencias gubernamentales, por lo que se busca aprovechar el hecho de ser importadores directos de prendas de vestir, para crear un local con ropa de mujer, y de esta manera abarcar un poco más del mercado cuencano, abaratar gastos de importación y generar más utilidad para el negocio.

## ABSTRACT

### ABSTRACT

This project is based on the implementation of an imported clothing store branch, which will be open to take advantage of the current situation of the country, since now it is required that all foreign products meet all governmental requirements. Therefore, we seek to benefit from the fact that we are direct importers of clothing to create a women's clothes store; and thus, cover a larger section of the market in Cuenca, lower import costs and generate more profits for the business..



  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo

## INTRODUCCION

En el presente documento muestra la estructura de la implementación de una sucursal de Gova Exclusive, el mismo que es un local que comercializa ropa de marcas Americanas y Europeas para hombre y mujer, ubicado en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, se tiene como objetivo la creación de un nuevo local comercial, y de esta forma poder dividir las dos líneas de ropa y que los locales sean solo de ropa de hombre y el otro solo ropa de mujer, y de esta forma poder exhibir de una mejor manera las prendas de vestir, y brindar una mejor atención a los clientes.

Hay que tomar en cuenta que, en la actualidad de nuestro país, para poder comercializar los productos extranjeros, estos deben haber sido importados correctamente, según las normas INEN y las exigencias de la Aduana del Ecuador (SENAE), y es por esto que vemos la facilidad de crear un nuevo local, ya que contamos con la licencia de importadores, y tenemos todos los conocimientos sobre los procesos de importación de las prendas de vestir.

Para llevar a cabo el objetivo que hemos planteado, se realizara una investigación del mercado, para analizar las oportunidades y amenazas que existen en nuestro entorno, y de esta forma tratar de aprovecharlas creando estrategias que apoyen nuestro proyecto con el fin de lograr los objetivos planteados, y ver la factibilidad de la creación de una sucursal de Gova Exclusive

## **Capítulo I: Introducción**

### **1.1. Marco Conceptual: estado del arte y marco legal.**

#### **1.1.1. Estado del arte.**

Gova Exclusive es un negocio familiar que se creó en el 2013, el cual se dedica a la importación y comercialización de prendas de vestir de marcas americanas y europeas, el cual está ubicado en Cuenca-Ecuador, en el centro histórico, en las calles General Torres 8-65 entre la Simón Bolívar y Sucre, el local es arrendado.

Este negocio comenzó hace 27 años con el primer local llamado Wolf's Boutique, en el cual oferta prendas de vestir para caballeros de todas las edades, pero con la creación de Gova exclusive se diferenció entre jóvenes y adultos, y de esta forma se ganó más mercado, pero desde el año 2014 se empezó a importar y comercializar ropa para mujer, para disminuir costos y ganar más mercado.

En lo largo del tiempo, todos los negocios familiares que se dedican a la venta de prendas de vestir extranjeras, por lo general, traían la ropa en maletas las mismas que no pagaban impuestos, y no se declaraban en su totalidad cuando se vendían en los locales comerciales, lo que en un sentido era beneficioso, pero por el otro lado era un riesgo ya que con el pasar de los años y con el nuevo gobierno, estas prendas si no eran legalmente importadas, eran decomisadas por la Aduana del Ecuador, y se abría un proceso legal a la

persona que no cumplía con los requisitos de comercialización de productos de origen extranjero, y por esta razón en el año 2012 tomamos la decisión de convertirnos en importadores y de esta manera llevar todo de una manera tranquila y legal.

Nuestras principales marcas que importamos son: Hollister, American Eagle, Tommy Hilfiger, Náutica, Polo, Abercrombie, Aeropostale, H&M, Levi's, Kenneth Cole, Calvin Klein y Guess.

Con la competencia en la actualidad y con nuestro mercado reducido y la gran cantidad de negocios que también se dedican a la comercialización de marcas similares, hemos visto la necesidad de diferenciar y traer nuevas marcas a la ciudad, que capaz no son tan conocidas o comerciales, pero que también son de última moda, las cuales son: American Rag, On the Vallas, Who.A.U., Cotton On, Amplify, Unvibe, Buffalo y Bar III.

Tenemos en el mercado local nuestros proveedores locales que están situados en la ciudad de Quito-Ecuador, en el Centro Comercial Quicentro Norte, que son los locales de marcas europeas Zara, Bershka y Pull&Bear, las mismas que están en la vanguardia de la moda, las mismas que son las más apetecidas en nuestro mercado local de Cuenca.

En lo que tiene que ver con la línea para mujeres, importamos varias marcas americanas, las mismas que son las más buscadas en nuestro mercado, ya que desde que los precios en la ropa subieron por los impuestos, los negocios que se dedicaban a la ropa de mujer, empezaron a importar ropa de los Ángeles en estados unidos, en donde se compra al por mayor las prendas, y los precios son muy bajos, por lo que resulta importar los mismos.

En un análisis de la situación del negocio a mitad del 2015 vimos necesario la creación de un nuevo local comercial, dirigido para la línea de mujeres, ya que en la actualidad, la línea de mujeres se oferta en el local de Gova Exclusive, el mismo que tiene la imagen visual de un local de ropa para caballero, y esto hace que las mujeres no se interesen tanto entrar a nuestro local, lo que hace que la ropa de mujer no rote y ocupe también mucho espacio en nuestro local que si fuera de hombre tendría mayor espacio para exhibición y rotaría más las prendas de caballero.

### **1.1.2. Marco legal.**

El negocio se maneja como el Gobierno Nacional en la actualidad exige, realizando correctamente las importaciones, es obligada a llevar contabilidad, la misma que se realiza mediante un sistema contable llamado SOFI que es aprobado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). En el cual se maneja todos los movimientos contables de los dos locales comerciales, ya que están al mismo nombre o razón social, por lo que es un negocio que no evade impuestos y todos sus productos son legalmente importados.

Con respecto a las importaciones, tenemos la licencia de importador que la adquirimos en el año 2012, junto con el Toquen, que es la firma electrónica que nos certifica como importadores autorizados.

Para realizar la importación nosotros reunimos toda la mercadería, y la enviamos con nuestro etiquetador, el mismo que se encarga de detallarnos prenda por prenda para de esta forma presentar a la aduana el momento de que nuestra mercadería este en el país, y puedan calcular cuánto es el monto a pagar para poder nacionalizar la mercadería y retirarlas de la bodega, que por lo general realizamos este proceso en Guayaquil, en las bodegas de carga aérea.

## 1.2. Datos de ventas, importaciones, estado actual del negocio. Marco legal o situación actual del negocio.

**Balance a la fecha del negocio:**

**Tabla 1.** Balance General

<b>Balance General</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Nivel 0</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
ACTIVOS	ACTIVO	97243.85			
ACTIVOS	ACTIVO CORRIENTE		94496.06		
ACTIVOS	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO			51828.07	
ACTIVOS	CAJA				48251.81
ACTIVOS	BANCOS				3576.26

ACTIVOS	ACTIVOS FINANCIEROS			-1809.24	
ACTIVOS	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS				-1809.24
ACTIVOS	INVENTARIOS			16041.98	
ACTIVOS	INVENTARIOS DE SUMINISTROS O MATERIALES A SER CONSUMIDOS				16041.98
ACTIVOS	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS			5493.7	
ACTIVOS	ANTICIPOS A PROVEEDORES				5493.7
ACTIVOS	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES			22941.55	
ACTIVOS	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (IVA)				22014.44
ACTIVOS	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA (IMP. RENTA)				927.11
ACTIVOS	ACTIVO NO CORRIENTE		2747.79		
ACTIVOS	PROPIEDAD- PLANTA Y EQUIPO			2747.79	
ACTIVOS	SOFTWARE				2000
ACTIVOS	Maquinaria y Equipo				502.25
ACTIVOS	Equipo de Computación				245.54
<b>Subtotal</b>		<b>97,243.85</b>			
PASIVOS	PASIVO	-81576.46			
PASIVOS	PASIVO CORRIENTE		- 81576.46		
PASIVOS	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR			- 45189.76	
PASIVOS	LOCALES				- 45189.76
PASIVOS	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS			- 18607.93	
PASIVOS	LOCALES				- 18607.93
PASIVOS	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES			- 17778.77	
PASIVOS	CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA				- 20868.73
PASIVOS	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO				1377.91
PASIVOS	CON EL IESS				52.5
PASIVOS	POR BENEFICIOS DE LEY A				1659.55

	EMPLEADOS				
<b>Subtotal</b>		- <b>81,576.46</b>			
PATRIMONIOS	PATRIMONIO NETO	16327.15			
PATRIMONIOS	CAPITAL		16327.15		
PATRIMONIOS	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO			16327.15	
PATRIMONIOS	CAPITAL SOCIAL				16327.15
<b>Subtotal</b>		<b>16,327.15</b>			
		<b>31,994.54</b>			

Fuente: Sistema contable del negocio.

Como podemos observar en el balance general de la empresa a la fecha vemos que de utilidad de 31.994,54 dólares lo que es bueno para el negocio y esperamos que con las ventas de Diciembre incrementen notablemente y de esta forma terminar el año con números positivos y superiores al anterior año.

Como podemos observar en nuestro balance el negocio cumple con todas las obligaciones tributarias y laborales, y esperamos seguir creciendo aun mas, creando sucursales y manteniendo la iniciativa con la que empezó el negocio, de traer al mercado cuencano productos americanos y europeos de marcas reconocidas y de excelente calidad.

En la actualidad el negocio ha crecido de una forma notable, incrementado sus importaciones, ventas, y rotando su inventario más rápidamente como lo veremos en el siguiente cuadro.

**Tabla 2.** Compras, ventas, importaciones

	2012	2013	2014
<b>IMPORTACIONES</b>	---	43.013,74	63.256,60
<b>COMPRAS LOCALES</b>	12.304,92	20.788,01	81.261,81
<b>VENTAS</b>	29.002,43	53.214,60	167.103,20

Realizado por Andrés González Vásquez

En el tabla 2 señalamos al 2012 como punto de partida de nuestro análisis ya que en este año se empezó a importar una vez sacado todos los permisos necesarios, pero por varias decisiones del gobierno la importación del 2013, que se realizó para las festividades de navidad que es una fecha clave en el negocio de la ropa no se logró nacionalizar, tras varios intentos se pudo sacar la ropa de las bodegas de la Aduana en los mediados de Enero, lo cual fue perjudicial para el negocio, y se ven reflejadas en las ventas de todo un año.

En el mes de Junio del 2013 se toma la decisión de crear una sucursal la cual es Gova Exclusive, y se empieza a invertir más en el negocio realizando importaciones y comprando más mercadería a proveedores locales.

En el 2014 el negocio crece de forma que se invierte mucho más en compras nacionales, que son las marcas europeas antes mencionadas las cuales e empieza a vender muy bien, y la acogida del mercado crece cada vez más, por lo que se refleja un crecimiento en las ventas del 68.15% con respecto del 2013, pero lo que más tomamos en cuenta es de que las importaciones del 2014 incrementan ya que se empieza a dar más fluidez al

inventario, y sabemos que solo se realiza dos importaciones por año, es decir que somos conscientes que se va a vender cada vez más , pero al mismo tiempo se puede quedar la mercadería un poco ya que el espacio cada vez es menor para el volumen de prendas.

**Tabla 3.** Compras, ventas, importaciones 2015

	<b>HASTA NOVIEMBRE DEL 2015</b>
<b>IMPORTACIONES</b>	117.249,88
<b>COMPRAS LOCALES</b>	36.261,87
<b>VENTAS</b>	152.184,35

Realizado por Andrés González Vásquez

Como vemos en la tabla 3 las importaciones en el 2015 fueron un 46.05% más que el 2014, ya que el negocio empezó a importar nuevas marcas americanas, ya que la competencia en el mercado local trabajaban con las mismas marcas europeas, y las marcas americanas ya poco tenían los otros locales, por lo que vimos la oportunidad de diversificarnos de los demás con productos de calidad, y marcas de moda, por esta razón las compras nacionales disminuyeron en un 55.38% debido a la competencia en dichas marcas, y las ventas hasta noviembre del 2015 están a un 8,92% del anterior año, y tenemos proyectado que en el mes de diciembre vender entre los dos locales unos 55,000 dólares como mínimo, ya que el anterior año en el mes de diciembre que es el mes en el que más se vende, obtuvimos un total de 58.781,40 por lo que con la cifra que estamos estimando, las ventas en el año 2015 incrementarían en un 19,35% lo cual es bueno para el negocio y es aún más alentador saber que estamos por debajo de las expectativas de

ventas del anterior mes de diciembre del 2014, ya que en este año se ha logrado nuevos clientes.

Como podemos ver en la tabla, desde el 2012 que se comenzó a importar en el negocio hemos ido creciendo poco a poco, y por esta razón hemos visto la necesidad de crear una nueva sucursal, ya que cada vez las importaciones son más grandes y en relación al espacio de los locales y el ritmo de rotación de los productos es menor, por lo que lo mejor sería crear un nuevo local para de esta manera incrementar ventas, clientes y rotar más el inventario, ya que el problema en la actualidad en el negocio es el volumen de importación ya que si disminuimos la cantidad de prendas importadas, los costos van a subir y debido a los incrementos de los impuesto del gobierno en la actualidad no es rentable, y por esta razón si se importa más podemos abaratar costos, y aprovechar el beneficio de importar la cantidad de prendas sin un mínimo.

El beneficio de importar es de que se puede generar variedad en un local ya que con los métodos que se usaban antes, se traía lo más necesario y en pocas cantidades, y esto generaba que un propietario de un negocio tenga que viajar más veces para traer unas pocas maletas, y en cambio con la importación se viaja unas 3 veces al año y se trae una gran variedad de productos, en todas las tallas, modelos y con el plus que le damos en nuestro negocio que traemos lo que esta perchado, ya que podemos acceder a todas las tallas modelos y cantidades que requerimos, a comparación de antes que se buscaba las ofertas y se compraba lo más barato y lo que prácticamente esta pasado de moda. Por esta razón optamos por importar lo que está de moda en ese instante y llega a nuestros locales

en un máximo de 2 meses cuando esos productos todavía están en la página web de cada marca a la que les compramos.

A los proveedores nacionales antes ya nombrados, les compramos las prendas de vestir en los locales del centro comerciales, ya que es favorable para nosotros ya que no tenemos que realizar la importación de las prendas de estas marcas, y el dinero este amortizado hasta que llegue la carga al país, y vimos que es la mejor opción ya que solo llegamos al local de cada marca y escogemos las prendas necesarias y al siguiente día ya están exhibidas en nuestros locales, por lo que tenemos nuevos productos de una forma más rápida, ya que con la importación se demora mucho en llegar, por los procesos de etiquetado y aforo.

### **1.3. Análisis del mercado: situación actual de las tiendas del sector comercial de prendas de vestir.**

El mercado de la ciudad de Cuenca es muy reducido y la competencia cada vez es mayor, pero en relación a nosotros tenemos unos 5 competidores directos los cuales ofertan productos en mismas marcas que nosotros, por lo que hacen que cada local maneje precios y modelos diferentes, los mismos que detallaremos a continuación.

HKM Store, es un local que ya tiene más de 25 años en el mercado, el cuales uno de los más atractivos para los clientes ya que siempre ha estado con a la vanguardia de la moda, por lo que le ha hecho un local exclusivo, pero al mismo tiempo con los precios muy elevados, ya que por su nombre y tiempo en el mercado le permiten

manejarse de una forma diferenciada al resto. Está ubicado en la Gran Colombia entre Tárqui y General Torres, sus horarios de atención son de 10am a 13pm, y en la tarde desde las 15pm a 19:30pm. Y los sábados desde las 10am hasta las 18pm, no cierran a medio día, sus locales son propios y no pagan arriendo.

Ofertan marcas como Zara, Bershka, Pull&Bear, Antony Moratto, Massimo Dutti, Tommy Hilfiger, Polo, que son las mismas marcas que también ofertamos nosotros, pero los precios son casi el 50% más altos, por lo que hemos ganado varios clientes de este local. En la actualidad han decidido traer marcas colombianas y crear sus modelos con su marca, para tener todo tipo de precios, ellos también poseen una sucursal llamada Revolution, que oferta los mismos productos. Son importadores, y traen varias marcas en prendas de vestir y calzado lo que hace que tengan variedades de productos.

LEC, es un local ubicado en la General torres entre Gran Colombia y Simón Bolívar, este negocio oferta las siguientes marcas: Zara, Bershka, Pull&Bear, Antony Moratto, Cassini, H&M, y varias marcas panameñas y nacionales, y ha creado una línea con su nombre, este local de este negocio es propio por lo que no paga arriendo y por esta razón los precios de sus productos son bajos, maneja una política de precios en la que más ganan por cantidad de productos vendidos que por utilidad de prendas, el local es amplio y maneja también línea de mujer con similares marcas, ellos también son importadores pero las marcas importadas son desconocidas y las principales son adquiridas en los almacenes antes mencionados de la ciudad de Quito.

Este negocio tiene unos 4 años en el mercado, y tiene una amplia cartera de clientes por sus precios, sus horarios de atención son de 10am a 13pm y de 15pm hasta las 19:30pm y los días viernes y sábados no cierran a medio día.

Planet Store, es un negocio que ya tiene más de 25 años en el mercado, siempre ha tenido productos de marcas americanas, los mismas que le han hecho popular en nuestro mercado, más por su calidad, pero en la actualidad la mayoría de marcas americanas han perdido su favoritismo por las marcas europeas, que son más juveniles y de última moda, pero debido a su gran cartera de clientes, ellos se mantienen con sus marcas tradicionales, que son Gap, Guess, American Eagle, Aeropostale, Xios, etc. Las mismas que son importadas por ellos.

Poseen 2 locales en la ciudad el uno es ropa de hombre y el otro para mujeres, y están ubicados en la Gran Colombia entre General Torres y Padre Aguirre.

El local es propio y sus horarios de atención son de 10am a 13pm y de 15pm hasta las 19:30pm, y los sábados no cierran a medio día.

Sus precios son similares a los nuestros, pero con la diferencia de la gran variedad de productos, marcas y tallas que disponemos en nuestros locales, ya que ellos importan en pocas cantidades, y la ropa es muy clásica y los jóvenes ya no se sienten muy atraídos por sus productos.

Traffic Store, es un local que tiene ya unos 10 años en nuestro mercado está ubicado en la Gran Colombia entre Tárqui y General Torres, la mayor parte de su tiempo se dedicó a la venta de prendas de vestir de origen panameño y nacional, aunque al principio comenzó con marcas americanas, pero en la actualidad cambio de nuevo su línea y ahora comercializa marcas europeas y americanas similares a las que manejamos, por lo que también se han convertido en una competencia para nosotros, los precios son similares a los nuestros aunque la ventaja de ellos es la ubicación ya que la zona de más afluencia de personas que quieren comprar prendas de vestir de última moda es en la calle Gran Colombia entre Tarqui y General Torres, donde siempre se han ubicado los locales de ropa más populares, sus horarios de atención son de 10am a 13pm y de 15pm hasta las 19:30pm, y los sábados no cierran a medio día.

NOI tienda de ropa, en un negocio que tiene unos 7 años en el mercado, oferta varias marcas de ropa como son: Zara Pull&Bear, Guess, Bufallo, Calvin Klein, Kenneth Cole, pero se dedican más a la venta de casacas camisetas y pantalones en estas marcas, a precios muy altos con prendas similares a las nuestras, este local también oferta prendas de vestir para mujer, y está ubicado en la Simón Bolívar entre Presidente Córdoba y General Torres, y sus horarios de atención son de 10am a 13pm y de 15pm hasta las 19:30pm, y los sábados no cierran a medio día.

La mayoría de sus productos son adquiridos con proveedores locales, pero también son importadores, su local es arrendado y es muy amplio, y ha disminuido sus clientes debido a sus precios y poca variedad de prendas.

### 1.3.1. Foda de la competencia

**Tabla 4.** Situación externa

Oportunidades	Amenazas
Crear más sucursales en el mercado	El sistema de importaciones en la actualidad
Conocimiento de los gustos y referencias del mercado	Los centros comerciales en Cuenca

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 5.** Situación interna

Fortalezas	Debilidades
La mayoría de locales son propios	Nuevos competidores en el mercado
Tienen más tiempo en el mercado	La variedad de precios de los nuevos competidores.
La fidelidad de la mayoría de sus clientes	Mezclan la calidad de sus productos ejemplo marcas europeas con nacionales para abaratar precios.
Buena ubicación de sus locales	

Realizado por Andrés González Vásquez

## 1.4. Análisis Foda de Gova Exclusive

### 1.4.1. Conceptos teóricos.

Para comprender más la matriz FODA nos mencionan lo siguiente:

Proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas. (Ponce, 2006, párr.2.)

Hay que tener en cuenta de cómo definir de los objetivos estratégicos para poder realizar un proceso de planeación estratégica.

El proceso de planeación estratégica, se orienta a las áreas de resultados claves y se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de las amenazas atendido oportunamente y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la Misión y la Visión de la organización.

El proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de

las amenazas atendido oportunamente y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la misión y la visión de la organización.

El análisis DAFO logra anticipar oportunamente las acciones que será necesario aplicar en cada posible escenario, permite desarrollar una estrategia efectiva que asegure el cumplimiento de la misión y la visión y, por tal razón, constituye una herramienta efectiva que facilita la apreciación objetiva de la situación y la correcta toma de decisiones. (Días & Matamoros, 2011, párr. 11-12.)

#### **1.4.2. Análisis de fortalezas, amenazas, oportunidades, debilidades,**

##### **Fortalezas:**

- Ser importadores registrados.
- Las importaciones que realiza la empresa son variadas y traen los productos más nuevos del mercado americano y europeo.
- La experiencia en el mercado cuencano, gustos y preferencias.
- La atención al cliente es diferenciada, los propietarios tratan con los clientes.
- Abarcamos los segmentos de jóvenes, adultos, y mujeres.
- El momento de comprar nuestros productos para importarlos lo realizamos en dólares, y los comercializamos en dólares.

##### **Debilidades:**

- Los locales son arrendados por lo que tenemos que tener en cuenta en nuestros precios.
- Las importaciones se demoran casi 2 meses en nacionalizarse.
- La competencia en el mercado local cada vez a optado por vender marcas similares por lo que se tiene que competir mucho en precios.
- No contamos con campañas publicitarias.

**Oportunidades:**

- Debido a la importación podemos comprar cantidades grandes de ropa y tener variedad de productos en todas las líneas.
- Debido a las leyes del gobierno la mayoría de locales comerciales de prendas de vestir, se les hace difícil traer prendas americanas al mercado ya que no son importadores, por lo que ahora están ofertando productos de otros países que ya no son de marcas populares, por lo que nos beneficia.
- En el futuro tenemos la oportunidad de hacernos distribuidores.

**Amenazas:**

- El gobierno no está a favor de las importaciones de todo tipo de productos.
- Se agreguen más impuestos a las importaciones lo cual haría que se eleven los precios aún más.
- Cambio de moneda en el país.

**Tabla 6.** FODA Situación externa

Oportunidades	Amenazas
Importar en grandes cantidades	El gobierno actual está en contra de los productos importados.
Solo se puede comercializar en el país productos legalmente importados	Incremento en los impuestos a las importaciones.
Ser distribuidores en el futuro.	Cambio de moneda en el país.

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 7.** FODA Situación interna

Fortalezas	Debilidades
Ser importadores registrados.	Los locales son arrendados
Las importaciones que realiza la empresa son variadas	Las importaciones se demoran casi 2 meses en nacionalizarse.
La experiencia que tiene el negocio en el mercado cuencano.	La competencia en el mercado local
Abarcamos los segmentos de jóvenes, adultos, y mujeres.	No contamos con campañas publicitarias.

Realizado por Andrés González Vásquez

**Estrategia 1:** Estar actualizado con las nuevas normas del gobierno ya que es el principal influyente en los negocios en la actualidad, y según esto establecer cantidades óptimas a importar para no incrementar de una forma innecesaria el inventario.

**Estrategia 2:** Tener un rango de precios de productos a importar establecido, ejemplo: comprar camisetas máximo a 10 dólares, para que una vez nacionalizadas nos cueste 18 como máximo.

**Estrategia 3:** Buscar nuevas marcas que sean accesibles con nuestros rangos de precios y que sean de última moda, para que los clientes tengan más opciones y que se relacionen más con nuestros locales.

**Estrategia 4:** mejorar la atención al cliente, ya que esta es fundamental para que las ventas incrementen, enviándoles a capacitaciones, creando un manual de atención al cliente, y sus funciones en el trabajo.

**Estrategia 5:** Crear campañas de comercialización / publicidad para dar a conocer mucho más nuestros negocios y productos que ofertamos, para generar mayores ventas, manejando mas las redes sociales, propagandas en las estaciones de radios mas sintonizadas, generando concursos para que nuestra marca se difundo mucho más en el mercado.

### **Conclusiones.**

Después de haber expuestos todos los datos del negocio, y haber analizado su situación actual, sus competidores, su mercado, y el entorno, podemos obtener como resultado la necesidad de crear una nueva sucursal, ya que con la creación de Gova exclusive, el negocio creció notablemente, y de acuerdo a la capacidad de importaciones que realiza el negocio vemos factible la creación de un local para

prendas de vestir de mujeres, y de esta forma dividir tanto en prendas para hombres y mujeres, y tener mayor espacio en Gova Exclusive en donde se exhiben estas prendas para mujer.

Con respecto a la competencia vemos que la estrategia de comercializar nuevas marcas ha dado resultado y nos hemos diferenciado del resto de negocios creando un valor adicional al negocio, el cual es importar marcas de calidad a buenos precios y que están a la vanguardia de la moda, y dejamos que el resto de negocios compitan entre ellos por sus precios en sus mismas prendas, u nosotros podamos jugar libremente con los nuestros.

Analizando el FODA del negocio, vemos que hay la necesidad de crear campañas publicitarias de nuestro negocio y los productos que tenemos ya que en la actualidad el marketing en un negocio es una pieza clave, y también la necesidad de crear rangos de precios para las prendas a importar para de esta forma poder equilibrar los precios con la demanda del mercado.

## **Resumen**

En el primer capítulo hablamos de la historia del negocio, indicando que se formó hace unos 27 años, el mismo que se dedica a la venta prendas de vestir americanas, y con el pasar del tiempo y de acuerdo a las nuevas exigencias del gobierno se empezó a importar y comercializar las prendas de vestir americanas y europeas. En el año

2013 se crea una sucursal llamada Gova exclusive, en la que se empieza a comercializar prendas de vestir más para jóvenes que usan marcas de última moda, y con el tiempo se empezó a importar ropa de mujer la misma que se exhiben en Gova, pero últimamente se ve la necesidad de crear una sucursal exclusiva para prendas de vestir para mujeres, y crear mayor número de ventas rotar más el inventario, y generar mayor utilidad al negocio.

También se analizó al entorno del negocio que son la competencia, proveedores, clientes, para obtener los puntos más sobresalientes de cada uno de ellos, y de esta manera poder realizar un análisis FODA más preciso y detallado.

## Capítulo II: Análisis del mercado

### 2.1. Definición de metodología:

Investigación de mercado: “Estos estudios proporcionan información veraz y directa acerca de lo que se puede hacer en el nuevo proyecto con el fin de tener el máximo de probabilidades de éxito cuando el nuevo producto salga a la venta” (Baca, 2011: -15).

Para el proyecto de la implementación de una sucursal de gova exclusive utilizaremos la investigación descriptiva en la cual realizaremos encuestas a la muestra que obtengamos según los resultados obtenidos en el sistema llamado REDATAM que tienen todos los datos de poblaciones por sectores y zonas registrados en el último censo que se realizó en el 2010. Como indicaremos en el siguiente cuadro.

**Tabla 8.** Datos INEC.

<b>CEPAL/CELADE Redatam+SP 11/30/2015</b>			
<b>Base de datos</b>			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
<b>Filtro</b>			
VIVIENDA.UR=1			
<b>Área Geográfica</b>			
INLINE SELECTION			
<b>Crosstab</b>			
de Edad			
por Sexo			
<b>AREA</b>	<b>#</b>		
<b>010150</b>		<b>CUENCA</b>	
<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>		
	Hombre	Mujer	<b>Total</b>

17	54	75	129
18	71	79	150
19	62	78	140
20	65	81	146
21	68	72	140
22	65	72	137
23	56	81	137
24	64	99	163
25	72	90	162
26	80	64	144
27	63	66	129
28	76	66	142
29	48	51	99
30	57	60	117
31	40	63	103
32	42	58	100
33	44	50	94
34	44	64	108
35	40	50	90
36	39	45	84
37	44	46	90
38	39	60	99
39	28	56	84
40	35	44	79
41	35	44	79
42	33	51	84
43	35	49	84
44	40	50	90
45	36	43	79
TOTAL	1475	1807	3282

Fuente: Sistema Redatam

En la tabla 8 es el resultado de la búsqueda del número de personas por edad en las zonas 31 y 41 que abarcan el sector del centro histórico entre las calles Sangurima hasta la Sucre y desde la Tarqui hasta la Mariano Cueva, donde tenemos pensado la implementación del nuevo local comercial, al resultado obtenido lo dividimos entre

hombres y mujeres desde los 17 años de edad hasta los 45 años, indicando que nos dedicaremos solamente al segmento de mujeres ya que es nuestra área de estudio.

Con la siguiente información procederemos a sacar la muestra para ver exactamente el número de encuestas que necesitamos hacer para obtener la información para nuestro trabajo.

Desviación estándar: 0,5 está por definir.

Probabilidad: (95%) = Z: 1.96

Error: 5%

Población: 1807

$$n = \frac{N(ds)(z^2)}{(N-1) + (ds^2)(Z^2)} = \frac{1807(1,96)^2 \times 0,95(1-0,95)}{(0,05)^2 \times 1806 + (1,96)^2 \times 0,95(1-0,95)}$$

$$n = \frac{329,73}{4,69} = 70,30 //$$

$$n = \frac{329,73}{4,69} = 70,30 //$$

$$4,69$$

Una vez obtenido nuestra muestra procederemos a elaborar nuestra encuesta en la que tomaremos varios puntos en cuenta como son; edad, nivel de ingresos, preferencias en marcas, prendas más apetecidas, formas de pago, frecuencia de compra, definir nuestra competencia, etc.

Para esto la encuesta se la realizara a mujeres en la Ciudad de Cuenca en las afueras de la Universidad del Azuay, Universidad de Cuenca, y en el Centro Histórico.

Se definieron realizar 200 encuestas según la muestra obtenida, las mismas que serán tabuladas en el Programa Microsoft Excel, y se las analizara y explicara mediante gráficos de porcentajes y cantidades para entender mejor los resultados obtenidos.

### **2.1.1. Elaboración de la encuesta.**

#### **Encuesta para la implementación de un local de ropa para mujer en la ciudad de Cuenca**

##### **Datos personales: Edad:**

16 - 20 años  21 - 25 años  26 - 30 años

31 - 35 años  36 - 40 años

##### **Ocupación:**

Profesional  Estudiante  Ama de casa

##### **Nivel de ingresos:**

\$0 a \$349  \$350 a \$500  \$501 a \$800  \$801 en adelante

**Información:**

**¿Compra UD. Ropa de marcas americanas y europeas?**

Si

No

**¿Con que frecuencia compra la ropa de marca? (si la respuesta es no, fin de la encuesta)**

1 vez al año

2 veces al año

3 veces al año

Más veces

**¿Qué cantidad de dinero destina en cada compra de prendas de vestir?**

\$10 a \$100  \$101 a \$150

\$151 a \$200  \$200 en adelante

**¿El momento de realizar su pago lo cancela en efectivo o con tarjeta de crédito?**

Efectivo  Tarjeta de Crédito

**¿En qué lugares prefiere adquirir sus prendas de vestir?**

Centros Comerciales  Centro histórico de Cuenca

**¿En qué almacén ha adquirido sus prendas de vestir? Escoger 1 como primera opción y 6 como la última opción.**

Ank Zach\_\_\_ Divad Closet\_\_\_ Vanidades\_\_\_ Naf Naf\_\_\_ Lucani\_\_\_ Sweet&Sexy\_\_\_

**Por favor indique en orden de importancia, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?**

Precio  Marca  Calidad  Diseño  Comodidad

**¿Qué prenda de vestir compra UD. con mayor frecuencia? Señale las 2 más frecuentes**

Vestidos  Blusas  Camisetas  Tacos o zapatos  Falda  Pantalón

Shorts  Chompas  Chaquetas  Ropa Interior  Sacos

**¿Le parece de buena calidad la ropa de mujer que se vende últimamente en la mayoría de locales de Cuenca?**

Si

No

**¿Le gustaría tener una nueva opción para comprar su ropa de marca?**

Si

No

## **2.2. Estudio del mercado:**

Estudio de mercado: “Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados” (Baca, 2011: 14).

Para este estudio de mercado hemos visto importante definir las preferencias y gustos de los compradores de prendas de vestir en la ciudad de Cuenca, y determinar en qué locales compran más las mujeres su ropa.

También analizaremos la situación actual del mercado es decir oferta y demanda de locales comerciales y clientes, de esta forma recopilar más información que sirva más a la investigación.

### **2.2.1. Análisis de la oferta**

En el sector del Centro Histórico de Cuenca específicamente entre las calles gran Colombia hasta la calle Sucre y desde la calle Tarqui hasta la calle Borrero, se encuentran ubicados los locales de ropa para mujeres más populares en la ciudad, pero como es de conocimiento muchos almacenes nuevos se han ubicado en los Centros Comerciales, ya que cada vez los mismo toman mayor fuerza y acogida por los ciudadanos de Cuenca, lo que ha provocado que varios locales como son

Vanidades, Ank Zach, Divad Closed, VateX, que son los más conocidos en el Centro Histórico, han creado sucursales en los Centros Comerciales como son: Mall del Río, Monay Shopping, Centro Comercial el Vergel, los cuales tienen mayor afluencia de personas, pero al mismo tiempo estos locales han tenido que empezar a importar para poder tener sus inventarios estables.

Varios locales comerciales de prendas de vestir en el país, y específicamente a los locales pequeños, se han visto en la obligación de volverse importadores, pero con la experiencia de años anteriores con el tema importaciones, ven que para la capacidad de sus locales realizar una importación es muy complejo ya que sus costos son mayores, y no representa una buena utilidad frente a lo que es un trámite de importación, que lleva tiempo, recursos invertidos, y la inseguridad en la que está el país en este momento con el tema aranceles.

### **2.2.2. Análisis de la Demanda del sector**

Con respecto a la demanda de los consumidores en nuestro sector vemos una ventaja y al mismo tiempo una oportunidad de hacer crecer nuestro negocio ya que tenemos experiencia en las importaciones y tenemos la capacidad para realizarlas, creando una sucursal correctamente ubicada, y con marcas exclusivas, ya que por el hecho de que las prendas de vestir están gravadas con impuestos y aranceles altos, la mayoría de importadores de prendas de vestir para mujeres empezaron a importar ropa de mala calidad y de precios bajos para poder regular los costos y tener precios accesibles en

nuestro mercado. En un comienzo dio resultado porque la ropa era de modelos actuales, y precios accesibles, pero con el tiempo se notaba la mala calidad, por lo que el mercado acostumbrado a los productos americanos, poco a poco ha vuelto a crear esa necesidad de prendas de vestir de marca, y por esta razón nosotros queremos crear un local que tenga ropa de marcas reconocidas internacionalmente y a precios accesibles.

En la actualidad la mayoría de locales de ropa de vestir de mujer se ven en la necesidad de ofertar productos de bajo costo lo que implica adquirir proveedores de menor calidad y de marcas desconocidas para reducir gastos y al mismo tiempo evitarse la molestia de realizar los trámites de importación, y por esta razón el mercado cuencano está creando la necesidad de buscar locales de ropa de marca o que sean prendas de calidad sin importar el origen, lo cual es difícil encontrar en la actualidad.

Con los cambios que se han dado en el mercado la mayoría de negocios buscan expandirse creando locales en centros comerciales de la ciudad, ya que con el pasar del tiempo los mismos están teniendo mayor acogida de la gente, ya que en el centro histórico el mayor problema es el parqueo y el tráfico, por lo que las personas buscan la comodidad que brindan los centros comerciales.

### **2.2.3. Análisis de precios del sector.**

Para tener una idea de cómo se manejan en la actualidad les presentamos el siguiente cuadro:

**Tabla 9.** Precios de ropa según procedencia

	<b>Ropa de los Ángeles, Colombia o Perú</b>	<b>Ropa de marcas americanas y europeas en nuestro local.</b>
Blusas	\$35	\$42
Pantalones	\$60	\$85
Zapatos	\$50	\$80
Chompas	\$54	\$68
Casacas	\$65	\$80

Realizado por Andrés González Vásquez

Podemos observar que los precios de la competencia a comparación de mis precios no tienen una gran diferencia, a pesar de que los nuestros son de marca y de buena calidad, y por esta razón en el último año hemos tenido gran acogida en el segmento de ropa de mujer, y vemos factible la implementación de una sucursal de ropa de mujer, y hay que tomar en cuenta que los precios están gravados con la salvaguardia que está vigente en la actualidad, lo que encarece un poco nuestras prendas, y esperamos que para el próximo año con la eliminación de este arancel o impuesto, se reduzcan los costos un 35%, lo que vendría a ser el 45% al 50% que se manejaban antes.

En el cuadro presentamos costos de prendas importadas desde Colombia, los Ángeles y Perú, ya que en estos mercados encontramos centros comerciales en donde las prendas se comercializan al por mayor, es decir que en tan solo 3 días de compras una persona dependiendo del volumen de compras puede abastecer a unos 3 locales mínimo, y es por esta razón varios negocios de prendas de vestir en el Ecuador han creado varias sucursales, y han crecido de una forma acelerada, y con la facilidad de renovar inventario cada dos o tres meses, lo que normalmente un negocio pequeño lo hace 2 o máximo 3 veces al año y con cantidades pequeñas.

#### **2.2.4. Estrategias de comercialización de la competencia.**

La mayoría de locales de ropa de mujer en la actualidad han decidido generar descuentos como lo hacen los almacenes de ropa de marcas, es decir dar un 20% o 30% de descuento en varios productos por final de temporada que llaman cuando se cambia de colección, ejemplo la ropa de verano tiene un 30% de descuento ya que ahora estamos en otoño.

Otra de las promociones que hemos adoptado es el Black Friday que se lo realiza por lo general en los Estados Unidos por motivos de celebración del día de acción de gracias, esta fecha por lo general los locales comerciales llenan sus productos de muy buenos descuentos los mismos que llaman la atención de los clientes.

Los descuentos en fechas especiales como son San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre, Navidad y Fin de Año, que son básicamente donde hay más movimiento de gente en el centro de cuenca y los almacenes aprovechan para vender los productos que no se venden.

Otro recurso que se utiliza por la mayoría de locales son las redes sociales en la cual manejar promociones y descuentos, publicar sus nuevos productos, indicar nuevos estilos de vestir, es decir todo lo que está de moda en la actualidad.

Los locales mas grandes o con mayor trascendencia utilizan también los medios de comunicación como son la prensa escrita o periódico y las estaciones de radio más populares, y de esta forma generar una campaña publicitaria con mas acogida, para crear más valor al negocio.

#### **2.2.5. Estrategias de comercialización de nuestro negocio.**

Como nuestro local seria nuevo, lo primero que se aplicaría seria la difusión de nuestro nombre en las redes sociales y mediante volantes en puntos estratégicos de la ciudad y de esta forma darnos a conocer e indicar lo que ofrecemos al público.

Crearíamos una campaña publicitaria en la cual se creen promociones y descuentos en todas las compras por apertura del local, en la cual invitaríamos a familiares, amigos, y personas interesadas a conocer nuestra nueva sucursal y de esta forma generar la

difusión de nuestro nombre con el boca a boca que es una de las estrategias de publicidad más importante.

Crear una base de información de clientes con sus nombres y direcciones electrónicas, y de esta forma personalizar nuestro servicio ofreciéndoles descuentos especiales por su fidelidad, y de esta forma informarles también de la actualidad de nuestro negocio, productos nuevos promociones, premios y descuentos.

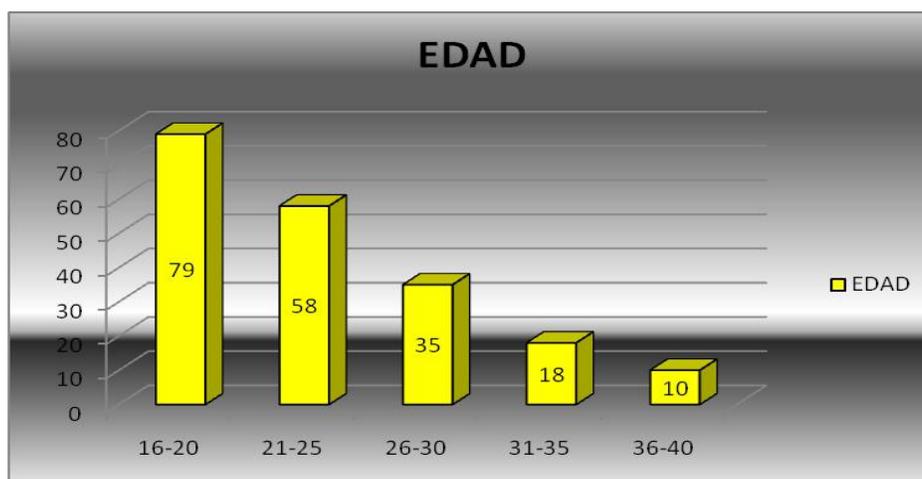
Generar una tarjeta de afiliado para que las personas se involucren mas con nuestros locales y nos prefieran en el momento de realizar sus compras, generando así un valor extra al negocio, y ayudando de otra manera a incrementar las ventas.

### **2.3. Procesamiento de la información**

#### **Resultados de las encuestas**

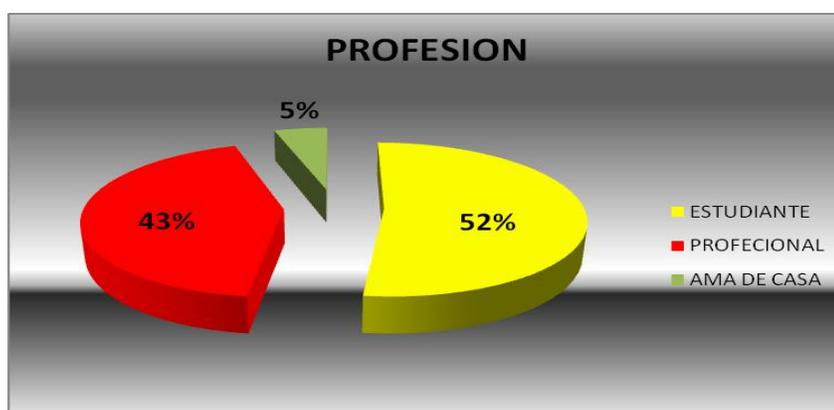
Datos Personales

Edades de la muestra:

**Gráfico 1. Edad**

Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos observar en el gráfico 1 la mayoría de encuestas fueron realizadas a mujeres entre los 16 a 20 años de edad, ya que ellas son las que más quieren estar a la moda, le siguen las mujeres entre los 21 a 25 años que son también las que tienen más ingresos y pueden adquirir más ropa.

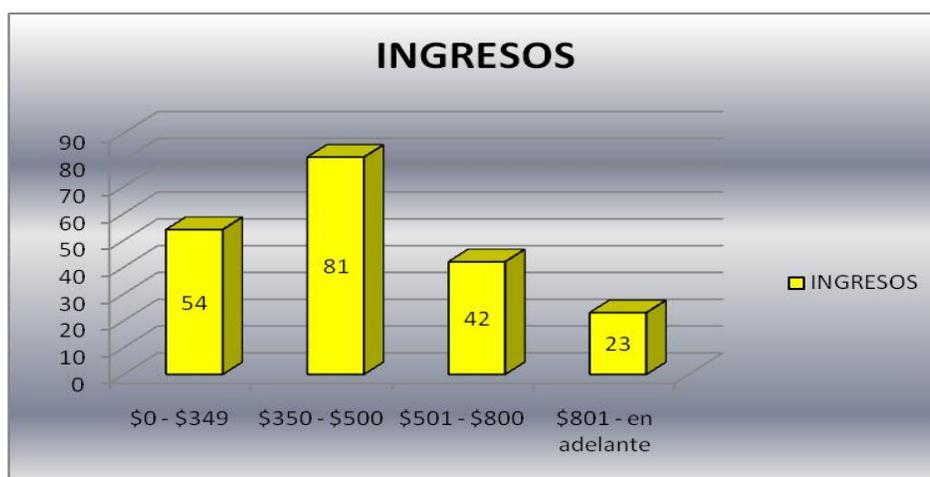
**Gráfico 2. Profesión**

Realizado por Andrés González Vásquez

En este grafico 2 observamos que el 52% de encuestados son estudiantes de la ciudad de Cuenca, los mismos que son los que les gusta comprar ropa a la moda.

Nivel de ingresos.

**Gráfico 3.** Nivel de ingresos



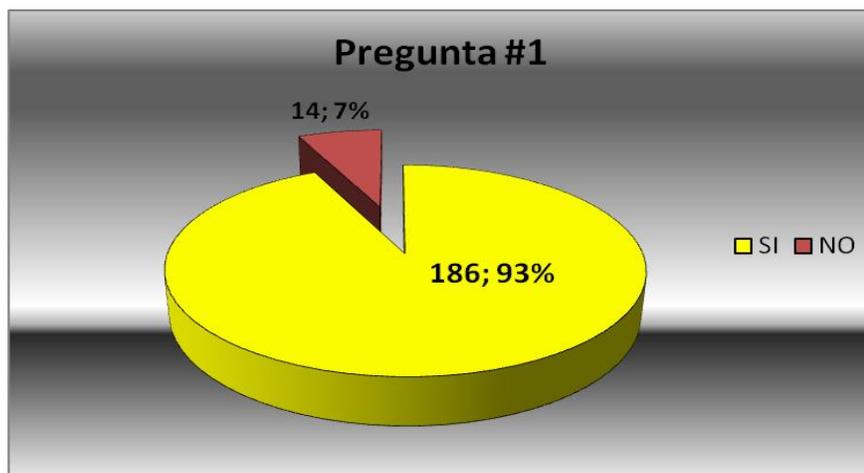
Realizado por Andrés González Vásquez

En el grafico 3 podemos ver que la mayoría de encuestados tienen ingresos, y son personas que tienen trabajos fijos o medio tiempo, por lo que tienen la posibilidad de gastar en ropa.

Encuesta:

Pregunta #1

¿Compra Ud. Ropa de marcas americanas y europeas?

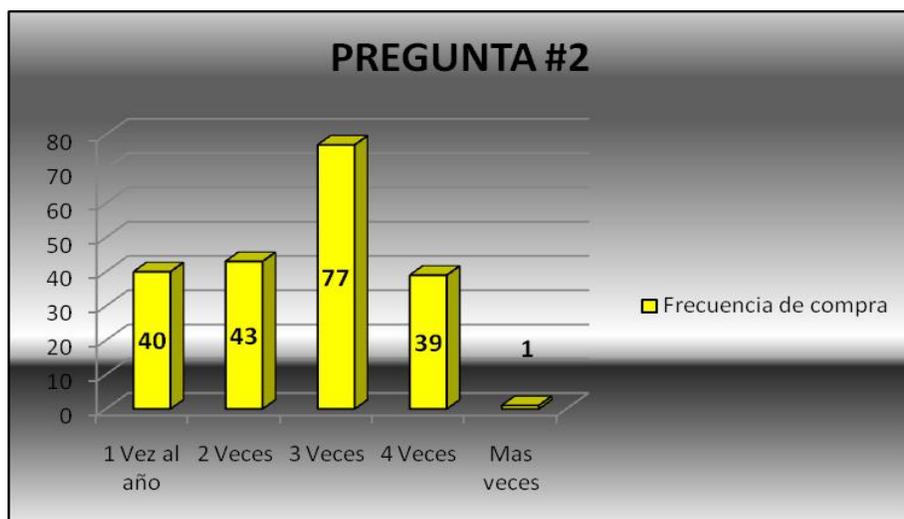
**Gráfico 4. Pregunta #1**

Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos ver en el gráfico 4 la mayoría de encuestados que son el 93% de nuestra muestra compran ropa Europea y Americana, por lo que vemos accesible nuestra idea de crear una sucursal de Gova Exclusive.

Pregunta #2

¿Con que frecuencia compra la ropa de marca?

**Gráfico 5. Pregunta #2**

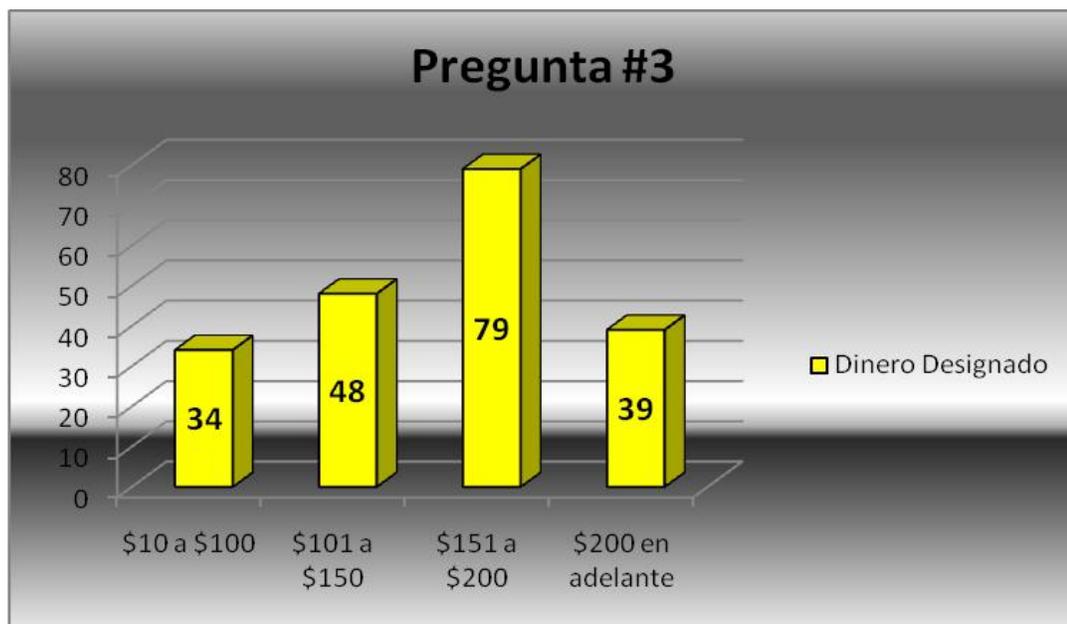
Realizado por Andrés González Vásquez

En el gráfico 5 podemos ver que a la frecuencia de comprar ropa de los encuestados es accesible para un negocio, y como observamos en los gráficos 5 y 6 la mayoría compra 3 veces al año ropa de marca lo que es un 38% de nuestra muestra.

Pregunta #3

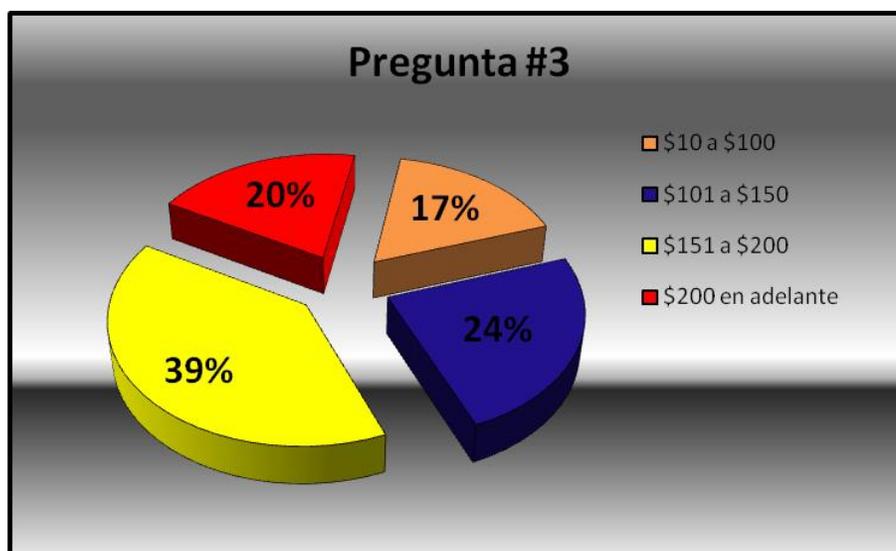
¿Qué cantidad de dinero designa en cada compra de prendas de vestir?

Gráfico 6. Pregunta #3



Realizado por Andrés González Vásquez

Gráfico 7. Pregunta #3



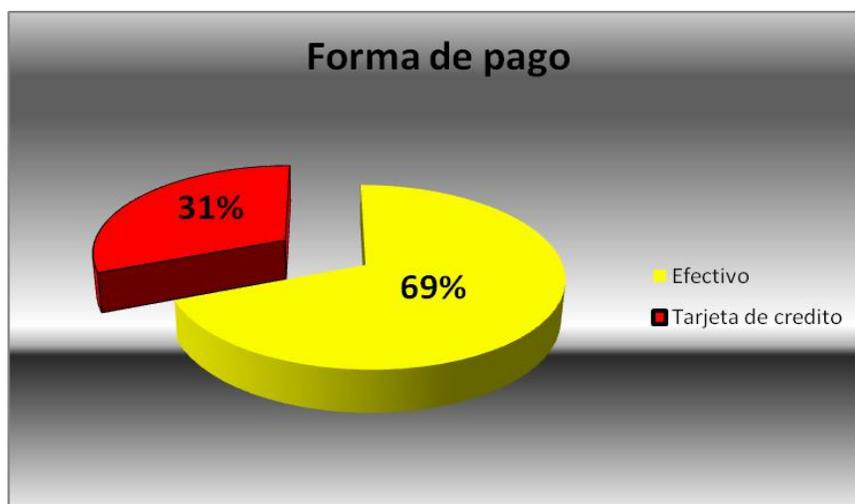
Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos ver en el grafico 6 y 7 la mayoría de encuestados designan de \$151 dólares a \$200 dólares para sus compras de ropa, lo que es un dato positivo para nosotros ya que en un 39% de la muestra lo cual es un valor alto para el mercado cuencano.

#### Pregunta #4

¿El momento de realizar su pago lo cancela en efectivo o con tarjeta de crédito?

**Gráfico 8.** Pregunta #4



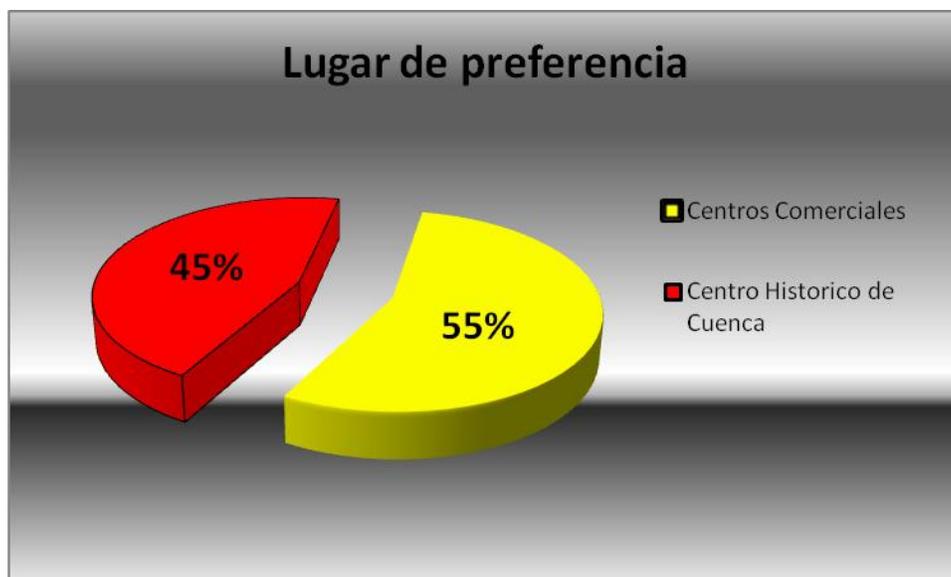
Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos observar el en grafico 8 al 69% de los encuestados prefieren realizar sus compras en efectivo, ya que son jóvenes y aun no todos tienen tarjetas de crédito, lo cual es positivo para nuestro negocio ya que con tarjeta los bancos se llevan comisiones y nuestra ganancia se reduce aún más.

## Pregunta #5

¿En qué lugares prefiere adquirir sus prendas de vestir?

**Gráfico 9.** Pregunta #5



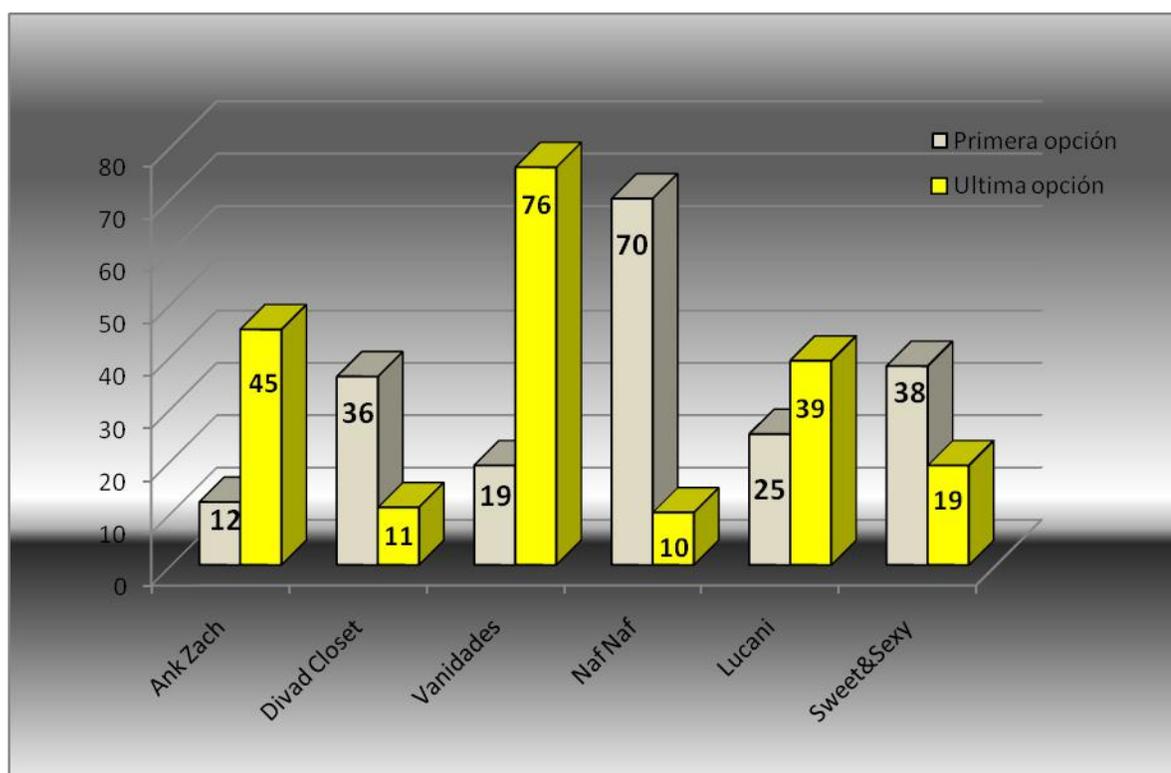
Realizado por Andrés González Vásquez

El gráfico 9 nos indica que en la actualidad la tendencia de ir de compras a un centro comercial en Cuenca cada vez es mayor, por lo que sería una buena alternativa la creación de la sucursal de Gova Exclusive en un centro comercial como puede ser el Mall del Río, o el Monay Shopping, ya que como observamos el 55% de nuestros encuestados prefieren centros comerciales, aunque la tendencia del centro histórico no es tan desfavorable en nuestra encuesta.

## Pregunta #6

¿En qué almacén ha adquirido sus prendas de vestir? Escoger 1 como primera opción y 6 como la última opción.

Gráfico 10. Pregunta #6



Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos observar en el gráfico 10 la mayor competencia que tenemos es la tienda de ropa Naf Naf que está ubicada en el Mall del Río, y es la que mayor preferencia del mercado femenino tiene, y una de nuestras menores competencias es Vanidades, ya que es un almacén más especializado en ropa de señoras, y ya no están ofreciendo ropa de marca o calidad.

### Pregunta #7

Por favor indique en orden de importancia, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir sus prendas de vestir?

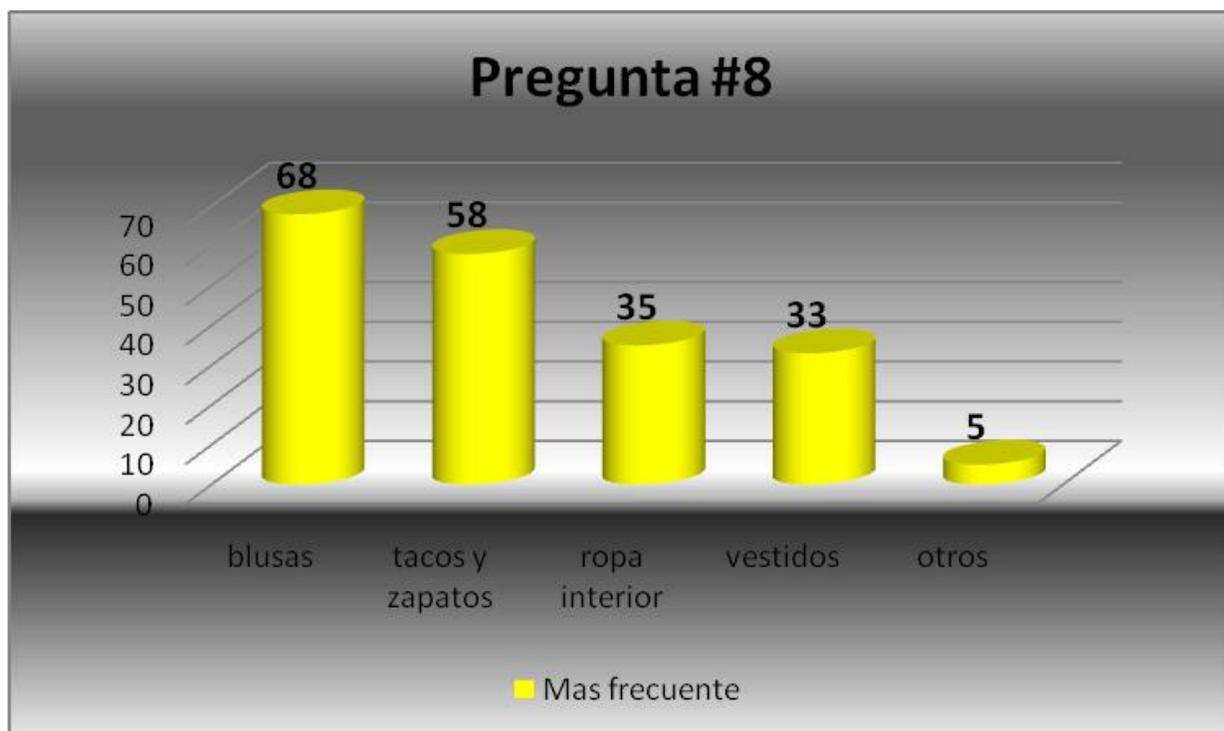
**Gráfico 11.** Pregunta #7



Realizado por Andrés González Vásquez

### Pregunta #8

¿Qué prenda de vestir compra UD. con mayor frecuencia? Señale las 2 más frecuentes

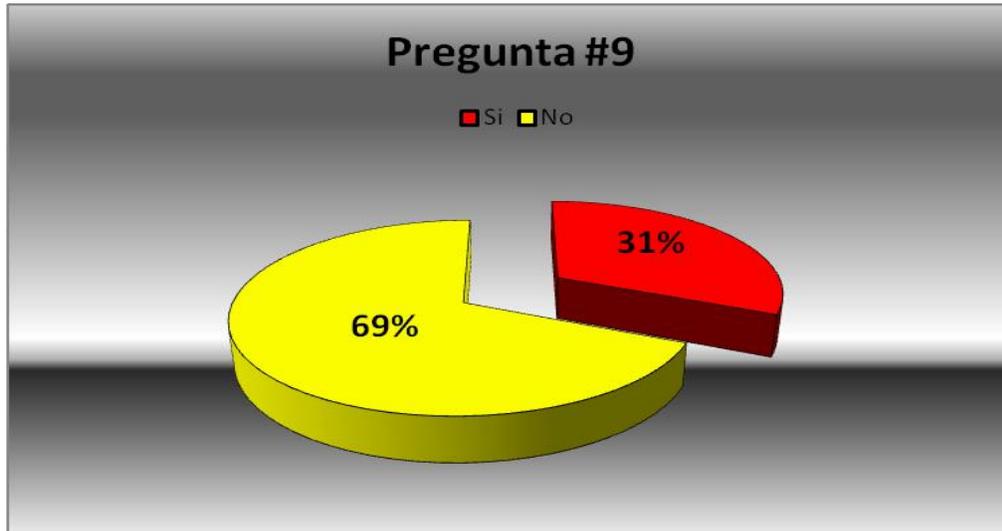
**Gráfico 12. Pregunta #8**

Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos ver en el gráfico 12 las blusas son el producto de más consumo por las mujeres ya que por el precio y la variedad de modelos que hay, ellas siempre tienen que estar cambiando, por lo que es uno de los productos más vendidos en los locales de ropa de mujer.

Pregunta #9

¿Le parece de buena calidad la ropa de mujer que se vende últimamente en la mayoría de locales de Cuenca?

**Gráfico 13. Pregunta #9**

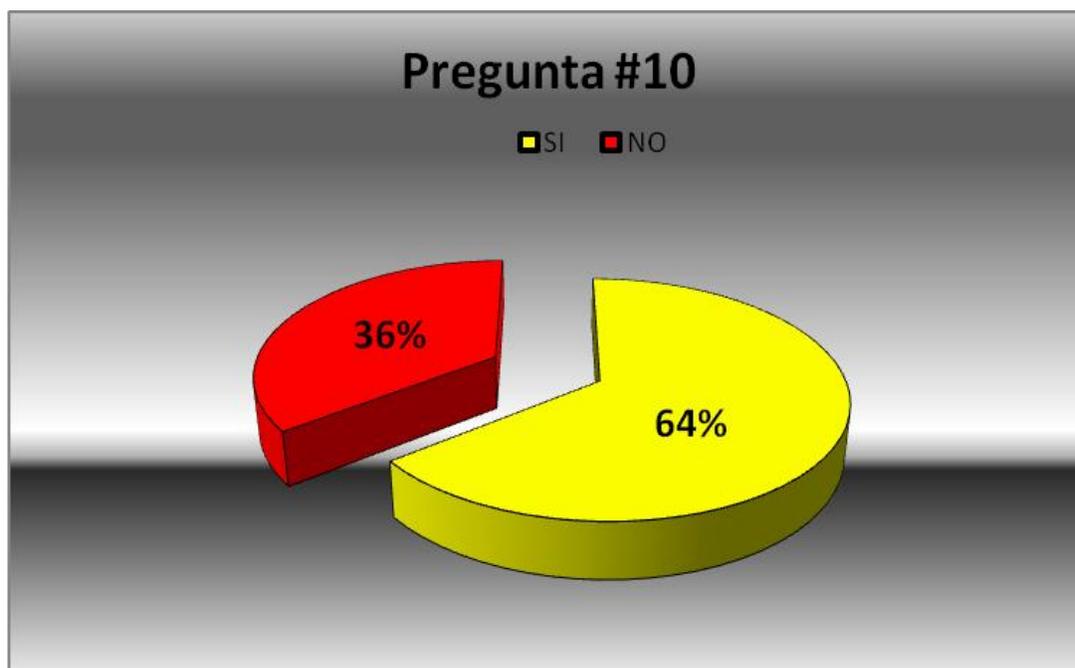
Realizado por Andrés González Vásquez

En el gráfico 13 podemos observar que en el mercado de Cuenca la gente ya no tiene mucha aceptación por las prendas de vestir que se comercializan en la actualidad ya que ahora se importa prendas de menor calidad y de marcas no reconocidas o de menor prestigio.

Pregunta #10

¿Le gustaría tener una nueva opción para comprar su ropa de marca?

Gráfico 14. Pregunta #10



Realizado por Andrés González Vásquez

Como podemos apreciar en el gráfico #14 el 64% de los encuestados quisieran tener una nueva opción donde comprar sus prendas de vestir, por lo que creemos que es una buena opción para nosotros la creación de una nueva sucursal.

#### **2.4. Resultados del estudio de mercado: estrategias de mercado a partir de la investigación.**

Estrategia #1

Crear una sucursal de Gova Exclusive dedicada a la comercialización de prendas de vestir para mujer, ya que en este mercado la aceptación sería buena , ya que con los cambios y decisiones políticas de nuestro país, la facilidad de ofertar productos de marcas y calidad, es difícil ya que por la implementación de nuevos impuestos y el incremento en los aranceles de productos importados, ha encarecido mucho sus costos, y por ende es precios de venta al público, por esta razón los clientes prefieren prendas de menor costo, pero eso implica de menor calidad, por lo que proponemos un local de ropa de mujer de prendas de marcas reconocidas americanas y europeas.

#### Estrategia #2

Según la demanda del mercado de mujeres vemos que son buenas compradoras, por lo que vemos factible crear varias promociones y descuentos para poder de esta forma incrementar sus niveles de consumo ya que creemos que, con varias promociones y descuentos atractivos, visitarán más nuestro local, en el cual cada 2 meses tendíamos planeado incorporar nuevas líneas o colecciones de ropa para crear fidelidad a nuestros clientes.

#### Estrategia #3

Trataríamos de implementar nuestra sucursal en un centro comercial ya que, por los resultados obtenidos en las encuestas, vemos rentable un local en un centro comercial, ya que por la comodidad de nuestros clientes nos visitarían más seguido.

#### Estrategia #4

La creación de nuestras tarjetas de socios para de esta forma tratar de que nuestros clientes gasten más en nuestros locales, ofreciendo descuentos y promociones, en las que solamente siendo afiliado podría acceder, lo que le da un valor extra a la empresa, y de esta forma creamos una base de datos y de esta forma estar más conectados con los clientes.

#### Estrategia #5

Vemos que nuestra competencia es fuerte ya que por la antigüedad y el nombre ya ganado en el mercado, pero con el pasar del tiempo los clientes buscan algo más, algo que vemos posible ofrecer, eso sería la calidad en las prendas y el incorporar nuevamente al mercado todas las marcas más reconocidas, a buenos precios y con la ventaja de ofrecer productos de colecciones actuales, y no como se hacía en el pasado , que se les ofertaba productos pasados de moda o comprados en los llamados outlets que no son más que centros comerciales a donde se envían productos con fallas o antiguos.

#### Estrategia #6

En la actualidad la competencia en nuestro mercado está a tope ya que como Cuenca es una ciudad pequeña y los lugares de comercio son muy cercanos, creemos conveniente crear una campaña publicitaria en la que difundamos el nombre de nuestro local en las redes sociales, prensa escrita y en las estaciones de radio más populares de la ciudad.

### Estrategia #7

En la actualidad la mayoría de personas se han familiarizado con el pago de sus compras con tarjetas de crédito, pero como vemos en los resultados de nuestra encuesta la mayoría paga con tarjeta ya que se encuestó a mujeres entre los 16 a 25 años por lo que no todas tienen tarjetas de crédito, pero por experiencia las personas están acostumbrándose al pago con tarjeta de crédito, lo cual no es muy conveniente para un comercio por la comisión que cobra el Banco, lo que causa una disminución de la utilidad por prenda, y por esta razón vemos conveniente crear un descuento adicional al momento de realizar su pago en efectivo.

### **Conclusiones.**

En este capítulo hemos analizado de lleno al mercado cuencano, en donde hemos podido observar su comportamiento desde un punto de vista directo, es decir como es el comportamiento de nuestros clientes, sus preferencias etc.

Indirectamente, mediante las encuestas que realizamos, y toda la información recopilada de la competencia, lugares estratégicos en donde se podría implementar la sucursal, y analizando los datos obtenidos tenemos información suficiente para tomar decisiones acerca del negocio y generar estrategias comerciales.

Después de un estudio vemos la factibilidad de crear una sucursal de Gova Exclusive diseñada exclusivamente para la comercialización de prendas de vestir para mujeres,

ya que, con la información obtenida del mercado, vemos que la gran parte del mercado acepta un nuevo local de ropa de marca para mujeres.

### **Resumen**

En este capítulo realizamos un estudio de mercado en donde analizamos paso a paso la oferta y demanda de competidores y consumidores conjuntamente, ya que necesitamos tener la información completa de gustos, preferencias, exigencias del mercado, estrategias de comercialización de la competencia, por lo que punto por punto lo analizamos obteniendo una gran cantidad de información que nos servirá para la toma de decisión al final del estudio.

Además, incorporamos a nuestro estudio la realización de encuestas en el mercado cuencano, después de haber obtenido una muestra, después de haber hecho una búsqueda en la base de datos del INEC llamada REDATAM.

Después de obtener la muestra realizamos las encuestas para recopilar información de los consumidores y saber cómo es la situación actual a la que queremos enfrentarnos, y luego de reunir todas las encuestas y tabularlas, vemos como resultado una gran aceptación del mercado al poder tener una nueva opción de local al momento de comprar ropa.

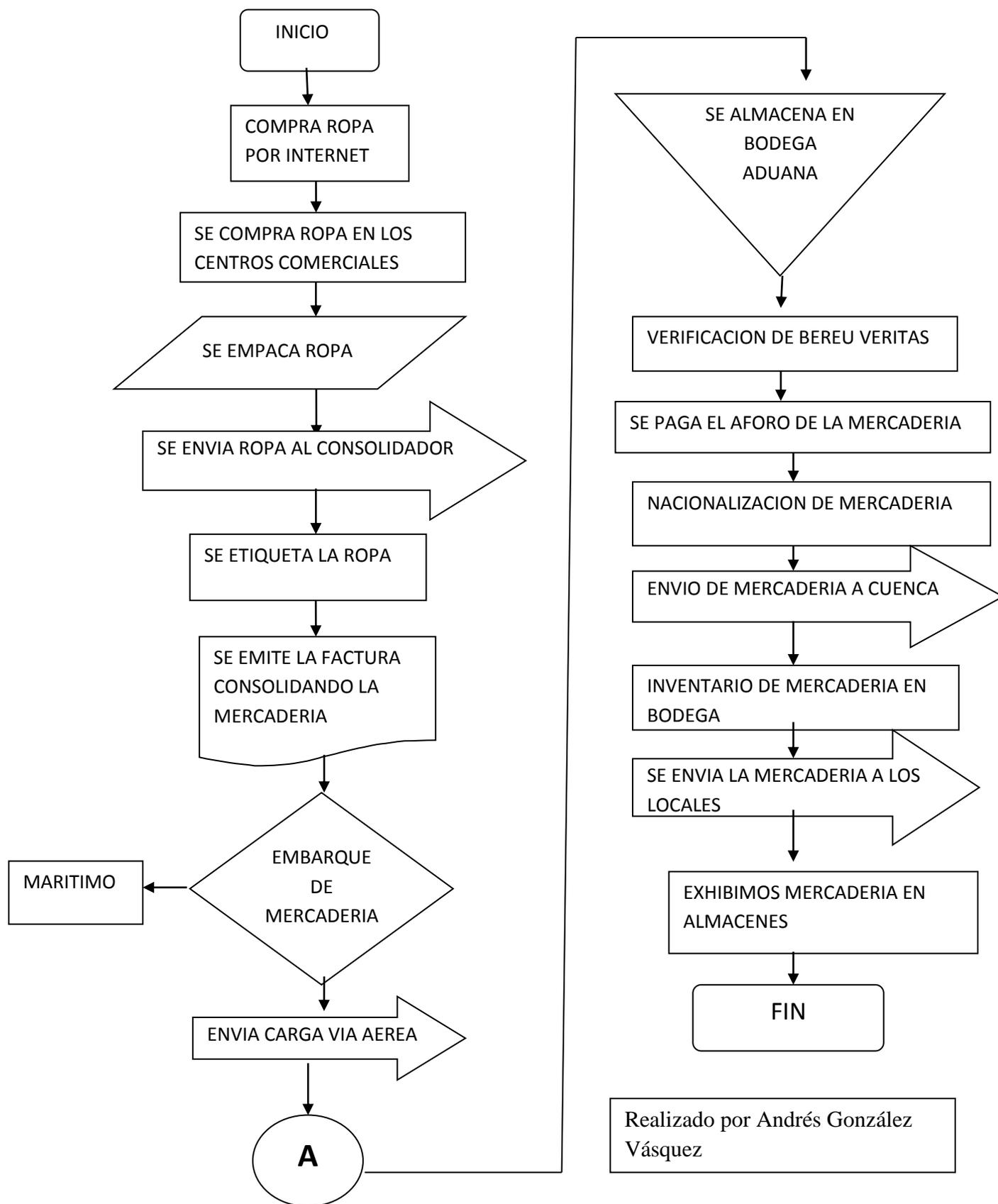
## Capítulo III: Estudio Técnico

### 3.1. Identificación de procesos de importación

Flujograma de actividades: El Flujograma de actividades no es más que una herramienta grafica para poder explicar o entender de una forma más clara y rápida un conjunto de actividades o procesos en secuencia lógica para llegar a un objetivo o fin, ejemplo los pasos a seguir en una venta.

Para nuestro estudio procedernos a indicar cuál es el flujograma de negocio de Gova Exclusive en dos partes, el primero sería el flujograma de importación y en segundo el de ventas.

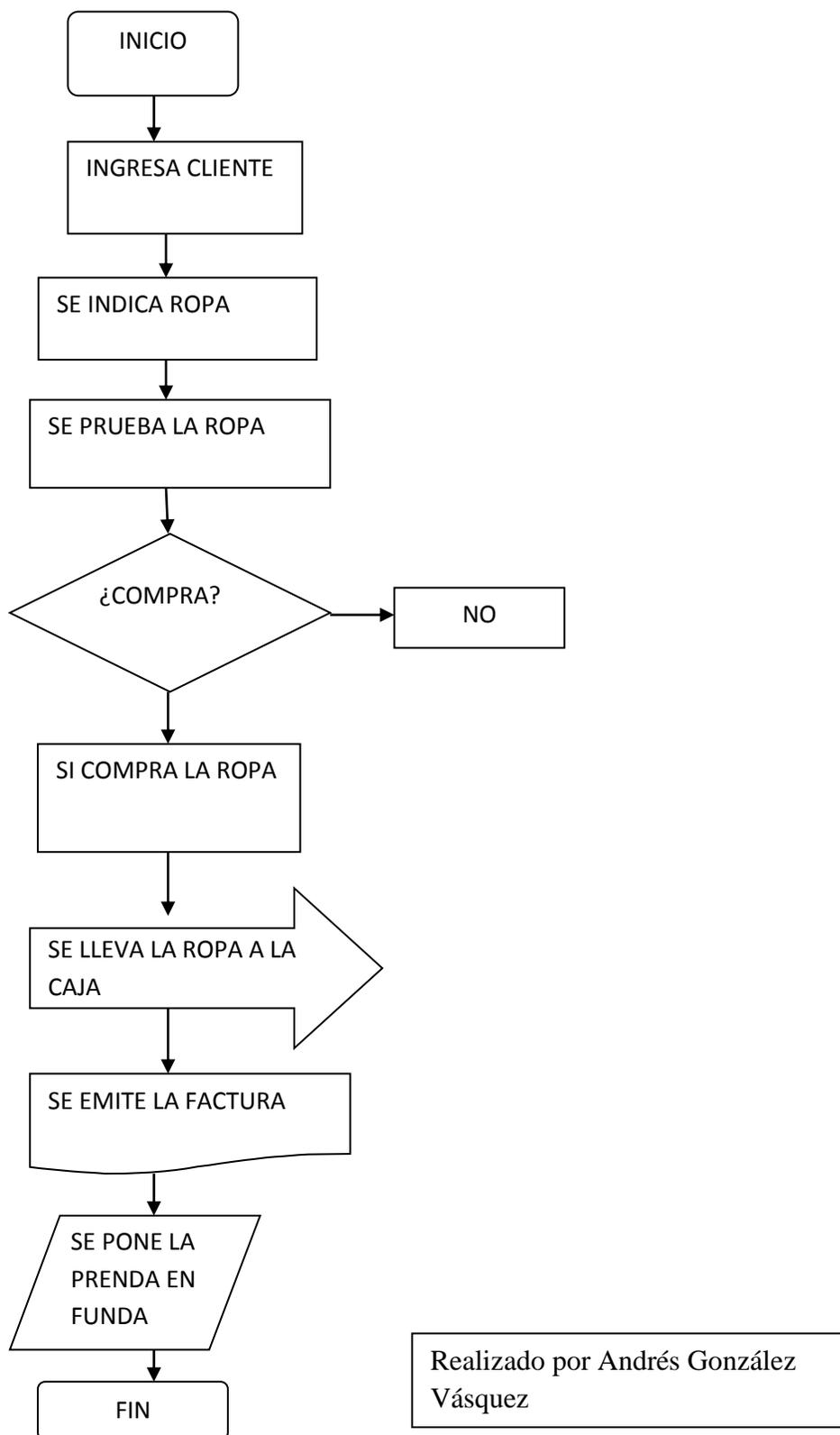
**Ilustración 1.** Flujograma de importación



### 3.1.1. Flujograma de importación:

- Inicio.
- Se compra ciertos modelos en las páginas de internet de los locales ya que no siempre se encuentra todas las tallas que buscamos en los almacenes.
- Se compra ya la ropa en los centros comerciales o mall`s en donde hacemos la mayoría de nuestras compras.
- Luego de hacer las compras reunimos todas las prendas en cajas.
- Una vez empacadas se envían al consolidador de la mercadería.
- El consolidador se encarga de etiquetar las prendas como lo ordena las leyes de importación ecuatorianas.
- Una vez etiquetadas el nos emite la factura de consolidación para poder embarcar la mercadería.
- Se embarca la carga ya sea aéreo o marítimo dependiendo de la decisión del importador.
- Por lo general enviamos la carga vía aérea.
- Una vez llegada la mercadería se almacena en las bodegas de la aduana del aeropuerto llamada Terminal de Carga Ecuatoriana (TCE).
- Luego se procede hacer la verificación de la mercadería por Bereu Veritas que es el organismo encargado de verificar si la mercadería cumple con los requisitos de la Aduana del Ecuador.
- Una vez aprobado se prosigue con el pago de impuestos de la mercadería importada.

- Después de realizar el pago se nacionaliza la carga con la aduana donde se revisan cantidades y que cumpla con todos los procesos y pagos antes mencionados.
- Una vez aforada la mercadería la trasladamos a la Ciudad de Cuenca en transporte terrestre privado.
- Una vez ya en bodegas inventariamos la mercadería.
- Después se distribuye para nuestros locales.
- Después de llegar la mercadería se exhibe en cada local.
- Fin.

**Ilustración 2.** Flujograma de ventas

### 3.1.2. Flujograma de venta.

- Inicio.
- El cliente ingresa al local.
- Se indica la prenda que desea ver el cliente.
- El cliente se prueba la prenda para ver la talla y el modelo.
- Toma la decisión si compra o no la prenda.
- El cliente decide comprar.
- Se lleva la ropa que el cliente va a comprar a la caja.
- Se emite la factura con los datos del cliente.
- Se coloca las prendas compradas en una funda shopping.
- Fin.

### 3.1.3. <sup>1</sup>Requisitos para importar.

#### **¿Quiénes pueden Importar?**

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

---

<sup>1</sup> Información textual del sitio web de la SENA.

### **¿Cómo se obtiene el Registro de Importador?**

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

#### Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación

otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

#### Paso 2

Registrarse en el portal de

ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

### **¿Cómo se desaduaniza una mercancía importada?**

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA. El listado de

Agentes de Aduana autorizados se encuentra en nuestra página

web: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)

Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI)

Factura Comercial

Certificado de Origen (cuando proceda)

Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior consideren necesarios.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda.  
(SENAE, 2012)

### **3.2. Principales productos a comercializar de acuerdo a la información de mercado.**

#### **3.2.1. Cantidades estimadas de comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado.**

Como hemos indicado anteriormente tenemos pensado importar varias marcas americanas y europeas como son:

American Rag, forever 21, H&M, American Eagle, Hollister, Aeropostale, Jessica Simpson, New York Company, Charlotte Russe, Who A.U, Guess, Zara, Bershka, Pull&Bear, Stradivarius, Loft, Style&Co.

Todas las marcas mencionadas ya hemos manejado y tenemos información necesaria para saber cuánto nos cuesta y en cuanto podemos vender sus productos ya que han sido de buena aceptación de nuestros clientes, pero por la capacidad de exhibición en nuestro local y por la reducida línea de productos no es favorable la venta de las mismas en el Local de Gova Exclusive, por lo que vemos factible la creación de una sucursal solo de ropa de mujer. La mayoría de marcas ya mencionadas, han sido comercializadas por años en nuestra ciudad ya que son marcas de buena calidad y siempre han estado en la vanguardia de la moda, por ejemplo American Eagle y Hollister, otras marcas son las que en el momento están en plena moda, y son las más buscadas como Zara, Bershka, Pull&Bear y Stradivarius, y mencionamos marcas nuevas como son American Rag, Style&Co, estas marcas son famosas en los estados unidos donde las que más usan son mujeres jóvenes o adolescentes, ya que son más informales y están a la moda.

### **3.2.2. Precios.**

En relación a los precios con los que se van a manejar, hemos analizado muy bien la situación actual del mercado, ya que con los cambios políticos que se han dado en la

actualidad, todas las prendas se elevan totalmente el precio, y el mercado no está dispuesto a pagar su precio real, por lo que hemos reducido un poco la utilidad e incrementamos los precios en un 10% en relación a los precios anteriores, que prácticamente es poco para el valor real que debería tener cada prenda.

Creemos conveniente los siguientes precios:

**Tabla 10.** Precios

<b>Prendas</b>	<b>Rangos de precios</b>
Blusas	\$39 a \$44 dólares cada una
Camisetas	\$33 a \$39 dólares cada una
Pantalones	\$58 a \$88 cada uno
Chompas	\$48 a \$68 cada una
Sacos	\$78 a \$118 cada uno.
Par de zapatos	\$68 a \$98 cada par.
Interiores	\$15 a \$30 cada una.
Vestidos	\$10 a \$25 cada uno
Casacas	\$78 a \$98 cada una

Realizado por Andrés González Vásquez.

Estos precios variarían dependiendo la marca de cada prenda, pero por lo general estarían en los rangos aceptables de los clientes, ya que después de haber hecho el análisis del mercado, nos pudimos dar cuenta de que la competencia tiene precios similares a los nuestros, pero con prendas de menor calidad y de marcas no reconocidas, por lo que nos daría una gran ventaja en frente de la competencia.

### 3.2.3. Costos.

Después de haber hecho un análisis de precios de venta, vemos conveniente tener establecido rangos de precios accesibles para poder comprarlos para luego poderlos importar, ya que en la actualidad sumando impuestos y gastos, nuestro costo real de importación incremento un 80% al precio de cada prenda, por lo que tenemos que tener un límite de precios en cada prenda.

**Tabla 11. Precio de Costo**

<b>Prendas</b>	<b>Precio de Costo</b>
Blusas	\$13 dólares
Pantalones	\$25 dólares
Camisetas	\$8 dólares
Par de zapatos	\$25 dólares
Casacas	\$30 dólares
Sacos y abrigos	\$35 dólares
Chompas:	\$17 dólares.
Interiores	\$5 a \$15 dólares
Vestidos	\$80 dólares

Realizado por Andrés González Vásquez.

Estos serian los precios límite a los que podríamos acceder para realizar la compra de la mercadería para tener un margen de utilidad aceptable, y que sea conveniente para el negocio.

### **3.2.4. Procedencia.**

Nosotros no hemos dedicado a importar las prendas de vestir en su totalidad desde estados unidos, siendo una de las plazas más apetecida por el mercado, ya que tienen la fama de ser productos de calidad y de moda y sus marcas son las más conocidas en nuestro medio. Por esta razón viajamos a comprar la mercadería directamente en los almacenes de cada marca, y los productos que se encuentran en exhibición en ese momento ya que lo común de todos los almacenes es comprar los productos que pasan de temporada a menor precio, pero para importar tenemos que traer gran cantidad por lo que compramos el mismo modelo en todas las tallas.

Se tiene previsto para el futuro intentar con marcas colombianas reconocidas y que son de buena calidad y de renombre, y ver qué tanta aceptación tendría con la misma pero sería de analizar bien la situación del país, ya que si se disminuye los aranceles en el futuro como está previsto, no habría razón de ingresar marcas de otras procedencias ya que se podría reducir precios.

### **3.3. Cantidades estimadas de comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado.**

En la actualidad, mediante las importaciones podemos comprar cualquier cantidad de productos, ya que no hay un límite o restricción, por lo que tenemos que analizar cuál es la cantidad necesaria para el negocio dependiendo de la época, ya que en marzo

abril que llega la primera importación del año las ventas son normales incrementando un poco por el Día del Padre y de la Madre, pero si nos fijamos en diciembre es donde más tenemos que importar ya que las ventas crecen de manera considerable, por lo que se deben estimar cantidades adecuadas y necesarias para no financiarnos innecesariamente.

Para esto hemos realizado el siguiente cuadro donde indicamos cantidades óptimas de prendas de vestir a importar:

**Tabla 12.** Cantidades estimadas a comercializar

<b>Prendas</b>	<b>Cantidad de prendas por modelo</b>
Blusas y tops	500
Pantalones	150
Camisetas	80
Chompas	200
Vestidos	250
Casacas	250
Tacos o par de zapatos	150 pares
Interiores	500
Sacos	100

Realizado por Andrés González Vásquez.

Como podemos ver hay un total de 2180 prendas de vestir lo cual es ya una importación grande para un local de ropa de mujer, y en lo que tiene que ver en costos también es aceptable, ya que nos da un equilibrio en costos y gastos para poder tener

un costo final menor y poder manejar precios de venta acordes con la capacidad de adquisición del mercado.

### **Conclusiones.**

En este capítulo analizamos lo que son costos, precios y cantidades óptimas para una importación, revisando producto por producto para ver si es favorable o no importarlo.

Luego de detallar cada uno, vemos que, mediante la importación de las prendas de vestir para mujeres, tendríamos un buen margen de utilidad por los buenos precios a los que podemos conseguir nuestros productos.

Después de haber establecido los rangos de precios y cantidades a importar, procedencia del producto o Marcas de las prendas, nos enfocamos a analizar detalladamente toda la información obtenida, y de esta manera poder generar una buena base de datos para nuestro análisis financiero.

### **Resumen**

En este capítulo de estudio de mercado, comenzamos indicando todo lo que interviene en un proceso de importación, como son los requerimientos para importar, métodos de importaciones, y los pasos que se deben seguir para realizar una importación según las reglas establecidas por la Aduana del Ecuador.

Una vez indicado todo lo que tiene que ver con las importaciones realizamos un análisis de nuestro negocio indicando marcas de ropa tentativas con las que queremos trabajar, establecimos un rango de precios de cada tipo de prenda al que se debe comprar, indicamos una tentativa de precios de venta al público de cada prenda de vestir, y luego analizamos la procedencia de nuestros productos en la que vemos como opción futura importar ya no solamente de los Estados Unidos, sino abrimos a la idea de importar ropa de Colombia.

## Capítulo IV: Estudio Financiero.

### 4.1. Establecer flujo de caja de la expansión.

Tabla 13. Flujo de caja

PRODUCTO		PRECIO PROMEDIO (USD)	2016		2017		2018		2019		2020	
			productos	ventas								
BLUSAS	1	44	500	22,000	550	24,200	582.5	25,630	616.5	27,126	654.125	28,782
ZAPATOS	1	15	250	3,750	275	4,125	291.25	4,369	308.25	4,624	327.0625	4,906
SACOS y CASACAS	1	118	230	27,140	253	29,854	267.95	31,618	283.59	33,464	300.8975	35,506
CHOMPAS	1	68	350	23,800	385	26,180	407.75	27,727	431.55	29,345	457.8875	31,136
PANTALONES	1	88	200	17,600	220	19,360	233	20,504	246.6	21,701	261.65	23,025
VESTIDOS	1	88	130	11,440	143	12,584	151.45	13,328	160.29	14,106	170.0725	14,966
CAMISETAS	1	39	150	5,850	165	6,435	174.75	6,815	184.95	7,213	196.2375	7,653
INTERIORES	1	30	300	9,000	330	9,900	349.5	10,485	369.9	11,097	392.475	11,774
			2110	<b>120,580</b>	2321	<b>132,638</b>	2458.15	<b>140,476</b>	2601.63	<b>148,675</b>	2760.4075	<b>157,749</b>
						10%		6%		6%		6%

Realizado por Andrés González Vásquez

Este sería el flujo de caja del negocio con un total de 2210 productos vendidos, lo que es un casi 50% de productos importados en el año, con un 10% de incremento de ventas para el siguiente año que es una situación normal, y un 5% para los siguientes años.

#### 4.2. Costos de ventas de los productos importados.

**Tabla 14.** Costo de los productos Importados

	<b>Precio de compra</b>	<b>Costo de importación (incremento del 80% en impuestos.)</b>	<b>Precio de venta</b>
<b>Blusas</b>	\$13	\$23.40	\$44
<b>Pantalones</b>	\$25	\$45	\$88
<b>Camisetas</b>	\$8	\$14.40	\$39
<b>Casacas</b>	\$30	\$54	\$110
<b>Chompas</b>	\$17	\$30.60	\$68
<b>Vestidos</b>	18	\$36	\$88
<b>Par de zapatos</b>	\$25	\$45	\$98
<b>Sacos</b>	\$35	\$63	\$118
<b>interiores</b>	\$5	\$9	\$30

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro indicamos los tres costos en los que incurrimos el primero es el precio al que adquirimos la prenda, en este caso usamos los precios sugeridos para importar, el costo de importación es el valor de la prenda una vez ya importada, en este caso le incrementamos el 80% ya que en la actualidad por la salvaguardia nos incrementa, pero una vez ya eliminada la salvaguardia en un

43% a 48%, y el ultimo es el precio de venta al público en el cual observamos que si hay una utilidad aceptable con nuestros costos actuales.

#### 4.3. Costos de implementación de la expansión.

Los costos estimados de implementación de un local comercial son los siguientes:

**Tabla 15.** Costos de Implementación

Muebles y equipos	Costos
Sistema de seguridad	\$2000
Sistema de antirrobo	\$1800
Computadora e impresora	\$800
Iluminación	\$1500
Armadores	\$500
Ganchos perchas	\$800
Muebles	\$2500
Maniqués	\$500
Sistema contable	\$1500
Cámaras	\$600
Diseño del local	\$1500 a \$2000
Letrero	\$800
Teléfono	\$80
Espejos	\$150

Realizado por Andrés González Vásquez.

**Gastos mensuales****Tabla 16.** Gastos Mensuales

<b>Gastos</b>	<b>costo</b>
Arriendo	\$1,200.00
Luz	\$100.00
Teléfono	\$80.00
Monitoreo de alarma	\$30.00
Internet	\$25.00
Útiles de oficina	\$40.00
Sueldo gerente	\$500.00
Sueldo vendedor	\$366.00
Publicidad	\$170.00

Realizado por Andrés González Vásquez

#### 4.4. Principales indicadores/resultados proyectados de la expansión.

El siguiente cuadro es el de los recursos de oficina y tecnología que necesita el negocio para su implementación.

**Tabla 17.** Recursos para la implementación del local

<b>RECURSOS</b>			
<b>RECURSOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>P.UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Muebles	5	500.00	2,500.00
Perchas	8	100.00	800.00
Armadores	500	1.00	500.00
Maniqués	5	100.00	500.00
Espejos	2	75.00	150.00
Letreros	2	400.00	800.00
diseño del local	1	1,500.00	1,500.00
		<b>Total</b>	<b>6,750.00</b>
<b>RECURSOS TECNOLOGICOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>P.UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Sistema de seguridad	1	2,000.00	2,000.00
Sistema antirrobo	1	1,800.00	1,800.00
Computador escritorio	1	600.00	600.00
Iluminación	1	1,500.00	1,500.00
Impresora Multifunción (impresora, copiadora, scanner, fax)	1	200.00	200.00
Teléfono	1	80.00	80.00
Cámaras	1	600.00	600.00
sistema contable	1	1,500.00	1,500.00
		<b>Total</b>	<b>8,280.00</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 18.** Plan de Inversión

<b>PLAN DE INVERSIONES</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANT.</b>	<b>P.UNIT.</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Recursos de oficina</b>				<b>6,750.00</b>
Muebles	5	500.00	2,500.00	
Perchas	8	100.00	800.00	
Armadores	500	1.00	500.00	
Maniqués	5	100.00	500.00	
Espejos	2	75.00	150.00	
Letreros	2	400.00	800.00	
Diseño del local	1	1,500.00	1,500.00	
<b>Recursos Tecnológicos</b>				<b>8,280.00</b>
Sistema de seguridad	1	2,000.00	2,000.00	
Sistema antirrobo	1	1,800.00	1,800.00	
Computador escritorio	1	600.00	600.00	
Iluminación	1	1,500.00	1,500.00	
Impresora Multifunción	1	200.00	200.00	
Teléfono	1	80.00	80.00	
Cámaras	1	600.00	600.00	
Sistema contable	1	1,500.00	1,500.00	
			<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>15,030.00</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

En el plan de inversiones detallamos las cantidades necesarias de cada grupo de activos del local comercial que necesitamos para su implementación.

El siguiente cuadro es el balance de situación de la empresa, es decir los activos, pasivos y patrimonio con los que se va a comenzar el negocio, es decir los costos de la implementación del local comercial.

**Tabla 19.** Balance de Situación Inicial

<b>BALANCE DE SITUACION INICIAL</b>		
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>500.00</b>
Caja-Bancos	500.00	
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>15,030.00</b>
Muebles	2,500.00	
Perchas	800.00	
Armadores	500.00	
Maniqués	500.00	
Espejos	150.00	
Letreros	800.00	
Diseño del local	1,500.00	
Sistema de seguridad	2,000.00	
Sistema antirrobo	1,800.00	
Computador escritorio	600.00	
Iluminación	1,500.00	
Impresora Multifunción	200.00	
Teléfono	80.00	
Cámaras	600.00	
Sistema contable	1,500.00	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>15,530.00</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>PATRIMONIO</b>		
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		<b>15,530.00</b>
Aportes Socios	15,530.00	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>15,530.00</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 20.** Cuadro de Depreciaciones

<b>CUADRO DE DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS</b>								
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>V. Útil</b>	<b>DEP. AÑO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Muebles	2,500.00	10	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
Perchas	800.00	10	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Armadores	500.00	5	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Maniqués	500.00	5	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Espejos	150.00	10	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
Letreros	800.00	10	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Sistema de seguridad	2,000.00	3	666.67	666.67	666.67	666.67	0.00	0.00
Sistema antirrobo	1,800.00	3	600.00	600.00	600.00	600.00	0.00	0.00
Computador escritorio	600.00	3	200.00	200.00	200.00	200.00	0.00	0.00
Iluminación	1,500.00	10	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
Sistema contable	1,500.00	3	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00
Impresora Multifunción	200.00	3	66.67	66.67	66.67	66.67	0.00	0.00
Cámaras	600.00	5	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Teléfono	80.00	3	26.67	26.67	26.67	26.67	0.00	0.00
<b>Totales</b>	<b>13,530.00</b>		<b>2,955.00</b>	<b>2,955.00</b>	<b>2,955.00</b>	<b>2,955.00</b>	<b>895.00</b>	<b>895.00</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro de depreciación indicamos la vida útil de cada activo, la depreciación la realizamos de forma lineal

**Tabla 21.** Cuadro de flujo de ventas anual

PRODUCTOS PARA LA VENTA		PRECIO PROMEDIO (USD)	2016		2017		2018		2019		2020	
			productos	ventas								
BLUSAS	1	44	500	22,000	550	24,200	582.5	25,630	616.5	27,126	654.125	28,782
ZAPATOS	1	15	250	3,750	275	4,125	291.25	4,369	308.25	4,624	327.0625	4,906
SACOS y CASACAS	1	118	230	27,140	253	29,854	267.95	31,618	283.59	33,464	300.8975	35,506
CHOMPAS	1	68	350	23,800	385	26,180	407.75	27,727	431.55	29,345	457.8875	31,136
PANTALONES	1	88	200	17,600	220	19,360	233	20,504	246.6	21,701	261.65	23,025
VESTIDOS	1	88	130	11,440	143	12,584	151.45	13,328	160.29	14,106	170.0725	14,966
CAMISETAS INTERIORES	1	39	150	5,850	165	6,435	174.75	6,815	184.95	7,213	196.2375	7,653
	1	30	300	9,000	330	9,900	349.5	10,485	369.9	11,097	392.475	11,774
			2110	<b>120,580</b>	2321	<b>132,638</b>	2458.15	<b>140,476</b>	2601.63	<b>148,675</b>	2760.4075	<b>157,749</b>
						10%		6%		6%		6%

Realizado por Andrés González Vásquez

Este cuadro representa al flujo de ventas que tendría el negocio cada año, según la cantidad vendida de cada tipo de prenda con un incremento del 5% en unidades a vender cada año que se tiene considerado en nuestro negocio, con cantidades estimadas de ventas de cada prenda de vestir, teniendo en cuenta que cada año se pretende importar 4360 prendas, ya que en cada importación se estima tener 2180 prendas y como se realiza dos importaciones anuales estaríamos proyectando una venta de casi el 50% de los productos importados anualmente lo cual es cercano a la realidad de un negocio.

**Tabla 22.** Resumen de ingresos

<b>Resumen de Ingresos - Ventas</b>			
<b>Año</b>	<b>Total</b>	<b>40% margen</b>	<b>Diferencia</b>
Año 2016	120,580.00	48,232.00	72,348.00
Año 2017	132,638.00	53,055.20	79,582.80
Año 2018	140,475.70	56,190.28	84,285.42
Año 2019	148,675.14	59,470.06	89,205.08
Año 2020	157,748.79	63,099.51	94,649.27

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro del resumen de ingresos tomamos en cuenta que pretendemos tener un margen de ganancia con respecto al total de ventas anual de un 40% el cual es aceptable para nuestro negocio teniendo en cuenta la situación económica del país, y las políticas establecidas por el gobierno los últimos años para los productos importados.

**Tabla 23.** Gastos en Mano de Obra

<b>GASTOS DE PERSONAL - MANO DE OBRA DIRECTA</b>												
<b>Personal</b>	<b>S. Base</b>	<b>A. Patronal</b>	<b>XIII</b>	<b>XIV</b>	<b>Vacac.</b>	<b>F. de Reserva</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Numero de Recursos por año</b>				
								<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
GERENTE	550.00	66.83	45.83	12.50	22.92	45.83	698.08	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
EMPLEADOS	366.00	44.47	30.50	12.50	15.25	30.50	468.72	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00
							Total Mensual	<b>1,166.79</b>				
							<b>Total Año 2016</b>	<b>14,001.53</b>				
							<b>Total Año 2017</b>	<b>19,626.16</b>				
							<b>Total Año 2018</b>	<b>19,626.16</b>				
							<b>Total Año 2019</b>	<b>21,588.77</b>				
							<b>Total Año 2020</b>	<b>23,431.69</b>				

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro de gastos de personal, vemos necesario para el correcto funcionamiento de nuestro negocio la contratación en el primer año de un gerente y un solo empleado, ya que como es un negocio nuevo, se puede manejar sin problema con dos personas, pero para el siguiente año en el que ya proyectamos un incremento de ventas e incluso de afluencia de clientes a nuestro local vemos contablemente la factibilidad de contratar un empleado mas para la mejor atención a los clientes.

**Tabla 24.** Gastos Mensuales de Operación

<b>OTROS GASTOS MENSUALES PARA OPERACIÓN</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>P.Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Arriendo	1	1,200.00	1,200.00
Luz	1	100.00	100.00
Teléfono	1	80.00	80.00
Monitoreo de alarma	1	30.00	30.00
Internet	1	25.00	25.00
Útiles de oficina	1	40.00	40.00
Movilización	1	50.00	50.00
Publicidad	1	170.00	170.00
		Total Mensual	1,695.00
		<b>Total Año 2016</b>	20,340.00
		<b>Total Año 2017</b>	20,340.00
		<b>Total Año 2018</b>	21,357.00
		<b>Total Año 2019</b>	22,424.85
		<b>Total Año 2020</b>	23,546.09
<i>incluye 5% incremento anual por inflación</i>			

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro de otros gastos mensuales para la operación, incluimos todos los gastos que tiene el negocio para su funcionamiento.

Tabla 25. Flujo Projectado

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>					
Total Ingresos	48,232.00	53,055.20	56,190.28	59,470.06	63,099.51
<b>GASTOS</b>					
Sueldos y Salarios	14,001.53	19,626.16	19,626.16	21,588.77	23,431.69
Otros Gastos	20,340.00	20,340.00	21,357.00	22,424.85	23,546.09
Total Gastos	34,341.53	39,966.16	40,983.16	44,013.62	46,977.78
<b>DIFERENCIA</b>	<b>13,890.47</b>	<b>13,089.04</b>	<b>15,207.12</b>	<b>15,456.43</b>	<b>16,121.73</b>
Saldo Inicial	500.00	14,390.47	27,479.52	42,686.64	58,143.07
<b>Ventas Acum.</b>	<b>14,390.47</b>	<b>27,479.52</b>	<b>42,686.64</b>	<b>58,143.07</b>	<b>74,264.81</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

En el cuadro de flujo proyectado después de que se reste los gastos a los ingresos netos, vemos que el negocio es factible y que cubre la actividad del negocio desde el primer año.

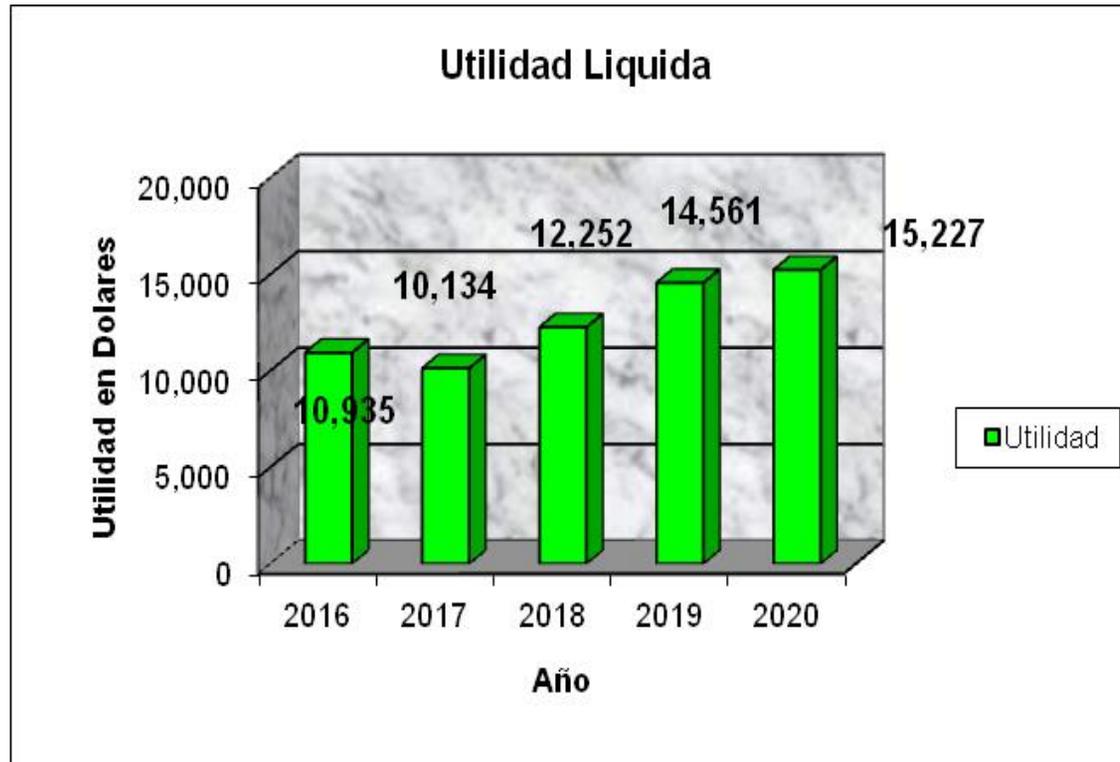
**Tabla 26.** Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>						
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Promedio</b>
<b>Ingresos</b>						
Ventas	48,232.00	53,055.20	56,190.28	59,470.06	63,099.51	56,009.41
<b>Gastos</b>						
Administración	34,341.53	39,966.16	40,983.16	44,013.62	46,977.78	41,256.45
Depreciación	2,955.00	2,955.00	2,955.00	895.00	895.00	2,131.00
Total Gastos	37,296.53	42,921.16	43,938.16	44,908.62	47,872.78	43,387.45
<b>Utilidad Liquida</b>	10,935.47	10,134.04	12,252.12	14,561.43	15,226.73	12,621.96
<b>Utilidad /Ventas</b>	<b>22.67%</b>	<b>19.10%</b>	<b>21.80%</b>	<b>24.49%</b>	<b>24.13%</b>	<b>22.44%</b>

Realizado por Andrés González Vásquez

En la tabla 26 observamos que la utilidad liquida es de un 22,67% el primer año, y se mantiene por esos valores los años siguientes, lo que nos indica que si es rentable este proyecto.

Gráfico 15. Utilidad Liquida



Realizado por Andrés González Vásquez

Tabla 27. Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO										
Descripción	2016		2017		2018		2019		2020	
<b>ACTIVO</b>										
ACTIVO CORRIENTE	62,622.47		80,534.72		98,876.92		117,613.13		137,364.32	
Caja. Bancos	14,390.47		27,479.52		42,686.64		58,143.07		74,264.81	
Clientes	48,232.00		53,055.20		56,190.28		59,470.06		63,099.51	
Incobrables	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
ACTIVO FIJO	12,075.00		9,120.00		6,165.00		3,210.00		255.00	
Activos Fijos	15,030.00		15,030.00		15,030.00		15,030.00		15,030.00	
Deprec. Y Amortiz. Acumulada	-2,955.00		-5,910.00		-8,865.00		-11,820.00		-14,775.00	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>74,697.47</b>		<b>89,654.72</b>		<b>105,041.92</b>		<b>120,823.13</b>		<b>137,619.32</b>	
<b>PASIVO</b>										
PASIVO CORRIENTE	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
Particip. Trabajadores	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
Impto. Renta por pagar	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0.00</b>		<b>0.00</b>		<b>0.00</b>		<b>0.00</b>		<b>0.00</b>	
<b>PATRIMONIO</b>										
CAPITAL SOCIAL	15,030.00		25,965.47		36,099.52		48,351.64		62,913.07	
Aportes Socios	15,030.00		15,030.00		15,030.00		15,030.00		15,030.00	
Útil. Acum. Años Ant.	0.00		10,935.47		21,069.52		33,321.64		47,883.07	
Utilidad del Ejercicio	10,935.47		10,134.04		12,252.12		14,561.43		15,226.73	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>25,965.47</b>		<b>36,099.52</b>		<b>48,351.64</b>		<b>62,913.07</b>		<b>78,139.81</b>	
<b>TOTAL PAS + PATRI</b>	<b>25,965.47</b>		<b>36,099.52</b>		<b>48,351.64</b>		<b>62,913.07</b>		<b>78,139.81</b>	

Realizado por Andrés González Vásquez

Tabla 28. Calculo del VPN

<b>CALCULO DE VPN (Valor Presente Neto)</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>					
Total Ingresos	48,232.00	53,055.20	56,190.28	59,470.06	63,099.51
<b>GASTOS</b>					
Sueldos y Salarios	14,001.53	19,626.16	19,626.16	21,588.77	23,431.69
Otros Gastos	20,340.00	20,340.00	21,357.00	22,424.85	23,546.09
Partic. Trabajadores		0.00	0.00	0.00	0.00
Impuesto Renta		0.00	0.00	0.00	0.00
Total Gastos	34,341.53	39,966.16	40,983.16	44,013.62	46,977.78
<b>Diferencia</b>	<b>13,890.47</b>	<b>13,089.04</b>	<b>15,207.12</b>	<b>15,456.43</b>	<b>16,121.73</b>
Tasa de Descuento	12.00%				
Costo Inversión	-31060.00				
<b>VPN</b>	<b>19,260.35</b>				

Realizado por Andrés González Vásquez

En la tabla 28 vemos que el cálculo del VPN es positivo y nos indica que la empresa está teniendo ingresos que cada vez están cubriendo la inversión, teniendo en cuenta que la proyección solo se realizó para 5 años.

Tabla 29. Calculo de la TIR

<b>CALCULO DE LA TIR</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>						
Total Ingresos		48,232.00	53,055.20	56,190.28	59,470.06	63,099.51
<b>GASTOS</b>						
Sueldos y Salarios		14,001.53	19,626.16	19,626.16	21,588.77	23,431.69
Otros Gastos		20,340.00	20,340.00	21,357.00	22,424.85	23,546.09
Total Gastos		34,341.53	39,966.16	40,983.16	44,013.62	46,977.78
<b>Diferencia</b>	<b>-31060.00</b>	<b>13,890.47</b>	<b>13,089.04</b>	<b>15,207.12</b>	<b>15,456.43</b>	<b>16,121.73</b>
<b>TIR</b>	<b><u>36.46%</u></b>					

Realizado por Andrés González Vásquez

En la tabla 29 del cálculo del TIR observamos que la empresa tiene un gran porcentaje de rentabilidad mayor al esperado, y que creemos que puede seguir subiendo, dependiendo del crecimiento del negocio.

#### 4.4.1. Análisis de sensibilidad.

Escenario optimista.

Para este cálculo se le incremento al margen de utilidad de la empresa un 15% es decir el margen actual es de un 55% que es un valor real si no tomáramos en cuenta las salvaguardias que están vigentes actualmente.

**Tabla 30.** Calculo de VPN Escenario Optimista

<b>CALCULO DE VPN (Valor Presente Neto)</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>					
Total Ingresos	66.319,00	72.950,90	77.261,64	81.771,33	86.761,83
<b>GASTOS</b>					
Sueldos y Salarios	14.001,53	19.626,16	19.626,16	21.588,77	23.431,69
Otros Gastos	20.340,00	20.340,00	21.357,00	22.424,85	23.546,09
Partic. Trabajadores		0,00	0,00	0,00	0,00
Impuesto Renta		0,00	0,00	0,00	0,00
Total Gastos	34.341,53	39.966,16	40.983,16	44.013,62	46.977,78
<b>Diferencia</b>	<b>31.977,47</b>	<b>32.984,74</b>	<b>36.278,48</b>	<b>37.757,71</b>	<b>39.784,05</b>
Tasa de Descuento	12,00%				
Costo Inversión	-31060,00				
<b>VPN</b>	<b>85.874,19</b>				

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 31.** Calculo de la TIR Escenario Optimista

<b>CALCULO DE LA TIR</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>						
Total Ingresos		66.319,00	72.950,90	77.261,64	81.771,33	86.761,83
<b>GASTOS</b>						
Sueldos y Salarios		14.001,53	19.626,16	19.626,16	21.588,77	23.431,69
Otros Gastos		20.340,00	20.340,00	21.357,00	22.424,85	23.546,09
Total Gastos		34.341,53	39.966,16	40.983,16	44.013,62	46.977,78
<b>Diferencia</b>	<b>-31060,00</b>	<b>31.977,47</b>	<b>32.984,74</b>	<b>36.278,48</b>	<b>37.757,71</b>	<b>39.784,05</b>
<b>TIR</b>	<b><u>104,42%</u></b>					

Realizado por Andrés González Vásquez

Escenario pesimista.

En este escenario las ventas disminuyen un 10%.

**Tabla 32.** Calculo del VPN Escenario Pesimista

<b>CALCULO DE VPN (Valor Presente Neto)</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>					
Total Ingresos	43.408,80	47.749,68	50.571,25	53.523,05	56.789,56
<b>GASTOS</b>					
Sueldos y Salarios	14.001,53	19.626,16	19.626,16	21.588,77	23.431,69
Otros Gastos	20.340,00	20.340,00	21.357,00	22.424,85	23.546,09
Partic. Trabajadores		0,00	0,00	0,00	0,00
Impuesto Renta		0,00	0,00	0,00	0,00
Total Gastos	34.341,53	39.966,16	40.983,16	44.013,62	46.977,78
<b>Diferencia</b>	<b>9.067,27</b>	<b>7.783,52</b>	<b>9.588,10</b>	<b>9.509,43</b>	<b>9.811,78</b>
Tasa de Descuento	12,00%				
Costo Inversión	-31060,00				
<b>VPN</b>	<b>1.496,66</b>				

Realizado por Andrés González Vásquez

**Tabla 33.** Calculo de la TIR Escenario Pesimista

<b>CALCULO DE LA TIR</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>INGRESOS</b>						
Total Ingresos		43.408,80	47.749,68	50.571,25	53.523,05	56.789,56
<b>GASTOS</b>						
Sueldos y Salarios		14.001,53	19.626,16	19.626,16	21.588,77	23.431,69
Otros Gastos		20.340,00	20.340,00	21.357,00	22.424,85	23.546,09
Total Gastos		34.341,53	39.966,16	40.983,16	44.013,62	46.977,78
<b>Diferencia</b>	<b>-31060,00</b>	<b>9.067,27</b>	<b>7.783,52</b>	<b>9.588,10</b>	<b>9.509,43</b>	<b>9.811,78</b>
<b>TIR</b>	<b><u>14,11%</u></b>					

Realizado por Andrés González Vásquez

En este escenario, la TIR del negocio aún se mantiene positiva, indicándonos que aun así es rentable, aun si bajan las ventas.

## **Conclusión**

Podemos concluir que después de haber realizado el análisis financiero del negocio, vemos que según las cantidades importadas, los precios con los que se van a manejar cada una de las prendas de vestir, y los costos de implementación del local comercial, los resultados obtenidos en este análisis son positivos y alentadores, ya que hay que tomar en cuenta que nuestro margen de utilidad y cantidades vendidas son las mínimas para poder tener una información más real de la posible situación en la que estuviera la empresa una vez implementada.

Analizando los resultados de los dos posibles escenarios el optimista y el pesimista, vemos que la empresa aun mantiene unos resultados positivos, lo que quiere decir que la empresa es sensible a los cambios que se vayan dando en el proceso pero que según el manejo que se le dé y las decisiones que se tomen será una buena inversión, ya que como es una sucursal si no se encuentra bien por algún problema, el otro negocio la va a poder equilibrar.

## **Resumen.**

En este capítulo realizamos el estudio financiero del negocio, para ver si es o no factible el proyecto, para el cual se utilizó todos los datos de precios, costos, unidades individuales de prendas de vestir a importar, y los costos de implementación de un local comercial.

Una vez introducido todos nuestros datos en una plantilla en Excel, generamos el flujo de ventas de nuestro negocio, para poder obtener un flujo de caja proyectado y a sus vez los estados de pérdidas y ganancias, balance general, y los cálculos del TIR y el VPN.

Una vez obtenido los resultados de cada una de ellos se observó que es factible la implementación de la sucursal de Gova Exclusive.

## CONCLUSIONES

- Después de haber hecho un análisis capítulo por capítulo, logramos obtener gran información acerca del negocio, sus productos, estrategias para comercializar sus prendas de vestir, la competencia que tiene, y la forma de proveerse de sus productos, formando así, un estudio completo para poder tomar varias decisiones acerca de cada tema.
  
- Para comenzar podemos decir que él en este negocio tenemos una extensa información acerca del mismo y de la cual hemos tomado parte para poder analizar y determinar nuestros principales competidores, y sus formas de manejar sus negocios, por lo que hemos aplicado varias estrategias comerciales que formarían parte de un plan de ventas con el que el negocio entraría en el mercado directamente, creando una campaña para dar a conocer el mismo y ofrecer ofertas y promociones innovadoras en nuestro mercado.
  
- Por otro lado, se analizó al mercado en sí, analizando sus necesidades y preferencias, y determinamos posibles ubicaciones para la sucursal de Gova Exclusive, los productos importados más comprados, y de esta forma poder abastecernos más de cada línea de ellos y tener una exhibición completa, para satisfacer todas las necesidades del mercado.

- En base a los resultados de las encuestas podemos ver que, en la ciudad de Cuenca, la mayoría de consumidores no están satisfechos con los productos que se ofertan en la actualidad, esto sería una gran ventaja para nuestro negocio.
  
- En el estudio observamos que el mercado está de acuerdo con tener un nuevo local en la ciudad, con nuevas características y productos de calidad.
  
- Nuestro negocio es sensible a los cambios en las importaciones ya sean en normas de importación, o en los aranceles o impuestos que se crean o se van implementado en el curso, ya que dependemos de esto, para analizar nuestros precios y gastos, y porcentajes de utilidad en los productos.
  
- Según el análisis financiero realizado, en nuestro margen de utilidad, vemos que ganando un 40%, el negocio es rentable, pero hay que tener en cuenta que esto se debe a que en la actualidad nuestros costos son altos ya que están afectados por un impuesto o salvaguardia, el cual encarece los productos de manera exagerada, pero tenemos que tener en cuenta que este impuesto rige hasta mayo, por lo que en las próximas importaciones, el margen puede ser aún mayor, lo cual nos diera resultados un más rentables.
  
- Por último, basado en nuestro análisis financiero creemos que la implementación de una sucursal es factible y rentable, ya que se analizo varios supuestos escenarios, en los que vemos que el negocio puede funcionar en cada uno de ellos,

y abarcando varias situaciones, como son decisiones del gobierno, incremento o disminución de ventas o margen de utilidad, los mismos que son los que más afectan a un negocio.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario analizar y aplicar un plan de ventas creativo, que cree una necesidad de conocer el local, sus productos y promociones.
  
- Crear una base de datos de clientes los cuales serian informados constantemente de todo lo que nuestro negocio ofrece.
  
- Manejar una correcta exhibición de las prendas en el local, ubicándolas de una forma innovadora y cómoda para que los clientes puedan apreciarlas de la mejor manera, ya que es este un factor muy importante en el momento de que las personas tomen la decisión si entrar al local, luego de probarse la prenda, y por ultimo de analizar todas las alternativas de prendas que tiene el local y escoger la mejor de su agrado.
  
- Después del estudio de mercado, y realizando un análisis de las preferencias del consumidor, vemos conveniente que el local se lo trate de ubicar en un centro comercial, que en este caso creemos que el mas optimo seria el Centro Comercial Mall del Rio, el mismo que es el más grande de la ciudad en donde va mucha gente a realizar sus compras, las mismas que esperan encontrar todo en un mismo lugar.

- El momento de realizar una importación tener muy en cuenta el inventario actual, y de esta forma abastecernos con las cantidades necesarias para que no existe ni faltantes de prendas, ni excesos.
- Buscar nuevos proveedores de productos ya que en la actualidad el mercado busca precios y calidad, por lo que tenemos que tener una gran variedad de productos de todo precio, para satisfacer a la mayoría de los consumidores.
- Estar pendiente de los cambios que se van dando en el área de las importaciones, ya que es un factor que nos afecta directamente, por lo que hay que analizar cómo se encuentran los requisitos y los pagos de impuestos en el momento de realizar una importación y de esta manera crear una estrategia para poder realizar la misma con los menores gastos posibles.
- Dar capacitaciones constantes a los empleados, acerca de atención al cliente, exhibición de los productos, y mantenimiento del local, ya que ellos son los que interactúan directamente con el consumidor.
- Crear rangos de compras de mercadería, y de esta forma poder establecer precios de venta accesibles a los clientes, y de esta forma tener un margen de utilidad acéptale.

## BIBLIOGRAFÍA.

Baca Urbina , G. (2001). *Evaluacion de Proyectos*. México D.F.: McGraw-Hill.

Diaz Olivera, A. P., & Matamoros Hernández, I. B. (Marzo de 2011). *EL ANÁLISIS DAFO Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS*. Obtenido de DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS: <http://www.eumed.net/ce/2011a/domh.htm>

Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos. INEC. (2010). *Censo de poblacion y vivienda 2010*. Obtenido de Población por Sexo y Grupos de Edad: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Ponce Talacón, H. (Septiembre de 2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Obtenido de Anàlisis FODA: <http://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>

Porter, M. E., & Bueno Campos, E. (2009). *Estrategia Competitiva*. Madrid: Pirámide.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. SENAE. (2011). *Servicio al ciudadano*. Obtenido de Para Importar: [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

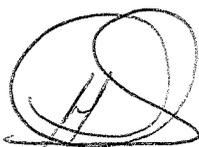


Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay,

### CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 05 de noviembre de 2015, conoció la petición del (los) estudiante(s) **Andrés Santiago González Vásquez** con código(s) **46142**, registrado(s) en la Unidad de Titulación Especial, quien(es) denuncia(n) su trabajo de titulación denominado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA SUCURSAL DE GOVA EXCLUSIVE”** en la modalidad: Modelo de negocio y presentado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial .-El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como Director(a) a Ing. Pablo Bernal Aguirre y como miembro del Tribunal Examinador a Econ. Cristian Palacios Manzano. De conformidad con el cronograma de la Unidad de Titulación el (los) peticionario(s) debe presentar su trabajo de titulación hasta el 11 de marzo de 2016.

Cuenca, 09 de noviembre de 2015



**Dra. Jenny Ríos Coello**  
**Secretaria de la Facultad de**  
**Ciencias de la Administración**



Cuenca, 04 de noviembre de 2015  
Oficio: EA-743-2015-UDA

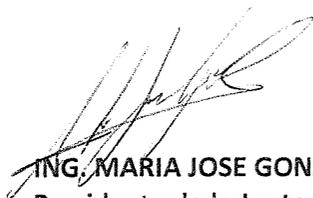
**Ingeniero**  
**XAVIER ORTEGA**  
**Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración**  
**Ciudad.**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por GONZALEZ VASQUEZ ANDRES SANTIAGO, tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE GOVA EXCLUSIVE", informa que, informa que, este trabajo cuenta con la aceptación del Tribunal designado.

La Junta Académica considera que la documentación cumple con las normas legales y reglamentarias de la Universidad, por lo tanto pone en conocimiento del Consejo de Facultad y sugiere su aprobación

**Atentamente,**



**ING. MARIA JOSE GONZALEZ**  
**Presidente de la Junta de Administración**

## CONVOCATORIA

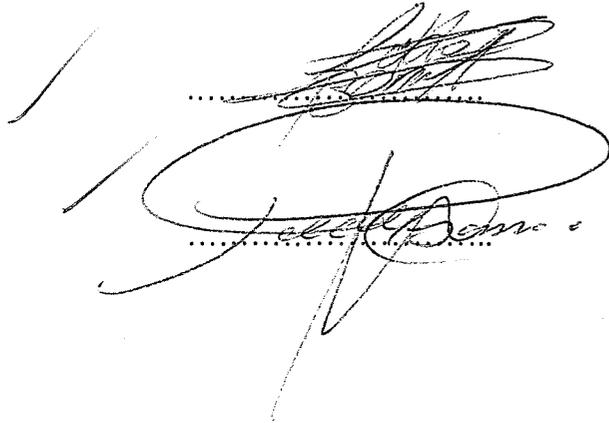
Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: "*Plan de negocios para la implementación de una sucursal de GOVA EXCLUSIVE*", presentado por el estudiante **González Vásquez Andrés Santiago**, con código **46142** previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial, para el día **MIÉRCOLES 28 DE OCTUBRE DE 2015 A LAS 19H30.**

Cuenca, 27 de octubre de 2015

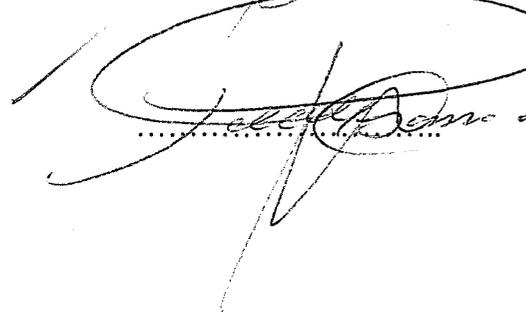


Dra. Jenny Ríos Coello  
Secretaria de la Facultad

Ing. Pablo Bernal Aguirre



Econ. Cristian Palacios Manzano





ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Andrés Santiago González Vásquez  
Código: 46142
- 1.2 Director sugerido: Ing. Pablo Bernal
- 1.3 Codirector (opcional): \_\_\_\_\_
- 1.4 Tribunal: Econ. Cristian Palacios
- 1.5 Título propuesto: (Modelo de Negocio "Plan de Negocio para implementar una sucursal de Gova Exclusive.")
- 1.6 Resolución:

1.6.1 Aceptado sin modificaciones \_\_\_\_\_

1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

Incorporar análisis FODA del negocio en el capítulo # 1.

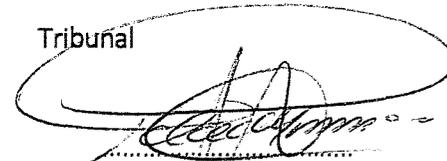
1.6.3 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones:

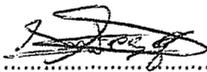
1.6.4 No aceptado

• Justificación:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

  
.....  
Ing. Pablo Bernal

Tribunal  
  
.....  
Eco. Cristian Palacios

  
.....  
Andrés Santiago González Vásquez

  
.....  
Dra. Jenny Ríos Coello  
Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles, 28 de septiembre de 2015.



**RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

- 1.1 Nombre del estudiante: Andrés Santiago González Vásquez  
Código 46142
- 1.2 Director sugerido: Ing. Pablo Bernal
- 1.3 Codirector (opcional):
- 1.4 Título propuesto: "Plan de negocios para la implementación de una sucursal de GOVA EXCLUSIVE"
- 1.5 Revisores (tribunal): Ing. Cristian Palacios
- 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
<b>Línea de investigación</b>				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/			
<b>Título Propuesto</b>				
2. ¿Es informativo?	/			
3. ¿Es conciso?	/			
<b>Estado del arte</b>				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/			
<b>Problemática y/o pregunta de investigación</b>				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/			
<b>Hipótesis (opcional)</b>				
10. ¿Se expresa de forma clara?	/			
11. ¿Es factible de verificación?	/			
<b>Objetivo general</b>				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	/			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			



<b>Objetivos específicos</b>				
14. ¿Concuerdan con el objetivo general?	/			
15. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/			
<b>Metodología</b>				
16. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/			
17. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/			
18. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/			
19. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	/			
<b>Resultados esperados</b>				
20. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/			
21. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/			
22. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/			
23. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/			
<b>Supuestos y riesgos</b>				
24. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	/			
25. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	/			
<b>Presupuesto</b>				
26. ¿El presupuesto es razonable?	/			
27. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	/			
<b>Cronograma</b>				
28. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	/			
<b>Referencias</b>				
29. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/			
<b>Expresión escrita</b>				
30. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/			
31. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/			



(\*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

Se recomienda incorporar el análisis FODA en  
el capítulo 1.

Ing. Pablo Bernal

Ing. Cristian Palacios

Cuenca, 22 de octubre de 2015  
Oficio: EA-722-2015-UDA

**Ingeniero**  
**XAVIER ORTEGA**  
**Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración**  
**Ciudad.**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por GONZALEZ VASQUEZ ANDRES SANTIAGO, tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE GOVA EXCLUSIVE", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la Guía de la Unidad de Titulación Especial de la carrera de Administración de Empresas.

Tutor sugerido: Pablo Bernal

Tribunal sugerido: Cristian Palacios

**Atentamente,**



**ING. MARIA JOSE GONZALEZ**  
**Presidente de la Junta de Administración**

Cuenca, 4 de Noviembre 2015

Ing. Xavier Ortega V.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente pongo en su conocimiento que se han revisado el cumplimiento de los ajustes sugeridos para aprobar el diseño de tesis presentado en días anteriores dentro de la unidad de titulación por el estudiante Andrés Santiago González Vásquez y titulado "Plan de Negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive".

En tal sentido, por este mismo medio recomiendo se proceda con el desarrollo del trabajo de titulación respectivo de acuerdo al cronograma previamente establecido.

Agradeciendo de antemano su atención suscribo,

Atentamente,



Ing. Pablo Bernal A., MAE

TUTOR DESIGNADO

DOCENTE

Cuenca, 4 de Noviembre 2015

Ing. Xavier Ortega V.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Yo, Andrés Santiago González Vásquez, con código 46142, egresado de la carrera de administración de empresas de la facultad de ciencias de la administración, solicito a usted y por su intermedio al honorable consejo de la facultad, de la manera más respetuosa, se sirvan revisar el Protocolo de Investigación titulado: Plan de negocios para la implementación de una sucursal de gova exclusive, previa a la obtención del título de Ingeniería Comercial.

Me permito sugerir el nombre del Ingeniero Pablo Bernal Aguirre como director, por cuanto me ha asesorado en la elaboración del presente protocolo y cuento con su aceptación.

Atentamente,



Andrés González Vásquez

46142

DOCENTE

Cuenca, 4 de Noviembre 2015

Ing. Xavier Ortega V.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Ciudad:-

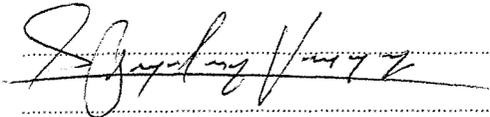
De mis consideraciones:

Por medio de la presente pongo en su conocimiento que el señor Andrés Santiago González Vásquez, tiene el permiso para realizar el diseño de tesis presentado en la Universidad del Azuay, de la Facultad de Administración, en la carrera de Administración de Empresas, titulado "Plan de Negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive".

En tal sentido, por este mismo medio recomiendo se proceda con el desarrollo del trabajo de titulación respectivo.

Agradeciendo de antemano su atención suscribo,

Atentamente,



Andrés González Vásquez

Gerente General

# UNIVERSIDAD DEL AZUAY



**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Escuela de Administración de Empresas**

**Protocolo de trabajo de titulación**

**Título:**

**Plan de negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive**

**Nombre del estudiante:**

**Andrés Santiago González Vásquez**

**Director sugerido:**

**Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre., MAE**

**Cuenca – Ecuador**

**2015**

**1. Datos Generales.**

**1.1 Nombres del estudiante:**

González Vásquez Andrés Santiago

**1.1.1 Código:** 46142

**1.1.2 Contacto:**

Teléfono convencional: 072870272

Celular: 0984669396

Correo electrónico: andresgonzalez1990@hotmail.com

**1.2 Director sugerido:**

Bernal Aguirre Pablo Francisco, MAE

**1.2.1 Contacto:**

Celular: 0998085844

Correo electrónico: pbernal@uazuay.edu.ec

**1.3 Co-director sugerido:**

**1.3.1 Contacto:**

**1.4 Asesor metodológico:**

**1.5 Tribunal designado:**

**1.6 Aprobación:**

**1.7 Línea de Investigación de la carrera:**

Elaboración de proyectos.

**1.7.1 Código UNESCO:**

5311.10

**1.7.2 Tipo de trabajo:**

A: Modelo de Negocio.

B: Investigación Formativa.

**1.8 Área de estudio:**



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

Elaboración de Proyectos, Evaluación y Gestión de Proyectos

**1.9 Título propuesto:**

Plan de Negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive

**1.10 Subtítulo:**

Ninguno

**1.11 Estado del proyecto:**

Nuevo.

## **2. Contenido**

### **2.1 Motivación de la investigación:**

Este estudio en la empresa Gova Exclusive ayudará a que la misma maneje mejor sus estrategias comerciales, y se dirija de una manera adecuada a cada sector del mercado, mejorando la estructura general del negocio.

Aplicaremos varias técnicas, que nos permitan generar mayor volumen de ventas y rotación de inventario.

### **2.2 Problemática:**

En la actualidad los negocios están controlados muy de cerca por el gobierno nacional, por lo que se han establecido ciertas restricciones para la comercialización de productos extranjeros, en este caso la ropa, ya que ahora para poder vender las mismas se tiene obligatoriamente que importarlas.

Debido a las importaciones que realiza el negocio se ve obligado a importar un gran número de prendas para disminuir costos, y por esta razón la capacidad de exhibición en los locales no es suficiente, por lo que hemos visto necesario crear una sucursal para poder rotar más el inventario y tener un flujo de efectivo para poder reinvertir en el negocio.

### **2.3 Pregunta de investigación:**

¿Será rentable crear una sucursal de Gova Exclusive?

### **2.4 Resumen:**

En el presente trabajo se realizará una investigación en la cual podremos conocer como expandir un negocio mediante un plan de negocios, utilizaremos varias técnicas que ayuden a un negocio a crecer, y como diversificar el, la misma se realizará en la ciudad de Cuenca,



con la finalidad de dar estrategias de apoyo al sector, y analizar si es o no factible la creación de una sucursal de Gova Exclusive, basándonos en la información ya recopilada.

## 2.5 Estado del Arte y marco teórico:

El plan de negocios en la actualidad es una herramienta muy útil en las pequeñas y medianas empresas, ya que orienta de una mejor manera en la toma de decisiones, y de ésta forma ayuda a que los negocios crezcan de una forma más organizada, obteniendo los resultados esperados, según Porter (2009), que nos habla sobre cómo se ha desarrollado las empresas en la actualidad en la práctica y la enseñanza de la estrategia empresarial en todo el mundo, innovador por su simplicidad, como los grandes descubrimientos, su análisis de la industria explica la complejidad de la productividad de la empresa con cinco fuerzas subyacentes. Porter introduce una de las herramientas más poderosas desarrollada hasta el momento: sus tres estrategias genéricas, liderazgo en costes, diferenciación y segmentación, que ponen su teoría de la estrategia en un lugar destacado.

Baca Urbina(2001), nos indica sobre como en la actualidad se puede hacer estudios usando la información de fuentes primarias para identificar todos los tipos de mercados, y de esta forma poder establecer correctamente cual será la demanda del mercado, usando varios tipos de escenarios económicos, y de esta manera poder proyectar la demanda en varios años y que la misma sea la más óptima, y de esta manera saber establecer el riesgo que se maneja en este proyecto.

En la actualidad el estudio de mercados es una herramienta clave, ya que para saber a qué sector nos vamos a dirigir y conocer bien a nuestros clientes (Benassini, 2009) por lo que tenemos que estar seguros que este bien definido el target, los productos a comercializar, y para eso es necesario las encuestas, las mismas que tienen que ser bien elaboradas para que en el momento de analizar los resultados sean los más reales.

Correa, Ramírez y Castaño (2010), indican la importancia de la planificación financiera en la elaboración de planes de negocios y el impacto que tiene en el desarrollo empresarial en la actualidad, en la cual nos dicen que hay varias falencias en la planeación de negocios en la actualidad, ya que la mayor parte de emprendimientos no dan la mayor importancia a la

parte financiera, o tienes varias falencias las cuales hacen que las empresas no logren los objetivos en un largo plazo, por lo que este artículo pone mucho énfasis en la planeación financiera con resultados a largo plazo, analizándola en varios escenarios, para poder tener resultados más acordes a la realidad de la empresa.

Vargas (2002), analiza los modelos para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas, en la que indica que la mayoría de empresas medianas y pequeñas buscan asesoría o ayuda en entes externos los cuales les puedan ayudar a resolver sus problemas, pero nos dice que esto no es lo correcto ya que ellos no forman parte de la empresa y no conocen mucho de su funcionamiento diario, por lo que antes se debería tomar en cuenta todos los departamentos que conforman el plan de negocios que se plantea para poder buscar mejores opciones para aplicarse.

En el pasar de los años los negocios que se dedican a la venta de prendas de vestir de origen extranjero, tenían varias formas de introducir las mismas al país, para luego comercializarlas en sus locales, pero con las nuevas reformas aduaneras, se ven obligadas a importarlas legalmente, lo cual es complejo ya que para que sea beneficioso para el importador, se tiene que importar una gran cantidad de las mismas ya que los aranceles y demás gastos incurridos son altos, pero al mismo tiempo la importación es una ventaja ya que por el momento no hay límites en la cantidades lo que permite traer variedad de productos y de ésta forma cubrir las mayores necesidades de sus clientes. Para poder importar hay que conocer varios puntos establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE); (2012), como son los regímenes de importaciones, quienes pueden importar y como se obtiene el título de importador, o los medios o canales de aforo.

## **2.6 Hipótesis:**

No aplica

## 2.7 Objetivo general:

Diseñar un plan de negocios para la implementación de una sucursal de Gova Exclusive, como consecuencia de esto aumentar el nivel de ventas del negocio y atender nuevos targets de mercado.

## 2.8 Objetivos específicos:

- Realizar un análisis situacional y del entorno del negocio.
- Generar un estudio del mercado.
- Elaborar un estudio técnico sobre los productos a comercializar.
- Analizar el estudio financiero para ver si es o no factible el proyecto de expansión de Gova Exclusive.

## 2.9 Metodología:

En la siguiente investigación se utilizarán dos tipologías, una bibliográfica y una de investigación de campos. En la investigación bibliográfica, se utilizarán libros, revistas, citas bibliográficas que tratarán de la planificación de negocios.

La investigación de campo la realizaremos en la ciudad de Cuenca, ya que es el mercado primario. El método de investigación será mediante encuestas, definiendo el tamaño de la muestra aplicando un método probabilístico de muestreo estratificado.

## 2.10 Alcances y resultados esperados:

Esta investigación es relevante ya que así podremos ver si es factible o no el abrir un nuevo local comercial de Gova Exclusive, y generar más beneficios en ventas. Por otro lado se pretende aportar al sector comercial de prendas de vestir importadas, determinar preferencias y características de consumo mediante los estudios a aplicarse

### 2.11 Supuestos y riesgos:

- Cambios en los procesos de importación
- Alza de impuestos por medidas del gobierno
- No contar con un local bien ubicado.
- El estudio financiero muestre baja factibilidad en la expansión.

### 2.12 Presupuesto:

RUBRO O DENOMINACION	Costo USD Detalles		Justificación	Fuente de Financiamiento
	CU	C. Total		
Suministros y materiales		\$200,00	Desarrollo del trabajo de grado.	Auto financiamiento
Movilidad		\$120,00	Transporte entre instituciones.	Auto financiamiento
Viáticos		\$60,00	Almuerzos	Auto financiamiento
Llamadas / ENCUESTAS		\$100	Llamadas a Agentes aduaneros y encuestas a la muestra.	Auto financiamiento

### 2.13 Financiamiento:

Esta investigación será financiada por el autor.

### 2.14 Esquema tentativo

#### 1. Capítulo I: Introducción

1.1. Marco Conceptual: estado del arte y marco legal.

1.2. Datos de ventas, importaciones, estado actual del negocio. Marco legal o situación actual del negocio.

1.3. Análisis del mercado: situación actual de las tiendas del sector comercial de prendas de vestir.

1.4. Análisis FODA.

## **2. Capítulo II: Análisis del mercado**

2.1. Definición de metodología

2.2. Estudio del mercado: oferta, demanda, precios, comercialización

2.3. Procesamiento de la información

2.4. Resultados del estudio de mercado

## **3. Capítulo III: Estudio Técnico**

3.1. Identificación de procesos de importación

3.2. Principales productos a comercializar de acuerdo a la información de mercado

3.3. Cantidades estimadas de comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado.

## **4. Capítulo IV: Estudio Financiero.**

4.1. Establecer flujo de caja de la expansión.

4.2. Costos de ventas de los productos importados.

4.3. Costos de implementación de la expansión.

4.4. Principales indicadores proyectados de la expansión.

**Conclusiones y recomendaciones.**

**Bibliografía.**

**2.15 Cronograma:**

Objetivo Específico	Actividad	Resultados de actividades	Tiempos (semanas)
Realizar un análisis situacional y del entorno del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer todas las técnicas y aspectos legales que se van a utilizar en el plan.</li> <li>• Dar a conocer la actividad del negocio, y los productos que comercializa</li> <li>• Análisis de la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del sector comercial de prendas de vestir importadas en el centro histórico de Cuenca.</li> <li>• Dar a conocer que técnicas vamos a utilizar para el plan según las necesidades del proyecto.</li> <li>• Hacer un informe detallado de la actividad comercial del negocio, indicando nuestras ventas, que productos ofertamos y cuáles son nuestros principales competidores de acuerdo al sector en donde estamos</li> </ul>	4



		ubicados.	
Generar un estudio del mercado.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indicar los conceptos de mercados con los que vamos a trabajar</li><li>• Realizar el estudio de mercado</li><li>• Tabulación de la información</li><li>• Analizar los datos generados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar la muestra con la que vamos a trabajar.</li><li>• Realizar encuestas.</li><li>• Recopilar toda la información para tabularla.</li><li>• Ver las necesidades de la empresa y de los clientes.</li></ul>	6
Elaborar un estudio técnico sobre los productos a comercializar.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Indicar cuales son los procesos para realizar las importaciones.</li><li>• Analizar cuáles son los principales productos que vamos a comercializar según la demanda del mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Determinar la muestra con la que vamos a trabajar.</li><li>• Realizar encuestas.</li><li>• Recopilar toda la información para tabularla.</li><li>• Analizarlas necesidades de la</li></ul>	4

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimar las cantidades adecuadas con las que debemos manejar nuestro inventario.</li> </ul>	<p>empresa y de los clientes.</p>	
<p>Analizar el estudio financiero para ver si es o no factible el proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer flujo de caja con los que contamos para poder crear la sucursal de Gova Exclusive</li> <li>• Comparara y analizar los costos de ventas de los productos importados, unas ves nacionalizados.</li> <li>• Establecer los costos en los que va a incurrir el nuevo local</li> <li>• Indicar los principales indicadores proyectados de la expansión y ver qué resultados nos genera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los flujos futuros de la empresa.</li> <li>• Indicar los costos de importar los productos y sus respectivos impuestos para obtener los costos totales.</li> <li>• Conclusiones que servirán de base para la toma de decisiones de invertir o no en la expansión.</li> <li>• Analizar si es factible o no la creación de una sucursal basándonos en los datos obtenidos.</li> </ul>	4

Total de semanas: 20

## 2.16 Referencias:

Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*, México D.F: McGraw-Hill.

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina*, México: Pearson.

Correa, G. J., Ramírez, B. L., Castaño, R. C. (2010). *La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 18(1), 179-194. Retrieved October 21, 2015, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-68052010000100011&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052010000100011&lng=en&tlng=es) .

Porter.M, E., Bueno, C. E. (2009). *Estrategia Competitiva*, Madrid, Pirámide.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (2011). *Para importar:*

*Electronic referenes*. Recuperado de:

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

Vargas Urzola, A. (2002). *Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas*. Estudios Gerenciales, 18(82), 93-108. Retrieved October 21, 2015, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232002000100005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000100005&lng=en&tlng=es) .

## 2.17 Anexos:

N/A

## 2.18 Firmas de responsabilidad:

\_\_\_\_\_  
Andrés Santiago González Vásquez

0103744678

**2.19 Firma de responsabilidad:**

---

Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre., MAE

0103580890

**2.20 Fecha de entrega:**

## 2.16 Referencias:

Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*, México D.F: McGraw-Hill.

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina*, México: Pearson.

Correa, G. J., Ramírez, B. L., Castaño, R. C. (2010). *La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 18(1), 179-194. Retrieved October 21, 2015, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-68052010000100011&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052010000100011&lng=en&tlng=es) .

Porter.M, E., Bueno, C. E. (2009). *Estrategia Competitiva*, Madrid, Pirámide.

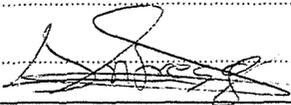
Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (2011). *Para importar: Electronicreferences*. Recuperado de: [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

Vargas Urzola, A. (2002). *Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas*. Estudios Gerenciales, 18(82), 93-108. Retrieved October 21, 2015, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232002000100005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000100005&lng=en&tlng=es) .

## 2.17 Anexos:

N/A

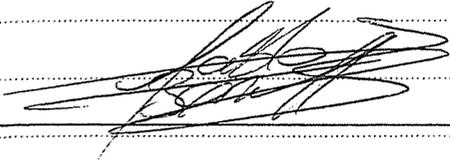
## 2.18 Firmas de responsabilidad:



Andrés Santiago González Vásquez

0103744678

**2.19 Firma de responsabilidad:**



Ing. Pablo Francisco Bernal Aguirre., MAE

0103580890

**2.20 Fecha de entrega:**