



Tecnología Superior en Administración

**Título de la propuesta: Modelo Canvas para la creación
de la Importadora La Percha Quito-Ecuador**

Trabajo de titulación presentado como requisito previo
para optar por el **título de Tecnólogo Superior en
Administración**

Autor: Cepeda Bolaños, Ángel David

Tutor: Zambrano Acosta, Juan Carlos

Quito, Marzo 2023

Derecho del Autor

Yo, Ángel David Cepeda Bolaños con cédula de ciudadanía Nro. 171475764-6 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Ángel David Cepeda Bolaños

171475764-6

0987293411

alejo120405@gmail.com

Constancia de Aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto: Modelo Canvas para la creación de la importadora La Percha Quito Ecuador aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” presentado por el Sr Cepeda Bolaños Ángel David de la promoción 1-4TSADQ1, para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 10 días del mes de marzo del 2023

Atentamente,

Dr. Juan Carlos Zambrano Acosta

Cédula: 1708904287

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Cepeda Bolaños Ángel David con cédula de identidad 1714757646, en calidad de egresado de la Carrera en Administración 1-4TSADQ1, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Cepeda Bolaños Ángel David

171475764-6

0987293411

alejo120405@gmail.com

Dedicatoria

Este trabajo de investigación lo dedico en especial a mi familia: mis padres por ser el ejemplo de lucha y esfuerzo a seguir, a mi esposa por su cariño y comprensión, a mis hijos que continúen con sus estudios y logren ser personas de bien, a mis hermanos por sus consejos para no decaer en los malos momentos y a mi querida Abuelita Angélica gracias por darme su voz de aliento para poder llegar lejos.

Ángel David Cepeda Bolaños

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios por permitirme estar con salud, trabajo y bienestar y al haber llegado a estas instancias y no haberme dado por vencido cumpliendo así este sueño tan anhelado.

A mis padres Fernando y Angélica que a la distancia que nos encontramos, siempre estuvieron alentándome a luchar por cumplir mis metas siendo mi ejemplo de esfuerzo y sacrificio por demostrarnos que a base de dedicación, empeño y valentía podemos llegar a ser grandes seres humanos.

A mi querida esposa, amiga y compañera de carrera Tatiana por ser el pilar fundamental en todo este trayecto, gracias a su apoyo incondicional, su comprensión, ingenio e inteligencia, hemos llegado a la meta que iniciamos juntos, tras un arduo sacrificio que valió la pena arriesgarse.

A mis hijos Alejandro, Ryan y Alice que a pesar de sus diferencias de edad entenderán más adelante que las cosas que uno se traza en la vida los puede cumplir siempre y cuando se empeñen y esfuercen por obtenerlas, que sea para ellos un ejemplo de sacrificio, amor y dedicación, demostrándoles que todo esfuerzo vale la pena.

A mis compañeros y amigos de estudio, que nunca nos rendimos a pesar de la nueva modalidad de estudio que adoptamos, siempre estuvimos cerca para echarnos una mano, que las malas noches ahora sean el fruto de ello.

A todo ellos mi profundo agradecimiento.

Ángel David Cepeda Bolaños

Resumen Ejecutivo

La aplicación del modelo CANVAS para la creación de la Importadora La Percha en la ciudad de Quito sector la Tola busca fomentar un consumo más responsable de artículos nuevos y de segunda mano, contribuyendo con el medio ambiente, alargando la vida de los productos y evitando la sobreproducción de los mismos creando una cultura ecológica en la sociedad y ajustándose a las necesidades de personas que buscan precios cómodos y accesibles ofertando una manera diferente de vestir y de adquirir algún artículo de interés a un menor costo.

En el capítulo I del proyecto de investigación estará constituido por una introducción de como se ha planteado el problema y fundamentación teórica, mediante la implementación de un marco teórico, acompañado de definiciones importantes que aporten al desenvolvimiento del trabajo. En lo que respecta al marco legal, se citan requisitos que permiten el desarrollo de esta investigación.

El capítulo II se enfocará en dar a conocer el diseño metodológico que será utilizado en el trabajo, así también la unidad de análisis que se utilizará para la obtención y medición de resultados que dará sustento a la necesidad de implementar un modelo para la creación de la Importadora La Percha en la ciudad de Quito sector la Tola.

En el capítulo III se plasmará la propuesta del proyecto, moldeada en el modelo CANVAS, donde se aplicará los nueve aspectos del mismo de tal forma que, el modelo para la creación de la Importadora La Percha sea establecido como un modelo de negocio. Además, se toman en cuenta los beneficios que se obtendrá del proyecto de investigación.

Palabras Claves: Importadora, modelo Canvas, La Tola, La Percha, Segunda Mano.

Abstract

The application of the Canvas Model for the creation of Importadora La Percha in the city of Quito, La Tola sector, seeks to promote a more responsible consumption of new and second-hand items, contributing to the environment, extending the life of the products and avoiding their overproduction, creating an ecological culture in society and adjusting to the needs of people who seek comfortable and accessible prices, offering a different way of dressing and acquiring an item of interest at a lower cost.

In Chapter I of the research project will consist of an introduction of how the problem and theoretical foundation has been raised, through the implementation of a theoretical framework, accompanied by important definitions that contribute to the development of the work. Regarding the legal framework, requirements are cited that allow the development of this research.

Chapter II will focus on publicizing the methodological design that will be used in the work, as well as the unit of analysis that will be used to obtain and measure results that will support the need to implement a model for the creation of the Importer La Percha in the city of Quito sector la Tola.

In Chapter III will reflect the project proposal, modeled on the CANVAS model, where the nine aspects of it will be applied in such a way that the model for the creation of Importadora La Percha is established as a business model. In addition, the benefits that will be obtained from the research project are taken into account.

Keywords: Importer, Canvas model, La Tola, La Percha, Second Hand.

Índice

Derecho del Autor.....	2
Constancia de Aprobación del Tutor	3
Declaratoria de Responsabilidad	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento.....	6
Resumen Ejecutivo	7
Abstract.....	8
Introducción	16
Tema.....	17
Planteamiento Del Problema.....	17
Árbol de Problemas	18
Idea a Defender	19
Justificación.....	20
Objetivos	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Líneas y Sub líneas de Investigación	22
Líneas y Sub líneas de Investigación	22
Materias Integradoras	22
Capítulo I	24
Marco Teórico.....	24
Modelo Canvas.....	24
Definición de las 9 categorías para el modelo Canvas.....	24
¿Para qué sirve el modelo Canvas?	26
¿Importancia del modelo Canvas en la empresa?.....	27
Reseña Histórica.....	27

Importación.....	27
Aduana.....	28
El Derecho Aduanero	28
Impuestos.....	28
Ecuapass	29
Vue	29
Percha	29
Tiendas de ropa.....	29
Ropa usada	29
Vintage	30
Reciclaje.....	30
Marco Legal	30
Apertura de una cuenta de integración de capital.....	31
Elevar la escritura pública	31
Obtener los permisos municipales.....	31
Inscripción de los nombramientos.....	31
Obtener los documentos habilitantes.....	31
Inscribir el nombramiento del representante	31
Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	31
Permisos	32
Permiso de Importación.....	32
Marco conceptual	33
Casilla Postal	33
Contribución	33
Control Tributario.....	33
Courier.....	33
E-commerce.....	33

Equidad.....	34
Importadora	34
La economía circular	34
Moda sostenible.....	34
Partida arancelaria	34
Reciclar.....	34
Renovable	34
Sostenibilidad	35
Sostenible	35
Trueque.....	35
Capitulo II.....	36
Diagnóstico Situacional	36
Diseño de la Investigación	36
Enfoque Cuantitativo.....	36
Método Científico.....	36
Investigación de campo o diseño de campo	36
Investigación Descriptiva	37
Unidad de análisis.....	37
Población y Muestra	38
Técnicas de investigación.....	39
Encuesta.....	39
Cuestionario.....	39
Análisis de resultados	40
Conclusión del diagnóstico situacional	48
Capítulo III.....	49
Propuesta.....	49
Segmentación del mercado	49

Propuesta de Valor	50
Canales	53
Relación con el cliente.....	55
Fuentes de Ingresos	56
Presupuesto de Ventas.....	57
Recursos Clave	57
Recursos Humanos	58
Físicos- Tecnológicos	58
Financieros	61
Actividades Claves	62
Aliado Clave	64
Estructura de costes	65
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Bibliografía	68
Anexos	71

Índice de Figuras

Figura 1	18
Figura 2	25
Figura 3	37
Figura 4	38
Figura 5	40
Figura 6	41
Figura 7	42
Figura 8	43
Figura 9	44
Figura 10	45
Figura 11	46
Figura 12	47
Figura 13	54
Figura 14	58
Figura 15	59
Figura 16	59
Figura 17	60
Figura 18	63
Figura 19	76

Índice de Tablas

Tabla 1	22
Tabla 2	22
Tabla 3	40
Tabla 4	41
Tabla 5	42
Tabla 6	43
Tabla 7	44
Tabla 8	45
Tabla 9	46
Tabla 10	47
Tabla 11	49
Tabla 12	49
Tabla 13	50
Tabla 14	51
Tabla 15	54
Tabla 16	56
Tabla 17	56
Tabla 18	57
Tabla 19	57
Tabla 20	60
Tabla 21	61

Tabla 22	61
Tabla 23	64
Tabla 24	64
Tabla 25	65
Tabla 26	73
Tabla 27	73
Tabla 28	74
Tabla 29	74
Tabla 30	74
Tabla 31	75
Tabla 32	75
Tabla 33	75

Introducción

Es la compra y venta de artículos nuevos y usados como ropa, juguetes, perfumes, accesorios visionados en un modelo de negocio rentable y sostenible.

El proyecto se fundamenta en la creación de una importadora de artículos nuevos y de segunda mano comercializados a través de redes sociales y ferias a realizarse en la ciudad de Quito sector La Tola ya que es una de las zonas de más afluencia de gente, con esto fomentamos a los consumidores a ser más conscientes comenzando por educarlos e introducirlos a generar prácticas sostenibles con el fin de reducir los efectos negativos de la fabricación de nuevas prendas de vestir. Y una de las iniciativas incluye prácticas económicas circulares como parte de la moda sostenible, tratando de concretar el futuro de la economía circular, donde se pone énfasis en los materiales, el diseño de la ropa y artículos y la extensión de la vida útil de los productos.

Destacando estos factores es importante que las empresas sean conscientes de su responsabilidad por los efectos de sus actividades empresariales y comprendan el vínculo entre este crecimiento y su contribución al desarrollo sostenible del país.

Tema

Modelo Canvas para la creación de la importadora La Percha Quito - Ecuador

Planteamiento Del Problema

El propósito de estudio de este proyecto es generar conciencia en las personas para que puedan entender que es la economía circular o sustentable, es la mejor opción para reciclar los artículos que no usemos en casa. La economía actual está viendo más personas comprando ropa usada y con buenas razones. Son asequibles, únicos y aún se ven bien

El continuo crecimiento de la población mundial ha normalizado exponencialmente la producción y el consumo, lo que se relaciona con la rápida explotación de los recursos naturales impidiendo su renovación en los ecosistemas y promoviendo la competitividad para reducir costos. Por ello, se introduce el concepto de desarrollo sostenible, que ha cobrado importancia en el desarrollo de las empresas actuales debido a la creciente preocupación y conciencia de los consumidores por los problemas sociales y medioambientales.

En la actualidad está de moda el marketing digital el cual nos muestra millones de productos que antes no podíamos adquirir tal vez por su distancia, costo o precio, esto ha permitido que vayamos más allá de nuestras fronteras y busquemos comprar artículos en otros países a menor costo. Pero existen personas que al momento de la compra se fijan en las marcas de los productos, el estado, los precios y por último las que no le interesa los detalles anteriores sino solo la adquieren por su gusto y de eso se trata este modelo de negocio en ofrecer esos artículos y/o prendas que hemos soñado tenerlos pero a un menor costo.

A pesar que en los últimos años en Ecuador y especialmente en Quito se ha puesto de moda las famosas ventas de garaje y los conocidos pulgueros donde encontramos varios artículos a costos económicos y al alcance de nuestro bolsillo. Por ello es que con este modelo de negocio se propone importar artículos nuevos y usados en perfecto estado y de buena calidad.

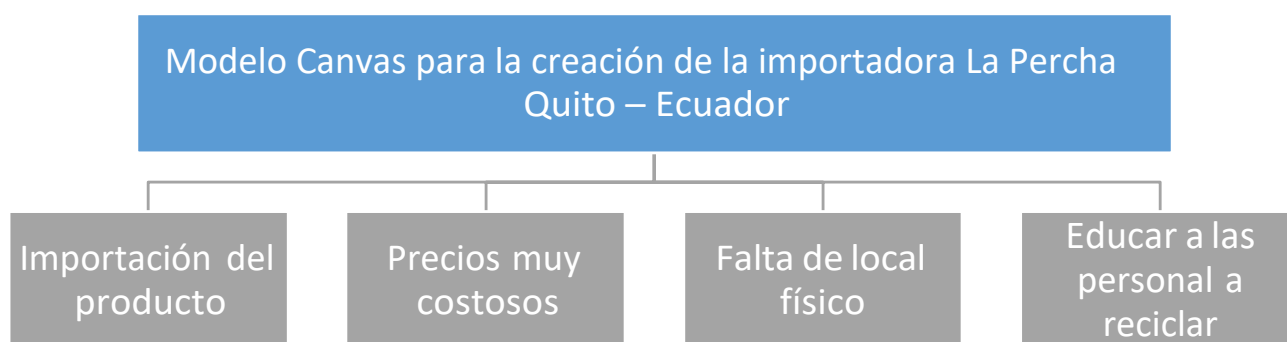
Bajo los principios descritos, se fundamenta la siguiente pregunta de investigación:

¿Es viable la creación de la importadora la Percha en Quito?

Árbol de Problemas

Figura 1

Árbol de Problemas



Nota: Elaborado por el autor.

Idea a Defender

La idea de negocio Canvas de la importadora la Percha se presenta como una alternativa de contribución con el medio ambiente fomentando de esta manera un consumo responsable en la compra de artículos nuevos y de segunda mano diciéndole al mundo que se puede vivir más con menos. Más espacio en casa, más dinero extra, más experiencias nuevas y menos cosas sin usar guardadas en el armario.

La idea principal de negocio de este emprendimiento es el reciclaje. Se puede empezar por vender objetos que se tenga en casa y que, a su vez no tengan uso, así se podría reunir recursos suficientes para poder iniciar algo más grande y al mismo tiempo deshacerse de pertenencias que tal vez nunca más se volverán a usar, de esta forma es como comienza el reciclaje y ayudar al planeta al optimizar recursos, ahorrando los costos que se traduce en una mayor rentabilidad para la industria y para el país, generando de esta forma un desarrollo de una economía verde o sustentable.

Se pretender ser los pioneros en ofrecer artículos importados que sean exclusivos como relojes, perfumes, ropa de marcas conocidas que en el Ecuador pueden llegar a tener un valor elevado que podrá ser adquirido a un menor costo que en los locales comerciales. Se dará a conocer a los clientes los artículos a través de las redes sociales, venta de garaje y en la participación de ferias organizadas en sitios estratégicos con el fin de llegar a más personas y pasar la voz que se puede salvar al mundo si se recicla.

Justificación

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad fomentar el reciclaje y concientizar a las personas que se puede salvar el medio ambiente con solo adquirir artículos que ya no se use en casa.

Esta idea de negocio nace a raíz de la venta de artículos de segunda mano que tenía guardados en casa sin darles uso y después de la crisis de la pandemia que dejó a muchas personas sin empleo lo que obligo a varias personas a recortar su presupuesto al momento de adquirir prendas de vestir y artículos para el hogar.

“LA PERCHA” ofrece una manera diferente de vestir y de adquirir algún artículo de interés a precios bajos y dejando a un lado los prejuicios que causan las personas con sus opiniones del que dirán si utilizo algo usado, rompiendo ese esquema. Las personas entienden el valor de un producto reciclado y si se lleva a cifras claramente se hace más consciente de su valor no solo monetario sino del aporte al cuidado del medio ambiente.

Está dirigido a un segmento de personas tanto como para hombres y mujeres de todas las edades interesados en encontrar alternativas de vestimenta económicas y artículos como ropa, juguetes, perfumes, accesorios, nuevos y usados pero en perfectas condiciones es así cuando se entra a competir con todas esas empresas que venden ropa y demás artículos aplicando branding, inyectando ese plus que va a diferenciarse de los demás, colocando etiquetas que se identifique la marca resaltando el estado del artículo.

Objetivos

Objetivo General

Crear un emprendimiento mediante el plan de negocio del modelo Canvas para la importación de artículos nuevos y de segunda mano, creando una cultura ecológica en la sociedad y ajustándose a las necesidades de las personas que buscan precios cómodos y accesibles.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el planteamiento de un modelo Canvas para la creación de la importadora La Percha en la ciudad de Quito sector la Tola, alargando la vida de los artículos usados contribuyendo con el medio ambiente y evitando una sobreproducción de los mismos.
- Recolectar información investigativa que muestre el nivel de interés y aceptación para poder implementar el modelo de negocio de economía circular con la creación de la Importadora La Percha en la ciudad de Quito sector la Tola.
- Desarrollar la propuesta para la implementación basado en el modelo de negocio CANVAS para la creación de la Importadora La Percha en la ciudad de Quito sector la Tola.

Líneas y Sub líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y Sub líneas de Investigación

Tema de Investigación	Modelo CANVAS para la creación de la Importadora La Percha Quito-Ecuador.
Línea de Investigación de la Carrera	Fomentar una economía sustentable.
Sublíneas de Investigación de la Carrera	Emprendimiento e innovación.

Fuente: Información proporcionada por Tecnológico Universitario Pichincha.

Materias Integradoras

Tabla 2

Materia Integradora

	MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
Ejes de Formación	Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, organización y control de los recursos humanos y materiales.
	Estadística	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación, descripción y análisis de datos.
	Metodología de la investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de investigación. • Resolución al problema. • Justificación de la investigación.
	Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de presupuestos, normas de control y estimación de precios.

Marketing para emprendedores	<ul style="list-style-type: none">• Utiliza elementos de marketing para promocionar su negocio.• Aplica estrategias en el mercado digital para dar a conocer su producto.• Ser más competitivo.
Gestión de la Calidad	<ul style="list-style-type: none">• Planificación, implementación y controla de diversas actividades.• Asegura la estabilidad y continuidad del trabajo de acuerdo a las expectativas del cliente.

Fuente: Información proporcionada por Tecnológico Superior Pichincha.

Capítulo I

Marco Teórico

Modelo Canvas

Es una metodología de gestión estratégica que permite visualizar los aspectos más importantes de tu negocio: cómo se relacionan entre sí y cómo se compensan entre sí. Brinda visibilidad de la infraestructura, la entrega, los clientes y las finanzas de su organización para que pueda identificar brechas y analizar el rendimiento. Desarrollada por el consultor empresarial Alexander Osterwalder y el profesor de gestión y sistemas de información Yves Pigneur.

Definición de las 9 categorías para el modelo Canvas

1. Segmentos de clientes

Identifica a clientes potenciales para la empresa, que pensamiento tienen, que observan, que sienten, enfocarse en las necesidades específicas del mercado.

Identifica tus clientes más importantes para que a largo plazo puedan agruparse por necesidades comunes. Las organizaciones a menudo atienden a más de un grupo de clientes y una buena táctica es segmentarlos. Identificar las necesidades de cada grupo, los requisitos específicos y el valor que aportan en su organización

2. Propuesta de valor

¿Porque los clientes elegirían nuestro producto a diferencia de los demás por qué sus clientes consumen su producto, por qué compran, cómo se destaca su organización de la competencia?. Dar plus en cantidad, precio, servicio, rapidez y condiciones de entrega sin dejar de lado la calidad resaltando en diseño, etc este es el valor que se ofrece al segmento de mercado.

3. Canales

Es la manera de cómo llegar a los clientes en el momento adecuado. La ubicación de compra, la entrega del producto y los servicios provistos también son elementos decisivos. Es recomendable combinar canales físicos y digitales haciendo un buen uso se lograra llegar a los clientes ideales.

Los canales para los clientes tienen 5 etapas diferentes: información, compra, entrega, evaluación y posventa. ¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios?.

4. Relación con los clientes

¿Cómo alcanzarlos, mantener la fidelidad y lograr posicionarse? Al anticiparte a una de las necesidades de los clientes, sabes cómo y por qué medios promocionar tus productos para atraer su atención. Un buen servicio repercute la experiencia del cliente definiendo el tipo de atención, asegura buenas y estables relaciones con los clientes en el futuro.

5. Fuente de ingresos

¿Cómo genera ingresos es tu propuesta de valor? Es la manera en la que vas a conseguir el dinero para que tu negocio funcione, la estructuración de costos y flujos de ingresos brinda una imagen clara de cómo su organización genera ingresos. Puede tener diferentes fuentes de ingresos, ejemplo: venta de activos, ventas, préstamo, alquiler.

6. Características clave

¿Qué estrategias únicas tiene su empresa para proporcionar una propuesta al cliente? Al tener una buena comprensión de las funciones principales de su negocio, tendrá una comprensión más completa de la propuesta de valor de su organización. Son los activos más importantes para que el modelo de negocio funcione, no se trata solo de producción, se trata de centrarse en la resolución de problemas, la creación de redes y la calidad del producto o servicio. Cuando una organización tiene claro el valor que ofrece al cliente, puede desarrollar una mejor relación con los clientes existentes, lo cual es útil para encontrar nuevos clientes y así diferenciarse de.

7. Recursos clave

Los recursos estratégicos para crear y mantener el negocio tanto financieros y humanos. Los recursos físicos pueden incluir como equipos recursos marcas, patentes y los recursos financieros de las fuentes de ingresos y los recursos humanos.

8. Asociaciones Clave

Con que empresas tiene alianzas para poder abastecer sus productos considerando que debe estar dispuesta a cubrir la demanda del consumidor aquí se describen los proveedores con lo que va contar La Percha para el correcto funcionamiento y mantenimiento del negocio.

9. Estructura de costos

Comprende los costos relacionados con el negocio para ponerlo en marcha los que se deben pagar y optimizar; al principio lo común es hacer más inversiones que ingresos así que hay que ajustar los costos y no desviarnos del presupuesto para así evitar problemas de financiación.

Figura 2

Modelo Canvas de Negocio



Nota: (Gisela Parra,2016)

¿Para qué sirve el modelo Canvas?

Este modelo Canvas ayuda a poner en marcha el negocio de forma estructurada desarrollando nuevas ideas, aquí se visualizan aspectos muy importantes del modelo de negocio, se analiza a la competencia de modo que sea posible encontrar funciones importantes, áreas de mejora, a distinguir lo más importante y relevante que se destaca el negocio.

¿Importancia del modelo Canvas en la empresa?

El modelo Canvas es una herramienta ideal para una comprensión más directa y estructurada del modelo de negocio. Se usa para entender el modelo de negocio y como esta comprendido ayudando a identificar a los clientes, la propuesta de valor que se ofrecen a los mismos, qué canales se utilizan y el dinero que va generar.

Esta herramienta no solo ayuda a comprender cuales son sus clientes y sus productos, sino que también ayuda a todos los que conforman el negocio a adoptar el mismo enfoque. Como herramienta de calidad, debe complementarse con modelos cuantitativos como gestión de datos y números, así como herramientas financieras, contables y de marketing. Una vez que el modelo Canvas está estructurado, puede modelar su negocio, generar nuevas ideas para implementar y actualizar los cambios necesarios.

Reseña Histórica

Importación

Según, SENA (2017) la importación “Es la acción de importar mercadería extranjera hacia nuestro país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN al que se haya sido declarado”. Esto quiere decir que, la importación es el ingreso de productos provenientes del exterior, siempre que, esté en regla todos los documentos relacionados a dicha mercancía y así mismo cumpla con las leyes del comercio exterior señaladas por las autoridades de la Aduana.

A estas dos partes se les conoce como "importador" y "exportador" son dos conceptos que siempre van de la mano.

Se considera importador al agente que compra productos o servicios producidos en otro país. Importador es una persona que vende sus servicios o productos manufacturados en el exterior. (Miguel Mones, 2020) En otras palabras, la importación es la llegada Aviso legal de bienes desde el país de origen al país de importación, principalmente para satisfacer el consumo, que en ocasiones no puede ser provisto con los recursos propios del país.

La importación en sí misma significa el traslado de mercancías, que puede hacerse de diversas formas: por mar, río, tierra o aire. La importación afecta la balanza comercial de un país, que es un registro que muestra la conexión entre importaciones y exportaciones. En

general, se considera positivo cuando las exportaciones superan a las importaciones, y negativo cuando ocurre lo contrario: las importaciones superan a las exportaciones.

Aduana

La Aduana es una agencia del gobierno público que existe en todos los países y está bien distribuida en todo el territorio del país. Es el encargado de regular el tránsito de personas, productos o servicios. Están ubicados en diversas zonas estratégicas para controlar el tráfico de productos totalmente ilegales: Puertos, aeropuertos, fronteras e incluso estaciones de ferrocarril. La Aduana es la encargada de llevar la información de todo lo que se importa e importa al país, por lo que, si estás pensando en comprar o vender algún producto en el exterior, debes estar al tanto de esta dependencia.

El Derecho Aduanero

“Es un conjunto de normas jurídicas que, a través de las aduanas, regulan las actividades relacionadas con el comercio exterior, la importación y exportación de mercancías hacia y desde el territorio nacional, el modo y forma de transporte de estas mercancías, así como las partes involucradas. Proceso de importación y exportación para personas naturales o jurídicas de importadores y exportadores a instituciones administrativas y financieras. El Código Aduanero tiene su fundamento en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y se rige por el Código Aduanero y su Reglamento, el Código Fiscal de la Federación y el Código de Comercio Exterior. El derecho aduanero es muy importante tanto en el comercio nacional como internacional porque es parte integral de la legislación nacional, regula el movimiento de mercancías exportadas e importadas entre diferentes países para proteger la economía y la legislación nacional.

Impuestos

José Álvarez de Cienfuegos: "Los impuestos son una parte de la renta nacional, que el Estado utiliza para satisfacer las necesidades públicas, desviando la atención de las rentas de la economía privada, sin otorgarles especial compensación y reciprocidad”

“Los impuestos son prestaciones en dinero, al Estado y demás entidades de Derecho Público, que las mismas reclaman en virtud de su poder (Roberto Santillán,1962), en forma y cuantía determinadas unilateralmente y sin contraprestación especial con el fin de satisfacer las necesidades colectivas”

Ecuapass

Es un sistema operativo informático diseñado para simplificar el proceso de despacho a duanero, con total transparencia en sus operaciones y conectividad con las autoridades públicas que necesiten información al respecto. (Iván Encalada, 2021)

Vue

Esta es una herramienta electrónica (parte de ecuapass) utilizada por usuarios o comerciantes extranjeros para presentar requisitos para obtener documentos relacionados con la importación o exportación. (Iván Encalada, 2021)

Percha

El significado de esta palabra incluye piezas o muebles hechos de metal o madera con perchas adheridas, asociadas, adheridas a artículos como sombreros y ropa, fijadas a paredes o, o un palo largo o un pie en el suelo. Objeto ligero que consiste en un soporte para colgar ropa, con ganchos en la parte superior a modo de varilla.

Una percha, perchero o hombrera es un dispositivo con forma de hombro humano que cuelga principalmente chaquetas, suéteres, camisas, blusas o vestidos de palos más largos para evitar que se arruguen. También los pantalones. Algunos modelos también tienen un clip para falda.

Tiendas de ropa

Una tienda de ropa se define como "un establecimiento dedicado principalmente a la venta de todo tipo de prendas relacionadas con el uso y cuidado de la apariencia personal". (Keane, 1985, p. 18) Lo antes mencionado, hace referencia a la actividad que realizan las tiendas de ropa, la cual es ofertar prendas de vestir para damas y caballeros para satisfacer sus necesidades.

Ropa usada

En primer lugar, se definirá a la palabra ropa en donde ésta es "todo género de tela de seda, lana o lino, que sirve para el uso o adorno de las casas; y particularmente los vestidos, cualquier cosa que sirve de especial abrigo" (González Arnao, 1822, p. 1288) Posteriormente, al término usada se la determina como "gastado o deslucido con el uso" (González Arnao, 1822, p. 1468).

La ropa usada se crea porque el dueño decidió no usarla más por varias razones y la vendió con descuento o la tiró. (López, 2008)

La selección de esta clase de ropa, va estar dada obedeciendo del tipo de marca, calidad y estilo, determinando así sus precios. Esta elección asimismo concreta al público objetivo, cautivando consumidores que distinguen la circunstancia de conseguir una prenda magnífica y con una condición a contradicción del retail (Troya,2015).

Vintage

Tendencia estética que consiste en guardar ropa, o ropa diseñada o fabricada durante la época de la moda. A menudo se usa para ropa de grandes diseñadores y artículos que se han mantenido en buenas condiciones y, por lo tanto, todavía tienen un alto valor monetario. (Guillén, 2010) (3)

Reciclaje

Someter materiales usados o desechos a un proceso de conversión o reciclaje para su reutilización. (Arcas, 2014)

Marco Legal

Basándonos en el marco legal para poder implementar un negocio de importación de mercadería en el sector centro norte de Quito barrio la Tola Alta, se revisarán e implementarán las normas y leyes vigentes para que este pueda entrar en funcionamiento.

Para Solidario (2012), la constitución de la empresa, es indispensable realizar los trámites legales teniendo los siguientes pasos:

- **Denominación:** Aprobación de la denominación de la empresa; el abogado presenta varias alternativas de nombres de la empresa a formarse, la Superintendencia de Compañías aprueba una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no exista otra denominación semejante.
- **Estatutos:** Elaboración del proyecto minuta, que contiene los estatutos que han de regir los destinos de la empresa, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un abogado.

Apertura de una cuenta de integración de capital

En cualquier entidad financiera del país, los requisitos básicos son los siguientes:

- Capital mínimo de \$400 para compañía limitada.
- Carta de socios detallando la participación de cada uno.
- Copias de cedula y papeleta de cada socio.

Elevar la escritura pública

Los estatutos son revisados y aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante un Notario, en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con firmas de los socios fundadores.

Obtener los permisos municipales

Obtener la patente municipal y un certificado de cumplimiento de obligaciones.

Inscripción de los nombramientos

Inscribir la Compañía en el Registro Mercantil. 8. Realizar la Junta General de Socios.
- En esta reunión se elige a los representantes de la empresa, según se haya definido en los estatutos.

Obtener los documentos habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entrega los documentos para poder aperturar el RUC de la empresa.

Inscribir el nombramiento del representante

En el Registro Mercantil se inscribe el nombramiento del respectivo administrador de la empresa, designado por la Junta de Socios, con su razón de aceptación en 30 días posteriores a su constitución.

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un código que identifica una actividad económica frente a la Administración Tributaria. Se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) toda persona natural o jurídica que preste servicios o venda productos de forma permanente u ocasional está

obligada a pagar impuestos en un país que exige RUC o RISE. Este debe ser el primer paso para un emprendedor ecuatoriano. Existen diferentes procedimientos para obtener un RUC dependiendo de si se trata de una persona natural (por ejemplo, un proveedor de servicios profesionales) o de una jurídica (una empresa que ha iniciado una actividad económica)

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

Permisos

Para la constitución de la importadora la Percha se requiere lo siguiente:

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de Luz.
- Formulario de declaración para obtener la patente
- Registró en ECUAPASS para la importación con la firma comercial ya legalizada.
- Debe registrar su firma que lo diferencia de otras personas que importan para la Declaración Andina del valor (DAV) y del RUC.

Permiso de Importación

La Percha como empresa será constituida como sociedad anónima; la Ley de Compañías en el Art. 143 señala que esta debe tener un capital dividido en acciones que son negociables, sus 3 tenedores o accionistas, son sólo responsables por el monto de sus acciones; el nombre o denominación tiene especificar que se trata de una compañía o sociedad anónima sea en forma explícita o mediante las siglas respectivas; para constituirla hace faltan al menos dos accionistas. Este tipo de empresa es supervisada, vigilada y fiscalizada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que establece un capital mínimo para la constitución de 800 dólares (Conquito, 2019).

Marco conceptual

Casilla Postal

Es una sección que se encuentra en una oficina de correos y que dispone de un número. Dicho espacio se alquila y permite a su titular recibir correspondencia, la cual queda guardada allí hasta su retiro.

Contribución

Es un impuesto que debe recaudarse del contribuyente o beneficiario de beneficios económicos, cuya justificación es la deducción del valor de la propiedad por parte del sujeto como consecuencia de la ejecución de una obra pública o del establecimiento o ampliación de una instalación para obtener una ganancia. servicio público. (López,2012).

Control Tributario

La administración tributaria corresponde al órgano que elabora las leyes e incluye las funciones de liquidación y recaudación de impuestos, así como la liquidación de reclamaciones y absolución de auditorías tributarias.

Todo aquello que se compra tras haber sido utilizado por una o más personas. En algunos casos, si ha tenido más de un dueño se le denomina de "tercera" o "cuarta" mano, según el número de dueños, pero el término "segunda mano" engloba todo.

Courier

Son sociedades reguladas por la Superintendencia de Compañías, que prestan el servicio de transferencias, traslado o envío, y recepción de divisas, paquetes, encomiendas, y sobres, desde y hacia el exterior.

E-commerce

Es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet u otras redes informáticas. Constituye un nuevo soporte para la actividad comercial porque carece de materialidad y de pautas físicas (espacio y tiempo) pero le da accesibilidad y rapidez.

Equidad

La equidad no es “dar a todos lo mismo” sino dar a cada uno lo que le corresponde, es decir que se tienen en cuenta las diferencias de cada caso.

Importadora

El importador es aquel empresario o empresa que se dedica a comprar productos a clientes del exterior para luego venderlos en el mercado local. Es decir, un importador es aquel negocio o persona que adquiere sus mercancías del extranjero. Posteriormente, las vende en su país para obtener una ganancia.

La economía circular

Es un modelo de producción y consumo en el que los materiales y productos existentes se comparten, alquilan, reutilizan, reparan, renuevan y reciclan con la mayor frecuencia posible para crear valor. De esta forma se alarga el ciclo de vida del producto.

Moda sostenible

Es el tipo de moda diseñada, confeccionada y distribuida de acuerdo a los principios de la sostenibilidad, ambientalismo y responsabilidad social.

Partida arancelaria

Esto es parte de la codificación numérica de productos sujetos a importación bajo el sistema de armonización. Como tal, es una subdivisión del código arancelario que existe en las tasas arancelarias.

Reciclar

Es una alternativa sustentable al consumismo. Al disminuir la extracción de nueva materia prima se reduce el uso de energía para la producción de nuevos productos.

Renovable

Es aquello que tiene **posibilidades de ser renovado**. El verbo renovar, por su parte, está vinculado a regresar algo a su primer estado a dejarlo como nuevo.

Sostenibilidad

Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades asegurando un equilibrio entre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social.

Sostenible

Se refiere a algo que puede ser conservado o reproducido por sus propias características sin necesidad de intervención o asistencia externa.

Trueque

El trueque es el intercambio de bienes o servicios entre dos o más personas a cambio de otros bienes o servicios sin necesidad de que exista ningún tipo de dinero por medio.

Capítulo II

Diagnóstico Situacional

La investigación de este capítulo pretender establecer la situación real del modelo de negocio de la importadora La Percha utilizando un enfoque cuantitativo, mediante la técnica de la encuesta recabando información relevante para realizar su análisis respectivo, enfocados en la solución del problema. El método utilizado es el método científico el cual fue realizado basado en la determinación de la población, muestra, y la encuesta.

Diseño de la Investigación

Enfoque Cuantitativo

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para responder preguntas de investigación, probar hipótesis previamente formuladas y usar estadísticas para identificar mediciones numéricas, conteos y patrones de comportamiento de la población, a menudo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 5).

Para el desarrollo del proyecto se adoptará este modelo de enfoque estableciendo resultados numéricos que faciliten la obtención de datos para la investigación de estudio enriqueciendo el desarrollo del mismo.

Método Científico

El método de trabajo científico es la sucesión de pasos que debemos dar para descubrir nuevos conocimientos, en otras palabras, para probar o disprobar hipótesis que indican o predicen conductas de fenómenos. (Pardinas,1998), es decir, seguimos un procedimiento de manera lógica aplicando técnicas para resolver un problema.

Investigación de campo o diseño de campo

Es la recogida de datos a partir de un registro sistemático, válido y fiable de comportamientos y circunstancias, en función de los medios utilizados, el número de observadores y el lugar donde se lleva a cabo, con un único objetivo: recoger Obtener datos de fuentes reales. fuentes para obtener información clara y concisa sobre un tema en particular.

(Sampieri,2018) la herramienta que utilizaremos por esta ocasión es la encuesta realizada en el cantón quito, parroquia centro histórico, sector centro, barrio la tola alta del mismo

Técnicas de investigación

La técnica de investigación seleccionada ha sido la recolección de datos y el instrumento que será utilizado es la encuesta, la misma que ayudará en la recolección de datos.

En el presente estudio se aplicará una encuesta que consta de 8 preguntas a un grupo de 125 personas que nos permitirá recolectar información de nuestros clientes. Y que será enviada vía electrónica a nuestros futuros clientes de la zona contemplada a nuestro plan de estudio.

Encuesta

Según Tamayo y Tamayo (2008: 24), “Es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

De acuerdo a las técnicas de investigación que existen y conforme al objetivo de la investigación se ha optado por crear una encuesta online en la plataforma de Google forms misma que consta de 8 preguntas las cuales serán analizadas con el fin de determinar las necesidades, gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.

Cuestionario

Es una serie de preguntas ordenadas, que buscan obtener información de parte de quien las responde, para servir a quien pregunta a ambas partes y es de suma importancia que las preguntas estén bien realizadas para sacar un resultado más real de las necesidades de nuestros posibles compradores.

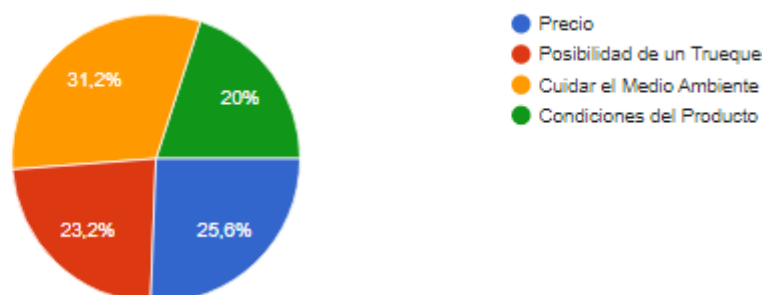
Análisis de resultados

1.- ¿Qué factor considera que influye al momento de comprar un artículo de segunda mano?

Figura 5

Gráfico resultado pregunta 1

125 respuestas



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 3

Resultados pregunta 1

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Precio	32	25,60%
Posibilidad de un Trueque	29	23,20%
Cuidar el Medio Ambiente	39	31,20%
Condiciones del Producto	25	20,00%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

El cuidado del medio ambiente es el principal motivo para comprar productos de segunda mano con una amplia mayoría: así, el 31.20% de los encuestados selecciona esta opción como el factor primordial de compra.

Con una distancia corta, el segundo factor que motiva este tipo de compras, para el 25.6% el precio factor importante al momento de la compra ya que la economía que actualmente atravesamos nos obliga a buscar otras opciones de compra de artículos a un menor valor.

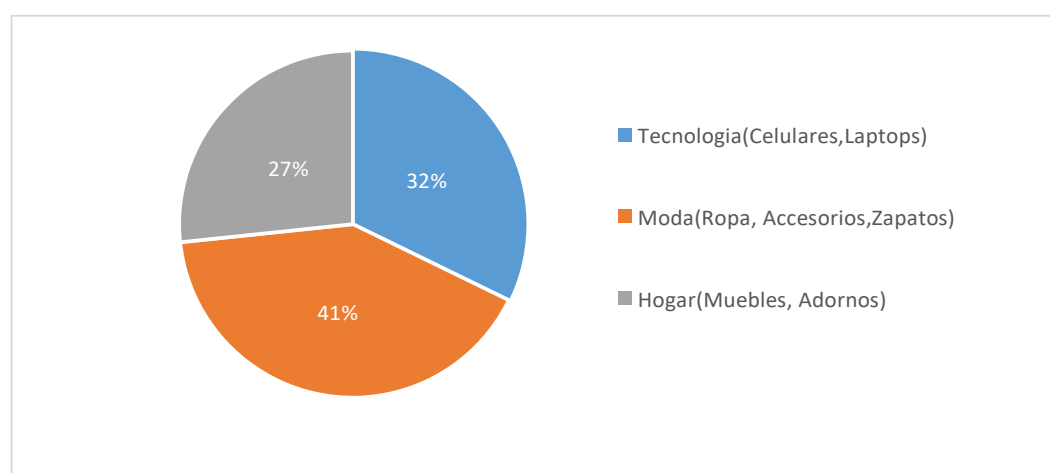
La posibilidad de un truke quedando en tercer lugar para el 23.20% de los encuestados han escogido esta opción de intercambiar artículos con el fin de obtener otro en las mismas condiciones o valor del mismo, esto puede suceder en vista que no están en posibilidades económicas de adquirir el artículo.

Como último criterio quedan las condiciones del producto para el 20.00% dando a entender que muy abajo del cuidado del medio ambiente, precio y trueque no les sería de mucha importancia las condiciones del artículo o producto resumiendo con esto que la mayoría de encuestados están enfocados al cuidado del medio ambiente fortaleciendo con esto la economía circular.

2.- ¿Qué clase de artículos de segunda mano elegiría comprar?

Figura 6

Gráfico resultado pregunta 2



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 4

Resultados pregunta 2

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Tecnología(Celulares,Laptops)	38	32%
Moda(Ropa, Accesorios,Zapatos)	65	41%
Hogar(Muebles, Adornos)	22	27%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

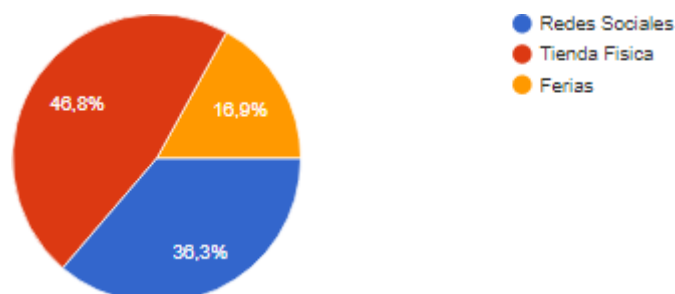
En el pódium de tipología de productos de elección por los futuros clientes con mayor preferencia de consumo con el 41% de entrevistados optaron por la moda entre sus mayores preferencias esta la ropa, seguido por los artículos relacionados con la tecnología como: celulares, laptops o audífonos con un 32%.

El 27% han elegido especialmente artículos para el hogar como su mayor preferencia de compra ya que suelen haber en las ferias muebles de oportunidad de segunda mano, pero en perfecto estado.

3.- ¿Qué canales de compra es de su preferencia para artículos de segunda mano?

Figura 7

Gráfico resultado pregunta 3



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 5

Resultados pregunta 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	46	36,30%
Tienda Fisica	58	46;80%
Ferias	21	16,90%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

Este nuevo modelo de consumo está vinculado estrechamente con las redes sociales por su gran alcance a la mayor parte de personas que poseen el uso de internet y nuevas

tecnologías. Eso ha hecho que el mercado aumente, sin embargo, existe personas que aún prefiere acercarse a tiendas físicas generando un porcentaje de acogida del 46,80%.

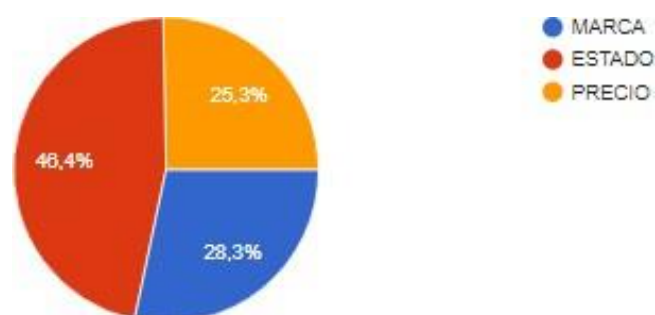
No obstante, el 36,30% de la población prefiere comprar o contactar mediante redes sociales o medios digitales que a su vez siendo segunda opción de preferencia sin discriminar la primera opción, creería que es una de las opciones más optimas y rápidas al momento de elegir y comprar un producto con el inconveniente que se puede realizar muchas estafas.

Por ultimo con tan solo el 16,9% de consumidores optaría por adquirirlos en ferias, ventas de garaje que se están poniendo de moda últimamente en el Ecuador.

4.- Considerando que compraría artículos de segunda mano, ¿En qué se basaría usted?

Figura 8

Gráfico resultado pregunta 4



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 6

Resultados pregunta 4

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Marca	35	28,30%
Estado	58	46,40%
Precio	32	25,30%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

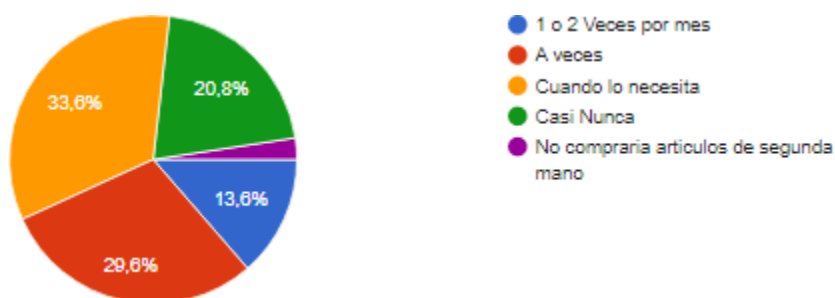
Antes de comprar los productos de segunda mano los consumidores se fijan en el estado de la prenda o artículo que van adquirir ya que al ser de segunda mano puede ser que este en mal estado resaltando con esto como primera elección un 46,40% que lo vayan adquirir.

Seguido de realizar diferentes acciones para informarse, analizar, investigar se ha comprobado que las principales acciones que realizan los consumidores antes de comprar los productos son informarse previamente del precio original (primera mano) y de las características propias del producto o servicio con un 28,3% y un 25,30% de los entrevistados señalan que el precio sería un factor primordial al momento de decidirse por un artículo de segunda mano.

5.- ¿Con que frecuencia compra de artículos de segunda mano?

Figura 9

Gráfico resultado pregunta 5



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 7

Resultados pregunta 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
1 o 2 veces por mes	17	13,60%
A veces	37	29,60%
Cuando lo necesita	42	33,60%
Casi nunca	26	20,80%
No compraría artículos de segunda mano	3	2,40%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

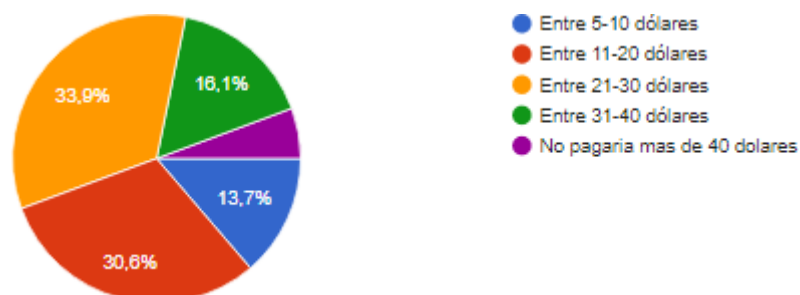
Análisis:

Al preguntar a los encuestados por la frecuencia de consumo de este tipo de productos de segunda mano, el 33,6% compraría estos cuando los necesite cabe mencionar que la mayoría de personas siempre va a necesitar alguna cosa dentro de su vida cotidiana y este emprendimiento ofrece artículos al alcance de todos, el 29,6% a veces tiene la necesidad de comprar artículos de segunda mano, el 20,8% casi nunca, el 13,6% 1 o 2 veces por mes dejando una puerta abierta para incidir en sus compras a través de una buena estrategia de marketing y apenas el 2,4% no compraría artículos de segunda mano, más sin embargo, no representa una amenaza para el proyecto en curso.

6.- Cuanto pagaría por un artículo de segunda mano?

Figura 10

Gráfico resultado pregunta 6



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 8

Resultados pregunta 6

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Entre 5-10 dólares	18	13,70%
Entre 11-20 dólares	38	30,60%
Entre 21-30 dólares	42	33,90%
Entre 31-40 dólares	20	16,10%
No pagaría más de 40 dólares	7	5,60%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

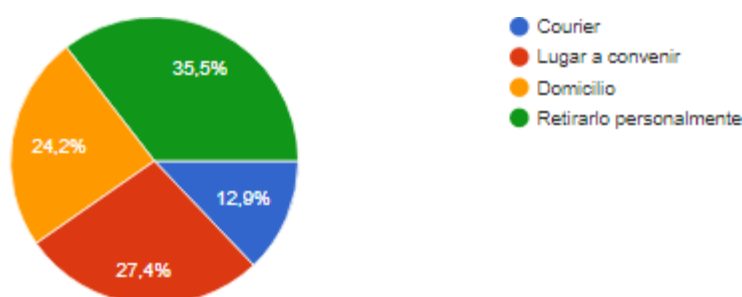
El resultado de la encuesta basados a la tabla referencial de precios arroja que un 33,9% de personas estaría dispuesta pagar por un artículo de segunda mano un valor de entre 21-30 a dólares lo que resalta que el modelo de negocio estaría obteniendo buenos ingresos.

Con un 30,60% no muy detrás de primer lugar indican que en su gran mayoría si estaría interesada en adquirir artículos o prendas

7.- Cómo desearía recibir su prenda o artículo adquirido?

Figura 11

Gráfico resultado pregunta 7



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 9

Resultados pregunta 7

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Courier	17	12,90%
Lugar a convenir	34	27,40%
Domicilio	30	24,20%
Retirarlo personalmente	44	35,50%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

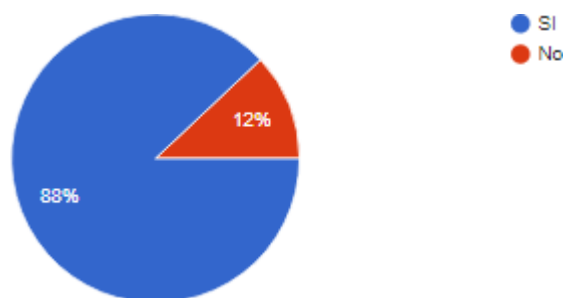
Análisis:

Según el resultado obtenido en la encuesta con un 35,5% o en otras palabras 44 personas de las 125 encuestadas desearían retirar la prenda de manera personalmente preferirían primero por mirar el artículo en qué estado se encuentra y la otra posibilidad sería por desconfianza, seguido tenemos con un 27,4 % que estarían dispuestos a quedar en un sitio a convenir por no disponer de movilización o la distancia que en este caso se encuentre el vendedor del comprador. No muy lejano la preferencia de un lugar a convenir un 24,20% estarían conformes con recibir el artículo adquirido en el domicilio valiéndose de las plataformas de mensajería como Uber que son de confianza y por último optarían con él envío por Courier quedando a cargo del comprador pagar el envío.

8.- Participarías en una feria que la importadora la Percha tiene planificado realizar?

Figura 12

Gráfico resultado pregunta 8



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 10

Resultados pregunta 8

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	110	88,00%
NO	15	12,00%
Total	125	100,00%

Fuente: Elaborado por autor.

Análisis:

La mayor parte de entrevistados con un 88% afirmaron que si participarían en alguna feria que la Percha realice en sitios estratégicos antes establecidos con el afán de conocer y saber que tan amigables son estas ferias con el medio ambiente, y por el otro lado no participarían en este tipo de eventos un 12% que es una cifra que no repercute la anterior afirmación.

Conclusión del diagnóstico situacional

Una vez concluido con el análisis de las 8 preguntas de la encuesta realizada se concluye que La Percha” incursionará en un mercado poco competitivo que a su vez busca ayudar al planeta a través del reciclaje, junto con ello se lleva a cabo el método de venta “Sandler” cuyo principal objetivo es la empatía la igualdad con la cual se genera una relación de confianza con el cliente. Actualmente la oferta de este tipo de mercancía se encuentra fácilmente en todo lugar. La compra ha crecido notablemente durante los últimos años, sin embargo, competimos contra grandes líderes del mercado, no obstante, existen posibilidades por donde podemos incursionar en el mercado uno de ellos es que no todos llegan a tener un alcance con personas que no manejan las tecnologías de ahora, según varias investigaciones una de ellas indica que las personas compran muy poco en línea porque temen ser “estafados” o que su producto no luzca como en el anuncio. Los productos que ofrece este emprendimiento pasan por una serie de pruebas para garantizar que funcionen correctamente o no tengan desperfectos críticos y son puestos de nuevo a la venta.

Capítulo III

Propuesta

La estructura que se plantea para la creación de la importadora la Percha está basada en los 9 aspectos básicos del modelo CANVAS, el cual permite interpretar las principales necesidades que necesita un negocio.

Segmentación del mercado

El modelo de negocio Canvas para la creación de la importadora la Percha está orientado en llegar a la gran mayoría de personas, que gusten de los artículos y prendas enfocadas a la economía circular, de inicio se piensa manejar por medio de las redes sociales proyectados en tener un local físico en el sector de la Tola Alta centro de Quito.

Segmentación Geográfica

Tabla 11

Segmentación Geográfica

SEGMENTACION GEOGRAFICA		
Ciudad	Parroquia	Clima
Quito	Centro Histórico	El clima varía entre 9°c-21°c
Cantidad de población		Acceso a transporte
40587		Transporte Público, Taxis, Uber, Indriver

Fuente: Elaborado por autor.

Segmentación psicográfica.

Tabla 12

Segmentación psicográfica

SEGMENTACION PSICOGRAFICA			
Estilo de vida	Personalidad	Beneficios del producto	Uso del producto
Back to the land (de vuelta a la tierra)	Personas extrovertidas con ganas de hacer alianzas estratégicas de negocios, estableciendo buenas relaciones sociales.	Preservar el medio ambiente. Darles una segunda oportunidad a las	A total satisfacción del cliente.

Humanista	prendas de segunda mano
Emprendedores	
Innovadores	Obtener ingresos económicos
Empresarios	

Fuente: Elaborado por autor.

Segmentación demográfica.

Es el modelo de identificación de audiencia basado en datos clave como edad, sexo, estado civil, ingresos, raza, ocupación, nacionalidad o religión. Es por esto que el Sector se encuentra dividido de la siguiente manera.

Tabla 13

Población por género

POBLACIÓN DE CENTRO HISTORICO		
Hombres	20,051	49%
Mujeres	20,536	51%
Total	40,587	100%

Fuente: Elaborado por autor estadística tomada de Wikidat

Propuesta de Valor

“La Percha” un modelo de negocio comprometido con la naturaleza, fomentando el reciclaje oportuno y producto con alta calidad. Sobre la base de la práctica y la experiencia descritas en los distintos documentos de apoyo, y concluyó que la cohesión en todas sus manifestaciones es necesario participar en eventos colectivos que ayuden a lograr la idea de negocio basado en la sostenibilidad.

Al tener un buen posicionamiento en el mercado los clientes preferirán adquirir nuestros productos a comparación de los demás que ofrecen productos similares a los nuestros, esto implica preferencia ante la competencia.

Que ofrece:

- Modelo de negocio comprometido con la naturaleza.
- Proceso adecuado post venta de los artículos de segunda mano, productos pasan por un proceso de calidad.
- Ofrecer artículos exclusivos nuevos y usados de marcas conocidas y en perfecto estado.
- Publicidad en varias plataformas digitales ofertando los productos nuevos usados de una manera diferente para captar la atención de los usuarios.
- Analizar las posibles ofertas en productos aplicando restricciones, precios competitivos con el mercado.
- Oportunidad de pagos en efectivo o trueques.
- Servicio a domicilio, recargo por movilización, aplica condiciones.
- Convenios con fundaciones, como parte de nuestra obra será el trabajo conjunto con las fundaciones donde ellos puedan tener su espacio para ofertar sus productos que crean conveniente poner a la venta.
- Buscar un espacio físico para implementar el modelo de negocio (local comercial)

Tabla 14*Matriz de criterios*

MATRIZ CRITERIOS Y RESPUESTAS	
CRITERIOS	RESPUESTAS
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	Costo mínimo por prenda más envío Vinted= 20\$ Wallapop=25\$
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	Está dirigido a un segmento de personas hombres y mujeres de entre los 14 y 65 años, interesados en encontrar alternativas de vestimenta económicas y artículos de segunda mano. Con ingresos promedio de \$ 600.00 mensuales.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	Al realizar la venta de los artículos verificar que todo esté en perfecto estado y por la venta de las prendas y/o artículos se realizaran promociones trimestrales para obtener descuentos en su próxima visita.

Identificar las frustraciones y trabajos que aliviarnos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente

Las prendas y/o artículos que nos soliciten nuestros clientes por las diferentes redes sociales se les podrá hacer la entrega a través de los servicios de entrega inmediata como: Uber, Didi, Rappi, In Driver, así las entregas serán más rápidas y facilitar la compra de nuestros clientes.

Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente

De acuerdo al perfil del cliente brindamos ese toque especial que es el de ofrecerle al cliente artículos y/o prendas exclusivas de las que importamos desde España, Estados Unidos, Italia desde las páginas de Vinted y Wallapop que son de segunda mano, pero se encuentran como nuevas y las que seleccionamos dentro del país.

Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores

Mi Negocio (La Percha)	Competidor 1 (Amigui)	Competidor 2 (The American Store)
Perfume Ejemplo: Calvin Klein de 200ml (nuevo) valor: \$85.00	Perfume Ejemplo: Calvin Klein de 200 ml (nuevo) valor: \$145.00	Perfume Ejemplo: Calvin Klein de 200 ml(nuevo) valor: \$160.00
Chaqueta Zara valor: \$25.00	Chaqueta Zara valor: \$40.00	Chaqueta Zara valor: \$35.00
Zapatillas Adidas (usadas) valor:\$30.00	Zapatillas Adidas (usadas) valor:\$35.00	Zapatillas Adidas (usadas) valor:\$40.00

Identificar cuáles son los Trabajos del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción

Brindar productos exclusivos en nuestra tienda tanto en ferias como en el local físico , ofertando artículos que se encuentran a precios muy elevados en las tiendas de los centros comerciales ,lo cual ofertamos a un menor costo por el hecho que algunas prendas ya tienen uso y otras no.

Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)

Manejar estrategias de marketing y e-commerce con empresas líderes en el mercado que promocionen y oferten nuestros productos aprovechando que ahora toda publicidad es más visual y las redes sociales son el medio ideal para acaparar este mercado.

Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.



Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.

Expandir la idea del reciclaje como una prioridad, necesidad para salvar así a nuestro planeta creando recursos sostenibles y sustentables que ayudan a la no contaminación del medio ambiente y damos una nueva oportunidad a las prendas y/o artículos que ya no utilizamos en casa. La principal idea de negocio de este emprendimiento es el reciclaje.

Fuente: Elaborado por autor.

Canales

Por su propia naturaleza y definición del modelo de negocio el canal de distribución principal será la venta directa el/la cliente/a o consumidor /a final a través de la tienda física o a su vez en la participación de distintas ferias que se organizan dentro de este medio comercial. En el caso de medios digitales se plantea el uso de redes sociales o e-commerce para generar a su vez un mayor porcentaje de rentabilidad ya que existen generaciones que prefieren encontrarlo todo por internet, además de dar a conocer la empresa y a modo de escaparate virtual. La tecnología durante la pandemia dio un gran paso por ello se plantea el uso de marketing digital para llegar con mayor magnitud a posibles compradores, además cabe mencionar que el emprendimiento presente opera en su gran mayoría a través de tiendas online para de esta manera abastecerse de mercadería.

Figura 13*Indicadores de crecimiento digital**Nota:* Elaborado por autor.**Tabla 15***Tipos de canales*

FASES CANALES					
	Información <i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	Evaluación <i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	Compra <i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	Entrega <i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	Posventa <i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
Equipo Comercial	Crear una conexión emocional con los clientes es percibida de manera correcta por parte de nuestros nuevos clientes.	Elegir un canal eficiente influye totalmente en el éxito de una venta, ya que es el medio por el cual el cliente se relacionará con el negocio, ya sea por medio de redes o sociales o	Por información a través de Redes Sociales, ventas de garaje y la participación de ferias organizadas.	La innovación juega un papel muy importante dentro de la percha debido a que ha sido uno de los principales factores para	Promociones y descuentos para fidelizar a clientes.

	en algún establecimiento			el inicio de la percha.	
Tiendas Propias	Invertir en publicidad y promocionar el negocio por diferentes medios, en los que los clientes puedan captar la idea de negocio en la que dé a conocer el compromiso que se guarda con el medio ambiente.	Calificación de la experiencia sobre la calidad del servicio	El tiempo de entrega se lo realizara según los sectores y según los pedidos que se tengan en el día para poder optimizar los tiempos y ser efectivos en entregar lo más pronto	Satisfacer al cliente con el arreglo y captar el momento de la entrega del presente	Mensaje de invitación a seguir nuestras redes sociales.

Fuente: Elaborado por autor.

Relación con el cliente

Para este modelo de negocio la relación con el cliente estaría fijada en lo primordial porque de ellos dependemos para que el negocio exista, siendo así buscaremos la manera de satisfacer y cubrir las demandas que soliciten en cuanto a que prenda o artículo deseen personalizando su atención.

En lo concerniente a la relación indirecta se estaría enfocando a nuestros medios digitales como las redes sociales (WhatsApp, Marketplace, Instagram, Mercado Libre y Telegram) se coordinará de una manera oportuna brindándole un amplio catálogo de nuestros artículos exclusivos a precios asequibles para cualquier bolsillo, llegando a un mercado digital que es un medio más fácil y práctico de interactuar con nuestros clientes siendo el principal medio en el cual ofertaremos nuestros productos .

Tabla 16*Tipo de relación con clientes*

TIPO	DESCRIPCION	EJEMPLIFICACION
Relación Directa	Atención personalizada	Hacerles sentir que son importantes para la empresa
		Satisfacer y cubrir demandas de los clientes
Relación Indirecta	Interacción virtual con los clientes a través de redes sociales o medios virtuales	Atender todos sus requerimientos.
		Atención exclusiva por WhatsApp y Redes Sociales.
		Brindar un amplio catálogo de nuestros servicios
		Dar a conocer ofertas en las redes sociales

Fuente: Elaborado por autor.***Fuentes de Ingresos***

Hablamos del flujo de caja que generaremos como modelo de negocio de la importadora la Percha que con sus importaciones lograremos inyectar al negocio un poco más de ingresos ya que con sus productos exclusivos y de marcas conocidas la gente estaría dispuesta a pagar. Recibiremos como medio de pago efectivo, trasferencias bancarias e interbancarias, pay pal, trueques

Tabla 17*Resumen de precios por artículo*

PRECIOS RANGO DE ARTÍCULOS	
Nuevo	
Prendas de vestir hombre ,mujer y niños	entre \$8 hasta \$70
Accesorios (perfumes, carteras, mochilas, relojes, maquillaje)	entre \$15 hasta \$150
Tecnología (laptops, celulares, tablets, audífonos) nuevos	entre \$35 hasta \$350
Hogar(Muebles,adornos)	entre \$50 hasta \$600
Usados	
Prendas de vestir hombre ,mujer y niños	entre \$2 hasta \$15
Accesorios (perfumes,carteras,mochilas,relojes,maquillaje)	entre \$ 20 hasta \$75
Tecnología (laptops, celulares, tablets, audífonos) nuevos	entre \$ 30 hasta \$200
Hogar(Muebles,adornos)	entre \$20 hasta \$250

Fuente: Creado por autor.

Presupuesto de Ventas

En resumen, de la encuesta realizada la mayor parte de gente estaría dispuesta a colaborar con el medio ambiente generando una economía circular es decir estarían dispuestos a comprar artículos de segunda mano siempre y cuando este en buen estado, entre los artículos que han optado por adquirir han sido los artículos de tecnología y ropa usada, pero en buen estado.

Tabla 18

Cálculo de proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS			
Descripción	Cantidad	Unidades	Costo
Mercado Total	100%	40587	
Consumidores	41%	16641	
Nuevos Consumidores	1%	166	\$2,00
Consumo esperado Semanal	1	166	
Consumo esperado Mensual	4	666	
Consumo esperado Anual	48	31950	

Fuente: Elaborado por autor.

Tabla 19

Cálculo de proyección de ventas anual

PROYECTO DE PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL					
Años	2023	2024	2025	2026	2027
Moda (Ropa, Accesorios,Zapatos)	31950	32947	33975	35035	36128
Precio de venta camiseta medio uso	2,00	2,06	2,12	2,19	2,26
Inflación proyectada		3,12%	3,12%	3,12%	3,12%
Total	63900,00	67949,56	72174,56	76596,35	81584,89

Fuente: Elaborado por autor referencia clase de artículo de segunda mano elegiría comprar

Recursos Clave

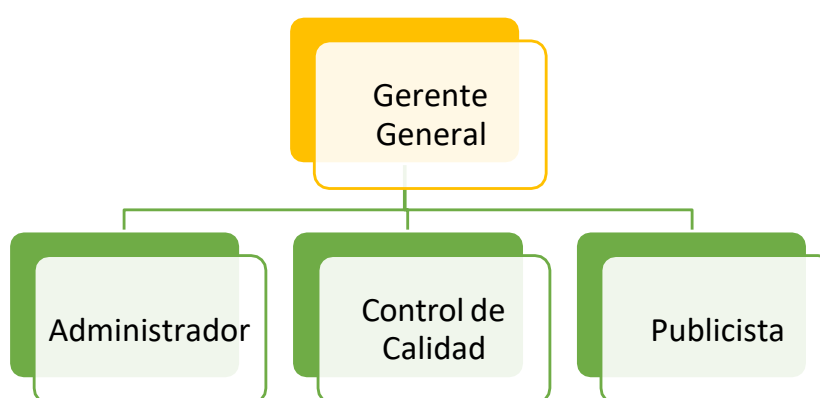
Los recursos principales para que este modelo de negocio tenga un gran valor y entre en funcionamiento son cuatro que son: recurso humano, recurso físico, recurso financiero y recurso tecnológico que fusionados entre si logran conformar un adecuado equipo para desempeñar y desarrollar un mejor trabajo y progreso del negocio.

Recursos Humanos

El recurso humano representa un valor de suma importancia para nuestro emprendimiento, es por ello que los trabajadores que formen parte del modelo de negocio de la importadora “LA PERCHA” recibirán una constante capacitación y apoyo emocional con el fin de tener un personal motivado pues todo ello lo veremos reflejado en los resultados y por ende en el crecimiento de la empresa.

Figura 14

Organigrama Modelo de Negocio Canvas de la importadora la Percha Quito-Ecuador



Nota: Elaborado por autor.

Físicos- Tecnológicos

Es importante que su negocio cuente con herramientas tecnológicas que faciliten el buen desenvolvimiento de la misma. Debe mencionar todo aquello que va a requerir como por ejemplo uso de computadoras, software, no confundir con maquinaria. Debe incluir las características y su utilidad por cada instrumento de trabajo.

En lo que se refiere a la tecnología para la comercialización de los artículos de venta nuevos y de segunda mano, se precisará equipos y programas de computación que permitan llevar la contabilidad de la empresa, así como manejar una base de datos de los clientes. Para la adquisición de las herramientas tecnológicas se debe hacer un estudio y comparación entre las opciones que ofrecen el mercado, y así seleccionar la tecnología más económica y eficiente.

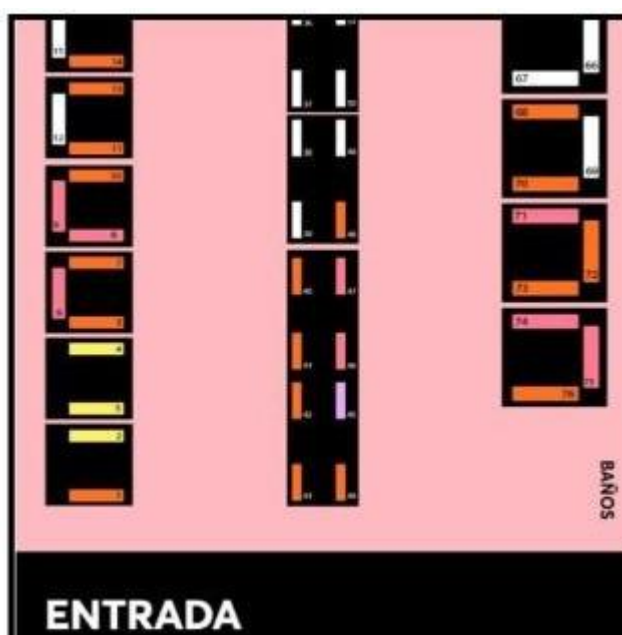
Figura 15*Distribución física local comercial**Nota:* Elaborado por autor.**Figura 16***Distribución física en ferias eventuales**Nota:* Elaborado por autor.

Figura 17*Ferias Organizadas*

Nota: Elaborado por autor.

Se detalla a continuación equipos e insumos que son necesarios para la comercialización de prendas de vestir, información que ha sido recogida en un estudio de campo.

Tabla 20*Maquinaria, Herramientas y equipos*

Exhibidores	Mesa	Muebles bodega
Armadores	Sillas	Etiquetas
Estantes para la mercadería	Fundas grandes	Facturas
Probadores	Muebles vestidor	Mercaderia usada
Caja Registradora	Rótulo	Espejos
Perchas	Banner Publicitario	Computadores
Fundas	Mercaderia nueva	Telefonos Inteligentes

Fuente: Elaborado por autor

Financieros

Este recurso puede considerarse el más importante por ende esencial porque involucra el capital monetario necesario para empezar a operar y llevar a cabo el proyecto. Para la implementación se va a contar con inversión inicial propio por \$3000 y teniendo a 2 socios con aportes individuales del primero con \$1500 y el segundo socio con un aporte de \$1000 contando con una inversión inicial de \$55000.

Tabla 21

Capital para inversión

Socios	Capital	Porcentaje
Capital propio	3000	55%
Socio 1	1500	27%
Socio 2	1000	18%
Total	5500	100%

Fuente: Elaborado por autor.

Tabla 22

Recursos Claves

RECURSO	DESCRIPCIÓN
Financieros	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capital propio \$3,000 ▪ Socio 1 \$1500 ▪ Socio 2 \$1000 ▪ Infraestructura
Físicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Local ▪ Muebles y enseres ▪ Equipos de computación
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipo de facturación ▪ Equipos de entretenimiento ▪ Herramientas tecnológicas

- Gerente Administrativo
- Administrador

Humanos

- Publicista
- Vendedores

Fuente: Elaborado por autor.

Actividades Claves

El proceso productivo de nuestro modelo de negocio es la importación y compra local de artículos y prendas nuevas y de segunda mano atravesando un proceso de búsqueda del artículo en caso que sea algo en especial y artículos nuevos según necesidad de los clientes y se identificara el nicho de mercado para poder llegar con artículos que sean de mayor aceptación y acogida, acompañados de un control de calidad excepcional controlando que la mercadería usada en este caso sea entregada con las características detalladas en su descripción y apoyados de un gran marketing que ayude a difundir la idea del negocio valiéndose de las herramientas tecnológicas ,sacarle provecho a las redes sociales y aplicaciones que hoy en día facilitan la vida de consumidor fortaleciendo la comercialización y venta de artículos on-line

El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa de forma planificada y sucesiva para efectuar la elaboración de bienes y servicios, con serie de operaciones y procesos necesarios, además las empresas desarrollan sus procesos productivos con la finalidad de poder satisfacer la demanda del mercado.

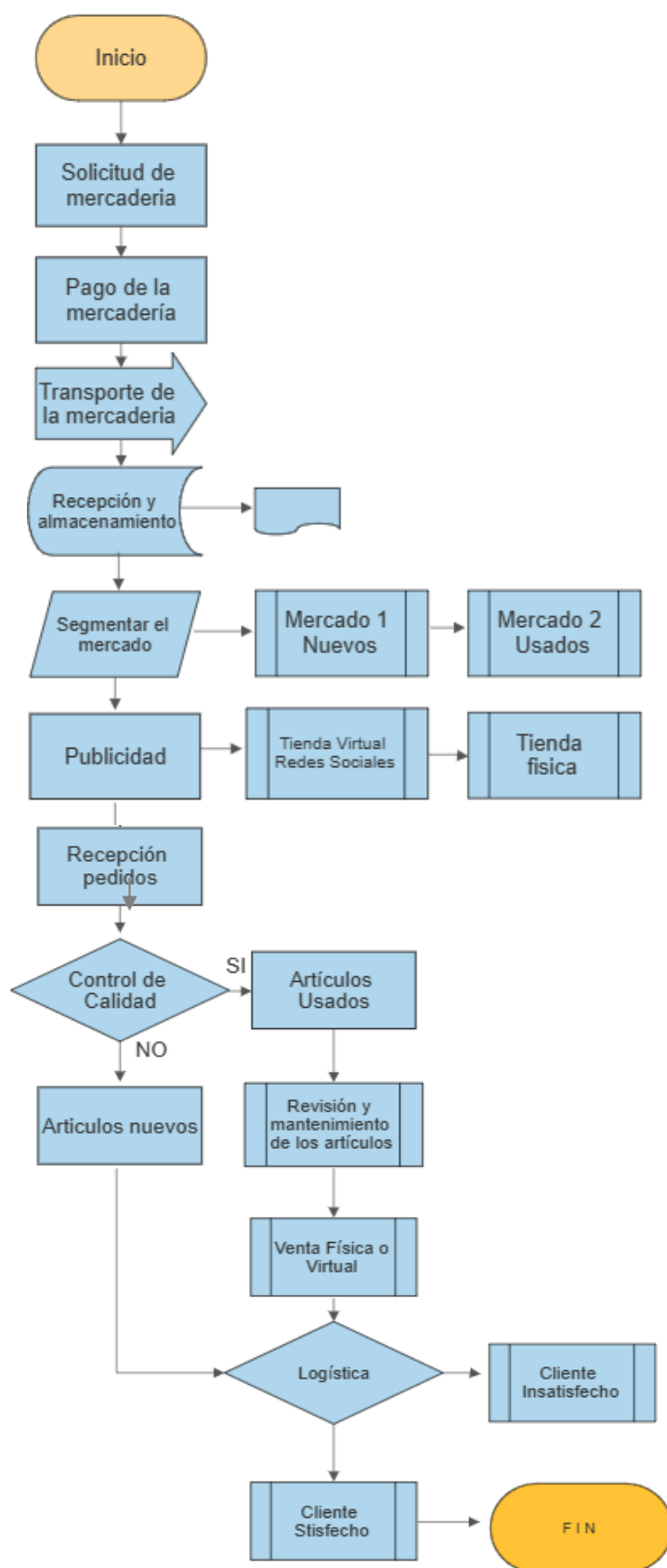
Figura 18*Flujograma de procesos**Nota:* Elaborado por autor.

Tabla 23*Actividades Clave*

ACCION	DESCRIPCION
Recepción y Venta	(Redes Sociales)Se brindara una respuesta inmediata a los clientes que soliciten los artículos por las plataformas digitales ofreciéndoles descuentos por sus compras (Local)Darles una cordial bienvenida para que se sientan como en casa y enseñarles la sección de ofertas del local.
Servicio	El éxito del negocio es la atención que se brinde a los clientes dándoles seguridad y confianza al adquirir nuestros artículos. El personal está capacitado para responder a las necesidades de nuestros clientes. El personal será capacitado frecuentemente para brindar una mejor atención.
Control de calidad	Se debe garantizar que los artículos y prendas adquiridas estén en las mejores condiciones
Publicidad	Mantener un constante contacto con nuestros clientes haciéndoles llegar descuentos y promociones que ofertemos
Servicio a Domicilio	Ofrecer la entrega de los artículos a domicilio.

Fuente: Elaborado por autor.

Aliado Clave

Es un aliado que te ayudará a alcanzar los objetivos que te propones para que tu emprendimiento tenga éxito siempre y cuando busques al adecuado y encuentres rentabilidad del mismo.

Tabla 24*Accionista y proveedores clave*

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cédula	Dirección	Teléfono	Correo
Angel David Cepeda	1414757646	Av Simón Bolívar y Caminos del Inca	987293411	alejoelcangrejo120405@hotmail.com
PROVEEDORES CLAVES				

Nombre Comercial	Nombre Gerente	Dirección	Teléfono	Correo
Vinted	Justas Janauskas	Plataforma digital	S/N	S/N
Wallapop	Rob Cassedy	Plataforma digital	936 7605 10	soporte.envio@wallapop.com.
Marketplace		Plataforma digital	987293411	angel.cepeda@hotmail.com

Fuente: Creado por autor.

Estructura de costes

Este es el dinero que se invierte en la creación de la importadora La Percha. Para esta proyección se ha tomado en cuenta la última cifra de inflación prevista para el 2023 de 3.12% del Boletín Técnico N-01-2023-IP (Ecuador en Cifras, 2023)

Tabla 25

Presupuestos gastos anuales

DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
Activos Fijos	5090,18	5248,99	5412,76	10825,49	11163,25
Sueldos	29384,28	30301,07	31246,46	32221,35	33226,66
Servicios Básicos	3024,00	3118,35	3215,64	3315,97	3419,43
Depreciación	669,27	690,15	711,68	733,89	756,79
Gastos Administrativos	33077,55	34109,57	35173,79	36271,21	37402,87
Publicidad	718,00	740,40	763,50	787,32	811,89
Gasto Ventas	718,00	740,40	763,50	787,32	811,89
Intereses Pagados	0,00	2298,00	149,00		
Servicios a la Deuda	0,00	1000,00	1000,00		
Total Gastos	38885,73	43396,96	42499,05	47884,03	49378,01

Fuente: Creado por autor.

Conclusiones

Una vez culminado el proyecto de investigación del modelo Canvas para la creación de la importadora la Percha se pudo concluir lo siguiente:

Gracias a la utilización de esta herramienta que sirve como una gestión estratégica para conocer los aspectos claves de nuestro negocio no ayuda a identificar la infraestructura, la oferta, nuestros clientes y sobre todo y lo más importante la situación financiera para poder analizar su rendimiento haciéndolo de una manera de negocio más dinámico y visual.

El modelo de negocio Canvas para la creación de la importadora la Percha es viable según los resultados cuantitativos obtenidos en el transcurso del proyecto, por la gran demanda que existe en la actualidad de negocios online que facilitan al consumidor a no trasladarse a buscar los artículos haciendo que les lleguen a domicilio, habiendo otro mercado de personas que prefieren acudir a sitios estratégicos adquirir sus prendas o artículos de interés y por ello un proyecto sustentable que contribuye el cuidado del medio ambiente .

Todos los indicadores determinan que el proyecto es rentable y que la inversión realizada tiene un plazo promedio de recuperación de 3 a 5 años, con lo que confirma la viabilidad del proyecto.

Recomendaciones

Generar una capacidad de conciencia con el reciclaje y su alto impacto contaminación con el medio ambiente sería empezar por nuestros hogares enseñando a nuestros hijos en que el reciclaje es una manera de contrarrestar en daño ambiental.

Respetar la planificación y ejecución de las actividades establecidas para que aseguren un crecimiento importante.

Explotar de mejor manera los canales de difusión de nuestros productos usando cada uno de ellos a nuestro favor.

Implementar un sistema de control interno es de suma importancia, para controlar los futuros riesgos que surgirán conforme el desarrollo de actividades dentro la empresa, también para poder generar un mayor beneficio económico.

Bibliografía

- BBVA EN EL MUNDO. (20 de 10 de 2021). *Economía circular: conoce cuál es el proceso de reciclaje de la ropa*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/economia-circular-conoce-cual-es-el-proceso-de-reciclaje-de-la-ropa/>
- Beltran, P. (2017). *Los 16 tipos de personalidad (y sus características)*. Obtenido de <https://medicoplus.com/psicologia/tipos-personalidad>
- Broncano, J. C. (05 de 02 de 2020). *tuexperto.com*. Obtenido de ATENCIÓN AL CLIENTE DE WALLAPOP: TELÉFONO, CONTACTO Y CORREO DE SOPORTE: <https://www.tuexperto.com/2020/02/05/atencion-cliente-wallapop-telefono-contacto-correo/>
- Clavijo, E. (2021). *Modelo Canvas: qué es, para qué sirve, cómo se usa y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- CONSEJO RAPIDO. (02 de 08 de 2022). *Que es investigacion cuantitativa segun autores?* Obtenido de <https://consejorapido.com.mx/que-es-investigacion-cuantitativa-segun-autores/>
- Definiciona. (10 de 01 de 2018). *Definición y etimología de percha*. Obtenido de <https://definiciona.com/percha/>
- Economía circular: conoce cuál es el proceso de reciclaje de la ropa*. (20 de 09 de 2021). Obtenido de *Economía circular: conoce cuál es el proceso de reciclaje de la ropa: Caso Vinted-Diana Alcivar | PDF | Informática y tecnología de la información | Business (scribd.com)*
- FACULTAD DE ECONOMIA UNAM. (2022). *Definición Impuesto*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>
- Gantes, Y. (01 de 11 de 2022). *QUINCE MIL*. Obtenido de *Qué se sabe del Zara de segunda mano y qué competidores de Inditex ya están en el sector:* <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/economia/que-se-sabe-del-zara-de-segunda-mano-y-que-competidores-de-inditex-ya-estan-en-el-sector#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20el%20estudio%20Consumer%20Trends%202022%2C,incrementar%20su%20inversi%C3%B3n%2>

Google Maps. (2023). *Centro Histórico (parroquia)*. Obtenido de

<https://www.google.com.ec/maps/place/Centro+Hist%C3%B3rico,+Quito/@-0.2187872,-78.5166102,16z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x91d59a29b566ea0d:0xfee3077329b5374d!8m2!3d-0.2188216!4d-78.5135489!16s%2Fg%2F11x10jwlc?hl=es>

HERRANZ, A. (14 de 03 de 2022). *ABC Antropia*. Obtenido de El mercado de ropa de segunda mano se reinventa para vestir más y mejor: https://www.abc.es/antropia/abci-ropa-segunda-mano-moda-sostenible-20220311142632_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F

Ivan, G. (08 de 11 de 2017). *Economia Simple.com*. Obtenido de Definición de Importación: <https://www.economiasimple.net/glosario/importacion>

Ivan, G. (30 de 04 de 2019). *We Are Tester*. Obtenido de La era de ‘usar y vender’: Hábitos de consumo en productos de segunda mano: <https://www.waretesters.com/wat-open-data/la-era-de-usar-y-vender-habitos-de-consumo-en-productos-de-segunda-mano>

Leandro, P. (03 de 2008). “*LA IMPORTACIÓN DE ROPA DE SEGUNDA MANO*”. Obtenido de UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE ECONOMÍA: <https://vsip.info/tesis-ropa-usada-pdf-free.html>

Luis, G. (2020). *UNIVERSIDAD DE CHILE*. Obtenido de PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE BYAMERICAN: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/178108/Plan-de-negocio-para-la-creacion-de-byamerican-una-marca-de-ropa-americana-que-entrega-la-posibilidad-de-ajustar-y-o-redise%C3%B1ar-prendas-a-sus-clientes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

METODOLOGIA. (2018). Obtenido de

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0036434/cap03.pdf#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Carlos%20Sabino%20las%20investigaciones%20descriptivas%20se%20proponen,de%20un%20criterio%20o%20modelo%20te%C3%B3rico%20definido%20previamente.>

MINISTERIO DEL INTERIOR. (2022). *Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Categori%CC%81as-Permisos-de-funcionamiento.pdf>

OXFAM Intermon. (s.f.). Obtenido de Reciclar ropa: creatividad y consumo sostenible:

<https://blog.oxfamintermon.org/reciclar-ropa-creatividad-y-consumo-sostenible/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (11 de 2021). *Para Importar*. Obtenido de

<https://www.aduana.gob.ec/para->

[importar/#:~:text=Es%20la%20acci%C3%B3n%20de%20ingresar%20mercancias%20extranjeras%20al,Importaci%C3%B3n%3F%20Importaci%C3%B3n%20para%20el%20Consumo%20%28Art.%20147%20COPCI%29](https://www.aduana.gob.ec/para-importar/#:~:text=Es%20la%20acci%C3%B3n%20de%20ingresar%20mercancias%20extranjeras%20al,Importaci%C3%B3n%3F%20Importaci%C3%B3n%20para%20el%20Consumo%20%28Art.%20147%20COPCI%29)

Significados.com. (11 de 03 de 2023). *Importación*. Obtenido de

<https://www.significados.com/importacion/>

smartdraw. (s.f.). *Flujograma de Procesos*. Obtenido de

<https://cloud.smartdraw.com/editor.aspx?templateId=490dad73-de30-42bf-9a58-1789d56c1afd&flags=128#depoId=43305362&credID=-46073295>

Snchez, A. (2020). *Universidad Tecnica de Ambato*. Obtenido de IMPORTACIONES:

https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N57.pdf

VLEX. (s.f.). *Gestión tributaria*. Obtenido de Código Tributario: [https://vlex.ec/vid/codigo-tributario-](https://vlex.ec/vid/codigo-tributario-631447163#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20tributaria%20corresponde%20al%20organismo%20que%20la,15%20sentencias%2C%20un%20art%C3%ADculo%20doctrina%20%209%20disposiciones%20normativas)

[631447163#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20tributaria%20corresponde%20al%20organismo%20que%20la,15%20sentencias%2C%20un%20art%C3%ADculo%20doctrina%20%209%20disposiciones%20normativas](https://vlex.ec/vid/codigo-tributario-631447163#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20tributaria%20corresponde%20al%20organismo%20que%20la,15%20sentencias%2C%20un%20art%C3%ADculo%20doctrina%20%209%20disposiciones%20normativas)

WIKIDAT.COM. (30 de 11 de 2011). Obtenido de Centro Histórico (parroquia):

<https://es.wikidat.com/info/centro-historico-parroquia>

Wikipedia.Com. (17 de 11 de 2016). Obtenido de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Percha#:~:text=Una%20percha%2C%20gancho%20para%20la%20ropa%20u%20hombrrera,pantalones.%20Tambi%C3%A9n%20existen%20modelos%20con%20pinzas%20para%20faldas.>

Anexos

Nombre: _____ Edad: _____ Teléfono: _____

1.- ¿Qué factor considera que influye al momento de compra un artículo de segunda mano?

- Precio
- Posibilidad de trueque
- Cuidar el medio ambiente
- Condiciones del producto

2.- ¿Qué clase de artículos de segunda mano elegiría comprar?

- Tecnología (Celulares, Laptops)
- Moda (Ropa, Accesorios, Zapatos)
- Hogar (Muebles, Adornos)

3.- ¿Qué canal de compra es de su preferencia para artículos de segunda mano?

- Redes Sociales
- Tienda Física
- Ferias

4.- Considerando que compraría artículos de segunda mano, ¿En qué se basaría usted?

- Marca
- Estado
- Precio

5.- ¿Con que frecuencia compra de artículos de segunda mano?

- 1 o 2 Veces por mes
- A veces
- Cuando lo necesita
- Casi Nunca
- No compraría artículos de segunda mano

6.- Cuanto pagaría por un artículo de segunda mano?

- Entre 5-10 dólares
- Entre 11-20 dólares
- Entre 21-30 dólares
- Entre 31-40 dólares
- No pagaría más de 40 dólares

7.- Cómo desearía recibir su prenda o artículo adquirido?

- Courier
- Lugar a convenir
- Domicilio
- Retirarlo personalmente

8.- ¿Participarías en una feria que la importadora la Percha tiene planificado realizar?

- Si**
- No**

Presupuesto de Activos Fijos

Tabla 26

Presupuesto de muebles y enseres

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Exhibidores	1	\$50,00	\$50,00
Armadores	3	\$15,00	\$45,00
Estantes para las prendas	1	\$15,00	\$15,00
Probadores	3	\$30,00	\$90,00
Caja registradora	3	\$20,00	\$60,00
Maniquís	2	\$80,00	\$160,00
Perchas	1	\$70,00	\$70,00
Escritorio	1	\$300,00	\$300,00
Sillas	3	\$50,00	\$150,00
Basurero	3	\$5,00	\$15,00
Total			\$955,00
Gasto Imprevisto 5%			\$47,75
Total, Presupuestado			\$1.002,75

Fuente: Creado por autor.

Tabla 27

Presupuesto maquinaria

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Plancha de vapor	1	\$70,00	\$70,00
Caja Registradora	1	\$120,00	\$120,00
Computadora	1	\$450,00	\$450,00
Celular	2	\$180,00	\$360,00
Máquina de coser	1	\$320,00	\$320,00
Impresora	1	\$250,00	\$250,00
Carpas de Exhibición	2	\$300,00	\$600,00
Mesas de Trabajo	2	\$90,00	\$180,00
Total			\$2.350,00
Gasto Imprevisto 5%			\$117,50
Total Presupuestado			\$2.467,50

Fuente: Creado por autor.

Tabla 28*Presupuesto equipos de computación*

EQUIPOS TECNOLÓGICOS Y DE COMPUTACIÓN				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Computador	1	\$450,00	\$450,00	
Caja registradora	1	\$120,00	\$120,00	
Celular	2	\$180,00	\$360,00	
Total			\$930,00	
Gasto Imprevisto 5%			\$46,50	
Total Presupuestado			\$976,50	

Fuente: Creado por autor.**Tabla 29***Presupuestos materiales indirectos*

PRESUPUESTO MATERIALES INDIRECTOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Armadores	800	\$0,30	\$240,00	
Etiquetas	1000	\$0,20	\$200,00	
Fundas plásticas	150	\$0,85	\$127,50	
Canastas	6	\$8,03	\$48,15	
Subtotal			\$615,65	
Gastos no Considerados 5%			\$30,78	
Total			\$646,43	

Fuente: Creado por autor.**Tabla 30***Presupuesto servicio básicos*

PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS			
Detalle		Valor mensual	Valor anual
Luz		\$28,00	\$336,00
Agua		\$27,00	\$324,00
Internet		\$35,00	\$420,00
Arriendo		\$150,00	\$1.800,00
Subtotal			\$2.880,00
Gastos no Considerados 5%			\$144,00
Total			\$3.024,00

Fuente: Creado por autor.

Tabla 31*Presupuesto publicidad*

PRESUPUESTO PUBLICIDAD			
Detalle	Valor mensual		Valor anual
Volantes		\$12,00	\$144,00
Redes Sociales		\$45,00	\$540,00
Subtotal			\$684,00
Gastos no Considerados 5%			\$34,20
Total			\$718,20

*Fuente: Creado por autor.***Tabla 32***Presupuesto sueldos*

PRESUPUESTO SUELDOS						
Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Seguro Social	Total
Gerente General	750	9000	750	450	70,88	11020,88
Administrador	500	6000	500	450	47,25	7497,25
Control de Calidad	450	5400	450	450	42,53	6792,53
Publicista	450	5400	450	450	42,53	6792,53
Total	2150	25800	2150	1800	203,175	32103,18

*Fuente: Creado por autor.***Tabla 33***Depreciaciones*

Depreciaciones	Valor	% Depreciación	Vida útil	Mensual	Anual
Muebles y Enseres	\$ 1.002,75	10%	10	\$ 8,36	\$ 100,28
Maquinarias y Equipos	\$ 2.467,50	10%	3	\$ 20,56	\$ 246,75
Equipos tecnologicos y Computación	\$ 976,50	33%	10	\$ 26,85	\$ 322,25
Total Depreciaciones				\$ 55,77	\$ 669,27

Fuente: Creado por autor.

Figura 19

Lienzo Canvas



Nota: Creado por autor.



CEPEDA~1

10%
Similitudes

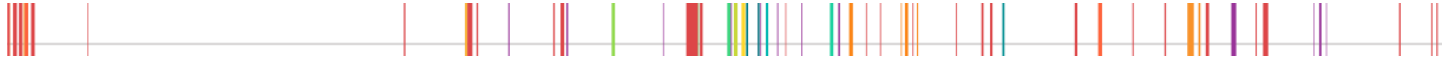


4% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: CEPEDA-1.PDF
ID del documento: 344aeebb3a5bafd9e2e1902457a09dacfe987f5f
Tamaño del documento original: 1,44 Mo

Depositante: Gladys Barragan
Fecha de depósito: 23/3/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 23/3/2023

Número de palabras: 13.260
Número de caracteres: 103.770



Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	6 fuentes similares	5%		Palabras idénticas : 5% (742 palabras)
2	pdfslide.net (PDF) Carrera de Administración de Empresas Título: Modelo..... Carre... https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-titulo-modelo-carrera-de-admin... 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (111 palabras)
3	Donoso Mosquera Lesly Gabriela.pdf Donoso Mosquera Lesly Gabriela #9666fa El documento proviene de mi biblioteca de referencias 9 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (104 palabras)
4	Duran Roseo, Melanie Cristina.pdf Duran Roseo, Melanie Cristina #167a54 El documento proviene de mi biblioteca de referencias 9 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (95 palabras)
5	JCOMEL-1.PDF JCOMEL-1 #1d6590 El documento proviene de mi biblioteca de referencias 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (82 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Tigasi Toaquiza, Jessica Alejandra.pdf Tigasi Toaquiza, Jessica Alejandra #af5cf0 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
2	economipedia.com Proceso productivo - Qué es, definición y concepto 2023 Eco... https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
3	blog.hubspot.es Modelo Canvas: qué es, para qué sirve, cómo se usa y ejemplos https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (24 palabras)
4	dspace.ucuenca.edu.ec Barreras comerciales a las Empresas importadoras y comer... http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21548/3/TESIS.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (18 palabras)
5	deconceptos.com Concepto de cuestionario - Definición en DeConceptos.com https://deconceptos.com/ciencias-sociales/cuestionario#:~:text=Los cuestionarios son una serie de pr...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (20 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/browse?value=E-commerce&type=subject>
- <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/browse?value=Sostenibilidad&type=subject>

