



CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS

PROYECTO: BELLA`S STORE

PARTICIPANTE

ROSA EMILIA RODRIGUEZ MEJIA

MATRÍCULA: 10-0813

DIPLOMADO

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA**

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

JULIO 12, 2020

PROVIDENCE RHODE ISLAND, USA

PLAN DE NEGOCIO ENFOCADO EN EL PROYECTO ONLINE BELLAS STORE

INDICE	pag
Resumen ejecutivo	5
Introducción	6
Antecedentes del sector.....	6
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.....	6
Objetivo general y objetivos específicos.....	7
Importancia y justificación del proyecto.....	8
Metodología.....	8
Delimitación y limitación del proyecto.....	10
.	
SECCION I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.	
1.1 Descripción de la empresa.....	11
1.2 Imagen Corporativa: logo, eslogan, colores, tipografía e isotipo de la empresa...11	
1.3 Filosofía de la empresa, misión, visión y valores.....	12
1.4. Ventajas competitivas Valor agregado y estrategia de diferenciación.....	14
SECCION II: ESTRUCTURA DEL ENTORNO	
2.1 Análisis FODA del proyecto: ventajas, oportunidades, debilidades y amenazas.....	15
2.2 Análisis de la competencia, competidores, ventajas y desventajas.....	17
2.3 Análisis de la demanda o consumidores,.....	18
2.4 Elaboración de cuestionario en línea, aplicado a 45 posibles consumidores, análisis y presentación grafica de los resultados.....	19
SECCION III ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA	
3.1 Mercado meta.....	36
3.2 Estrategia de productos.....	37
3.3 Estrategia de precios.....	37
3.4 Estrategia de distribución	41

3.5 Estrategia de comunicación.....41

SECCION IV: ESTRUCTURATECNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto.....43

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....43

4.3 Áreas operativas del proyecto.....44

4.4 Organigrama.....46

4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....47

4.6 Políticas operativas del negocio.....47

4.7 Normas laborales.....47

SECCION V: ESTRUCTURA FINANCIERA

5.1 Plan de inversión.....48

5.2 Estado de flujo de efectivo mensual.....50

5.3 Estado de resultado a 12 meses.....51

5.4 proyección de venta a 12 meses.....52

5.5 Presupuesto plan de medios online mensual.....53

CONCLUSION.....57

BIBLIOGRAFIA.....58

ANEXOS.....59

RESUMEN EJECUTIVO

BELLAS STORE es una tienda de ropa y accesorios para damas, su store estará ubicado en Imbert, puerto plata República Dominicana. Este proyecto se realizó en el transcurso de mayo-agosto 2020 y para su realización se desarrollaron V módulos que se describirán a continuación:

En la realización de la sección I se desarrollaron los conceptos primordiales de este proyecto como sus antecedentes, su importancia, sus objetivos fundamentales y esto dio paso a la estructura ideológica del proyecto compuesta por la descripción de la empresa, su imagen corporativa, misión, visión valores, sus ventajas competitivas y la estrategia que diferenciara la empresa de las demás.

En la sección II mediante diferentes estudios y análisis en esta parte se logró realizar la estructura del entorno de la empresa, donde se detalló un análisis FODA son las ventajas, desventajas debilidades y fortalezas de la empresa, pudiendo así también analizar la competencia sus debilidades y fortalezas y se realizó una encuesta vía online a 45 personas con las preguntas más importantes tanto para el cliente como para la empresa.

Sección III en esta etapa se desarrolló la estructura metodológica de la empresa, a quien va dirigida, su mercado meta, para poder identificar que busca, que espera, que le gusta al cliente, también se desarrollaron lo que son las estrategias de precios, las estrategias de distribución y las estrategias promocionales, todas entrelazadas siempre buscando identificar las mejores opciones, tanto para la empresa como para el cliente.

Sección IV en esta parte se desarrolló la estructura técnica de la empresa, sus accionistas, suplidores inversionistas y plataformas online en las cuales la empresa ofrecerá sus mercancías también se describió las principales áreas por la que está compuesta la empresa, pudiendo realizar su estructura organizacional.

Sección V en esta etapa se desarrolló la estructura financiera de la empresa, su plan de inversión y se realizó una proyección de venta a 12 meses, donde también se realizaron sus estados de flujo de efectivo, estado de resultado y se creó un plan de presupuesto para los medios online de la empresa, esto permitió a la empresa reunir toda la información de tipo económica para decretar su viabilidad.

INTRODUCCION

Antecedentes del sector.

A principio de la década de 1970, surgieron las primeras relaciones comerciales que usaban un ordenador para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información incluir entre otros las transferencias de documentos, como facturas y ordenes de compras. Como resultado se experimentaron grandes cambios y mejoras en este tipo de empresas.

En la actualidad la moda y la belleza son unas de las categorías más vendidas a nivel internacional tanto en Estados unidos, Europa y Reinos unidos, pudiendo general anualmente millones y millones en ventas de mercancías online. Dentro de esas tiendas se encuentran: Amazon, eBay, Aliexpress, Salando, Asos y Privalia.

República Dominicana no se queda atrás en este cambio maravilloso, y hoy el país cuenta con grandes emprendedores que han optado por crecer en este mundo online y creado sus propias empresas de ventas online de ropa, carteras, calzados y accesorios tanto nacionales como internacionales entre ellas actualmente activas se encuentran: W-trendycloset, Exclusivadade-ladiva, Lorabella.rd, isafashionshop, sarasofiashop, fashionrosscloset.

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

En República Dominicana existen un gran número de tiendas tanto online como físicas que comercializan ropas, accesorios y carteras de gran calidad tanto locales como importadas, pero en términos de funcionalidad, no es tan fácil conseguir la vestimenta, la cartera o los accesorios adecuados para cada ocasión, es difícil encontrar una cartera específica, a un precio cómodo y por esta razón termina el cliente comprando otro tipo de cartera.

En las diferentes tiendas se consiguen en su gran mayoría ropas, carteras y zapatos, pero muchas veces opciones limitadas tanto en la calidad, como en la cantidad y los size. Las clientas buscan alternativas diferentes, a la vanguardia y con la gran demanda de ropas, accesorios y carteras es necesario que se dé variedad para todo tipo de ocasión, opciones para elegir lo que más le conviene, no solo enfocándose en una marca, un estilo o en una persona específica.

Objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo general:

Desarrollar un plan de negocio sobre el proyecto de emprendimiento online BELLAS STORE, venta de ropa, accesorios y carteras para damas, Republica Dominicana, periodo mayo-agosto 2020.

Objetivo específico

- Desarrollar el contexto inspiracional y filosófico del emprendimiento online BELLAS STORE.
- Establecer la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online BELLAS STORE.
- Diseñar el contexto mercadológico, financiero y técnico del emprendimiento online BELLAS STORE.

Importancia y justificación del proyecto.

Con la creación de este proyecto se espera obtener tres logros importantes:

El Primero es cumplir con los requisitos de la universidad y culminar la licenciatura en administración de empresas turísticas, segundo que este proyecto permita a sus creadores crecer tanto en el área personal como profesional y así lograr crecer y desarrollarse en el mundo de negocios online y tercero Con la idea de crear esta empresa online, se espera satisfacer una necesidad que permita general un negocio rentable, se escogió el sector de ropa y accesorios para damas para mejorar la accesibilidad a las damas a la hora de comprar ofreciendo variedad, buenos precios, marcas reconocidas y calidad.

Se espera lograr un cambio positivo en el cliente y general un posicionamiento impactante en el mercado online, así estar presente en su mente a la hora de querer adquirir mercancía de calidad y confiable.

Metodología.

Para la realización de este proyecto online de venta de ropas, accesorios y carteras para damas se llevaron a cabo diferentes investigaciones, métodos y técnicas para la recolección de la información, aquí se presentan detalladamente.

Investigación del mercado y consumidor virtual

Para determinar la aceptación del consumidor hacia las compras a través de las tiendas virtuales de ropa, y accesorios se implementó lo que es el método de juego de campo para emprender este permite agregar valor a la idea de negocio hasta transformarla en un modelo de negocio, este dio paso a la realización de entrevistas tanto personales como por redes sociales para así determinar los gustos, necesidades, preocupaciones, de los posibles clientes.

Se dispuso a entrevistar a un emprendedor de esta área Walkidia León al preguntarle a esta emprendedora ¿si piensa que seguirá teniendo éxito las tiendas virtuales en el país? A lo que ella contesto que mientras se ofrezcan a los clientes productos de calidad, eficacia, responsabilidad y buenos precios serán más los emprendedores que se sumaran a este mundo de negocio online debido a su gran demanda.

Con estas entrevistas se logró concluir que la aceptación que presentan los consumidores a las compras virtuales es muy buena, para la empresa es rentable y está en crecimiento.

Mercado objetivo

Clientas damas entre los 30-55 años que les guste verse y sentirse bien a la moda y con estilo, que buscan un estilo que encaja con su perfil. Los ingresos que requerirán para ser clientas de esta empresa van entre los 10,000 PD en adelante, esto quiere decir que con los accesibles precios que se van a ofrecer no afectara negativamente la cartera de las clientas. El país está inmerso en una cultura donde la belleza y el estilo son elogiados constantemente, las prendas para mujeres han visto un alza en su demanda en los últimos años de una manera extraordinaria, esto abre oportunidad en el mercado online puesto que estas demandas van a seguir creciendo en los próximos años.

Competencia

Para poder realizar una comparación se tuvieron en cuenta las tiendas más representativas en cuanto a similitud de mercancías, formas de distribución y atención al cliente. El análisis FODA es una herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa, con esta herramienta se recogió información en cuanto a sus fortalezas y debilidades y así determinar las oportunidades que tendrá el lanzamiento de este

proyecto online. Entre sus debilidades se encontraron poca variedad de mercancías y precios elevada y entre sus fortalezas mercancías de calidad.

El modelo de negocios Canva board es una de las estrategias más usadas en el mundo empresarial para diseñar proyectos de negocio de una manera más sencilla. En este proyecto este modelo de negocio fue muy utilizado ya que permitió mediante análisis, entrevistas e investigaciones exploratorias desarrollar lo que es: Segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relación con clientes, flujo de ingresos, recursos claves, actividades claves, asociaciones claves y estructura de costo.

Delimitación del proyecto.

Bellas store es una empresa online dedicada a la venta de ropas, accesorios y carteras, para damas entre los 30-50 años, esta tienda virtual será administrada desde los Estados Unidos, pero tendrá su ubicación en Imbert, Puerto Plata que es de donde se realizarán los envíos a las diferentes localidades, el tiempo estimado para la realización de este proyecto será de alrededor de 6 meses es decir que será consumado a partir del 2021.

Limitaciones del proyecto.

El tiempo exacto para empezar el proyecto, así como puede ser consumado en 6 meses pueden ser menos o quizás pueden ser más pues los creadores de este proyecto al residir en Estados Unidos por motivos personales de tiempo, familia y empleos no podrán viajar este año como estaba planeado, aun no contar con todas las informaciones que se requiere y la limitación tecnológica que tienen las personas que serán los encargados en el país tanto de recibir las mercancías, como de hacer los envíos a los diferentes puntos del país, dominar las herramientas no se lograra de un día para otro y quizás no obtengan el nivel de adaptación y flexibilidad necesario.

1.1 Descripción de la empresa.

Bellas store será un negocio online, dedicado a la venta de Ropa, accesorios y carteras para damas que buscan vestir a la moda, elegante y juvenil, ofreciendo mercancías de calidad a precios accesibles.

1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.

Logo e Isotipo.



Eslogan

Lo que la mujer diferente como tu necesita.

Colores

Color naranja que significa juventud y estilo, rojo que transmite pasión y fuerza y el color negro que transmite elegancia y fortaleza.

Tipografía

Las tipografías utilizadas tanto en las redes sociales como en la página web serán: Arial, Century y *Lucida Handwriting*

1.3 Filosofía de negocios.

Misión.

Ser una empresa reconocida en la venta de ropa y accesorios para damas, proporcionando cada día un servicio de excelencia al cliente.

Visión.

BELLAS STORE busca convertirse en una empresa online reconocida, ofreciendo al cliente mercancía de calidad, a precios accesibles, que cumplan con sus exigencias.

Valores.

- Calidad
- Confianza

- Respeto
- Responsabilidad.
- Eficiencia
- Compromiso

1.4 Ventajas competitivas.

Valor agregado.

Las clientas podrán entrar a la página web de manera fácil, rápida, oportuna y con un manejo sencillo para escoger y así también podrán comunicarse de manera inmediata para atender sus preguntas e inquietudes. También podrán contactar por Instagram, Facebook y por un sistema de mensajería tanto en WhatsApp como en por correo electrónico, así se le estará asistiéndole todo el tiempo.

Se ofrecerá un servicio de primera:

- Buenos precios
- Mercancía de calidad
- Marcas reconocidas
- Mercancía a la vanguardia

Estrategias de diferenciación

Para la empresa lo más importante será la satisfacción del cliente por tal razón las estrategias serán basadas en la calidad de las mercancías, la rapidez, los precios accesibles y el seguimiento que se dará a los clientes antes y después de su compra, garantizando así que el cliente quede satisfecho y a la hora de tener otra necesidad sea Bellas store su primera opción. También los clientes obtendrán:

- Pagos electrónicos por transferencia o depósito
- Entrega en 74 horas
- Descuentos en la primera compra
- Ofertas en días festivos

2.1 Análisis FODA del proyecto.

El análisis FODA es un estudio que consiste en identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una determinada empresa en su sector de forma que nos ayude a tomar decisiones y adoptar estrategias consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas.

Fortalezas.

Son las características internas de la empresa que facilitan o ayudan a cumplir los objetivos fijados. Se lograron identificar las siguientes:

- Mayor variedad mercancías
- Exclusividad de mercancías
- Productos de calidad
- Excelentes Precios
- Servicio posventa

Oportunidades.

Se trata de las situaciones que presenta el entorno de la empresa y que pueden ayudar a la consecución de los objetivos fijados. Se lograron idéntica las siguientes:

- Mayor capacidad para llegar a más puntos geográficos
- Demanda creciente online
- Estimaciones positivas para evolución de la economía
- No necesitar rentar un local
- Gran número de marcas proveedoras

Debilidades.

Son las características internas de la empresa que pueden convertirse en barreras y complicar el cumplimiento de los objetivos fijados. Se identificaron las siguientes:

- Empresa de reciente creación
- Dificultad para obtener financiación
- Falta de experiencia en este sector
- Fraudes de compras por Internet
- Imposibilidad de tocar el producto

Amenazas.

Se trata de las situaciones que el entorno de la empresa presenta y que pueden perjudicar negativamente a la consecución de los objetivos fijados. Se lograron identificar las siguientes:

- Alta rivalidad interna en el sector
- Alto número de competidores
- Tendencia poco fiel de los consumidores en el sector
- Inestabilidad de la economía (crisis económica)
- Prestigio de la competencia ya asentada en el sector

2.2 Análisis de la competencia.

Principales competidores.

Las grandes empresas más conocidas en el país serán los mayores competidores, Tienen buena imagen de marca, años de experiencia, la confianza de sus clientes, etc. Muchas de ellas no solo llegan al cliente físicamente, sino que por Internet también pueden acceder a ellas.

Existen un gran número de empresas online en el país que compiten por ofrecer la última moda a buena calidad y al mejor precio con el fin mejorar su posición en el mercado, se puede concluir que el nivel de competencia es alto.

Dentro de la competencia se especificarán tres:

Jey_fashion_store: Es una tienda virtual para damas, ofrecen ropa, accesorios, arteras y más de marcas nacionales e internacionales, haciendo envíos en todo el país, y recibiendo sus pedidos vía Instagram y WhatsApp. Actualmente en Instagram cuentan con 12.000 seguidores.

Fashiosroos: Es una tienda para damas virtual y física ubicada en Jarabacoa, venta de carteras, zapatos, ropas y accesorios tanto nacionales como internacionales, realizan envíos a todas partes del país y actualmente reciben pedidos vía Instagram y WhatsApp. En Instagram cuentan con 7.068 seguidores.

Isafashionshop: Tienda virtual de ropa, accesorios y carteras para damas, ubicada en Santiago de los caballeros, con envíos a toda parte en el país, sus pedidos lo reciben vía WhatsApp e Instagram y actualmente en Instagram cuentan con 1.619 seguidores.

Mediante análisis e investigaciones exploratorias se lograron identificar algunas de sus fortalezas y debilidades;

Fortalezas

Ofrecen mercancías de calidad de marcas nacionales e internacionales

- Más tiempo de experiencia
- Confianza de sus clientes
- Variedad de mercancías
- Precios asequibles

Debilidades.

Estas empresas no cuentan con una página web disponible

- Redes sociales desorganizadas
- Debilidad en el servicio al cliente
- Debilidad en las promociones de sus mercancías
- Personal limitado

2.3 Análisis de la demanda o consumidores.

Con el objetivo de conocer los posibles clientes, sus gustos y sus necesidades actualmente se realizó una encuesta online donde las preguntas se relacionan con la persona y sus intereses.

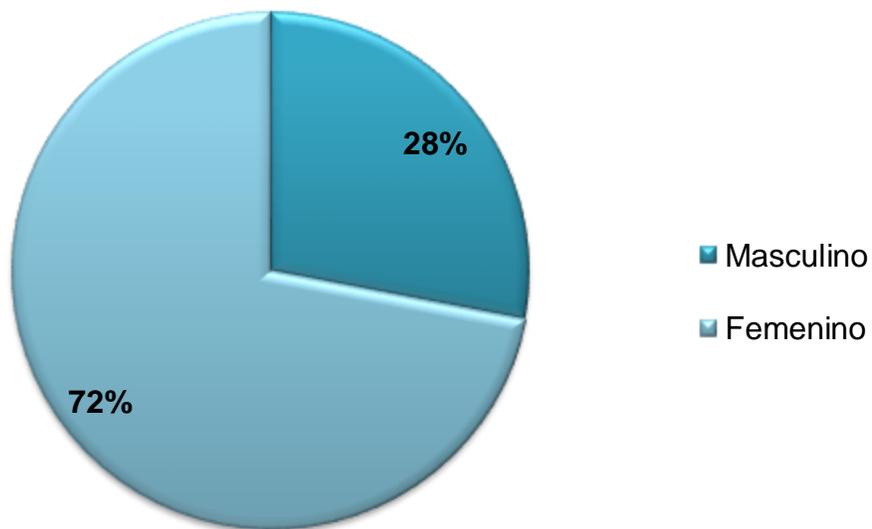
La encuesta se diseñó en la aplicación survey para que su forma de distribución fuera lo más sencilla posible y de este modo poder alcanzar a un público amplio con simplemente enviar el enlace, donde los usuarios pueden ingresar y contestar desde su teléfono móvil con muy poco esfuerzo contestar las preguntas.

2.4 Aplicación encuesta a 50 posibles consumidores.

A continuación, serán detallados los resultados obtenidos por la encuesta realizada:

Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

1- ¿Tu Género?

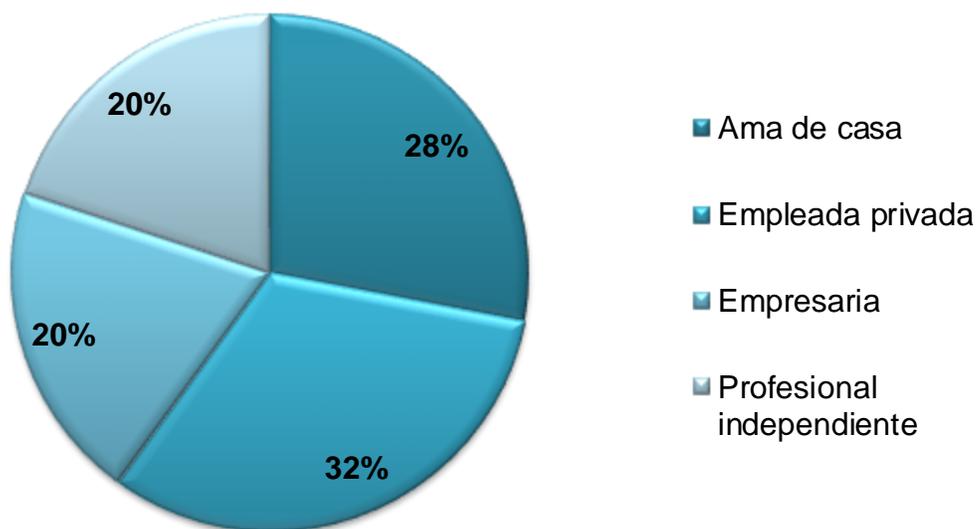


Resultados

Opciones	%	Conteo
Masculino	28	7
Femenino	72	18

Análisis: La mayoría de las personas que respondieron la encuesta son mujeres representando un 72% de la muestra y los hombres solo el 28%. Es muy favorable para la empresa ya que la empresa va dirigida específicamente a la mujer.

2- ¿Tu Ocupación?

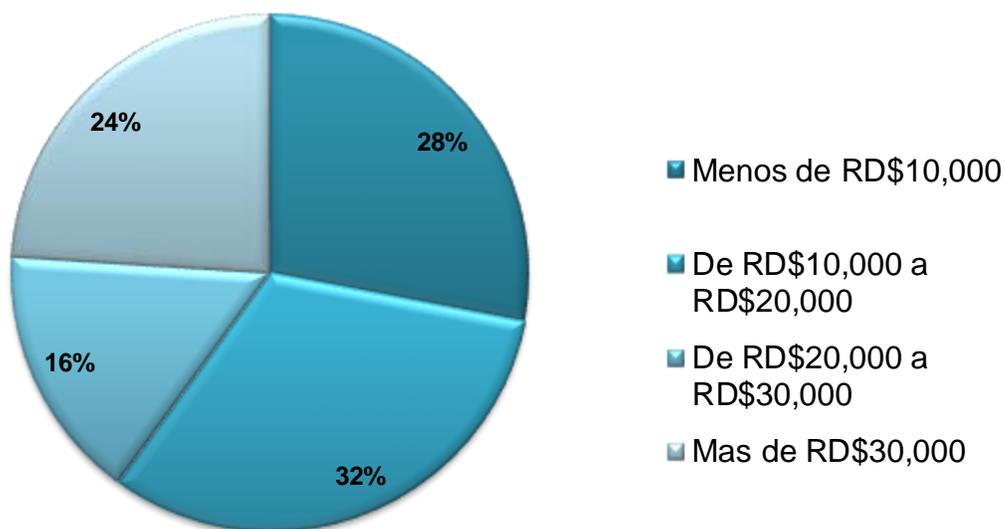


Resultados

Opciones	%	Conteo
Ama de casa	28%	7
Empleada privada	32%	8
Empresaria	20%	5
Profesional independiente	20%	5

Análisis: El resultado de la pregunta muestra que la gran mayoría de los encuestados son empleados, en donde el grupo más grande lo determinan las personas que son empleados privados con un 32%, seguido de las amas de casa con un 28%, seguido de los empresarios con un 20% y los profesionales independientes con 20%. De lo anterior se puede afirmar que una población donde la gran mayoría son personas que trabajan, reciben ingresos pueden adquirir algunas de las mercancías de la empresa de acuerdo a sus necesidades.

3- ¿Tus Ingresos?

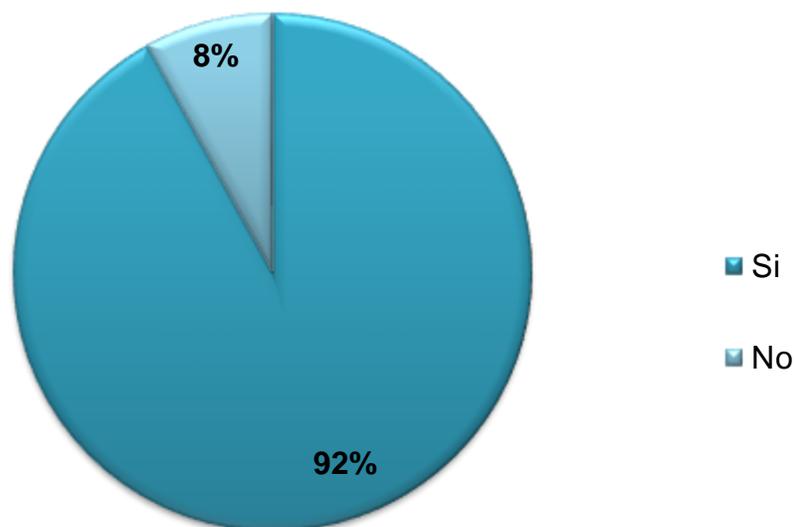


Resultados

Opciones	%	Conteo
Menos de RD\$10,000	28	7
De RD\$10,000 a RD\$20,000	32	8
De RD\$20,000 a RD\$30,000	16	4
Más de RD\$30,000	24	6

Análisis: El resultado demuestra que la gran mayoría de los encuestados reciben ingresos mensuales, en donde el grupo más grande lo determinaron las personas que ganan de un RD\$10,000 a RD\$20,000 con un porcentaje de 32% seguido de los que ganan menos de RD\$10,000 con un porcentaje de 28%, seguido de los que ganan más de RD\$30,000 con un porcentaje de 24% y en cuarto lugar los que ganan RD\$20,000 a RD\$30,000 con un porcentaje de 16%. De esto se puede afirmar que con los precios accesibles que ofrecerá la empresa si podrán ser clientes de ella.

4- ¿Has comprado en tiendas de variedades online?

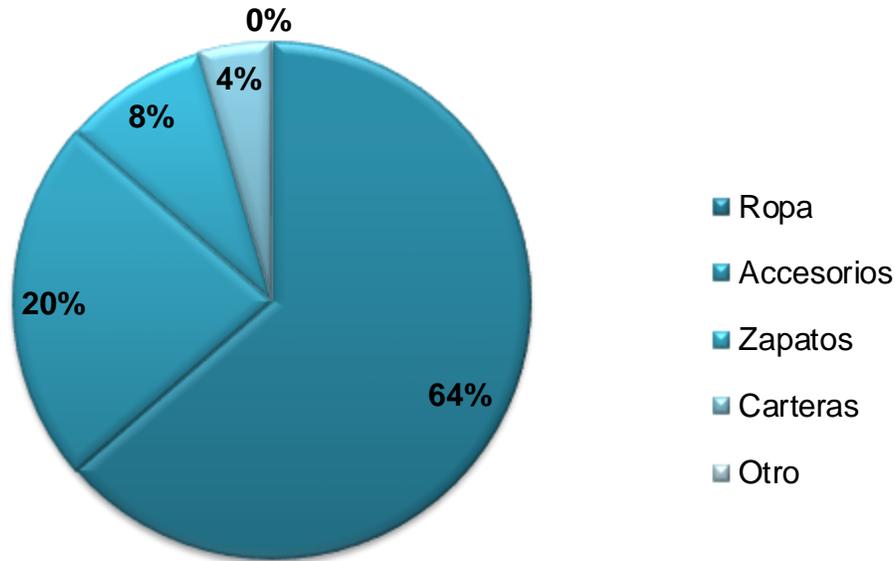


Resultados

Opciones	%	Conteo
Si	92	23
No	8	2

Análisis: Con un valor de 92% se concluye que la mayoría de encuestados si han realizado compras online y donde solo un 8% no. Esto significa que las personas cada día se involucran con el negocio online lo que es una gran ventaja para la empresa pues esto indica que las personas siguen aceptando este tipo de empresas online

5- ¿Qué cosas prefieres comprar?

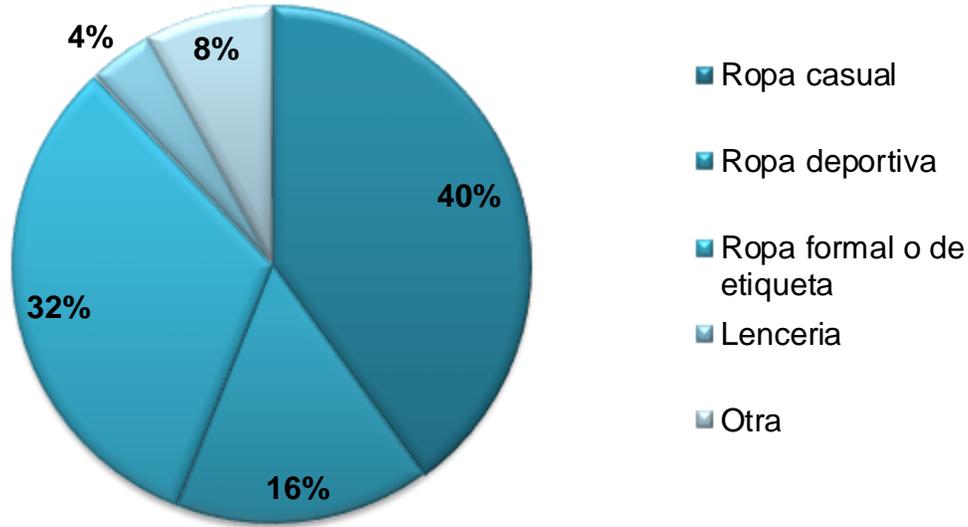


Resultados

Opciones	%	Conteo
Ropa	64	14
Accesorios	20	5
Zapatos	8	2
Carteras	4	1
Otro	0	0

Análisis: Los elementos que los encuestados utilizan con mayor frecuencia son la ropa , con un porcentaje de 64%, seguido de los accesorios con un 20% , seguido por los zapatos con un 8% y en cuarto lugar las carteras con un 4% .Lo anterior permite plantear a la empresa una propuesta en donde sus principales mercancías sean las líneas de ropa , identificados como los demás demanda y de los cuales se espera que sea un éxito.

6- ¿Qué tipo de ropa llama más tu atención?

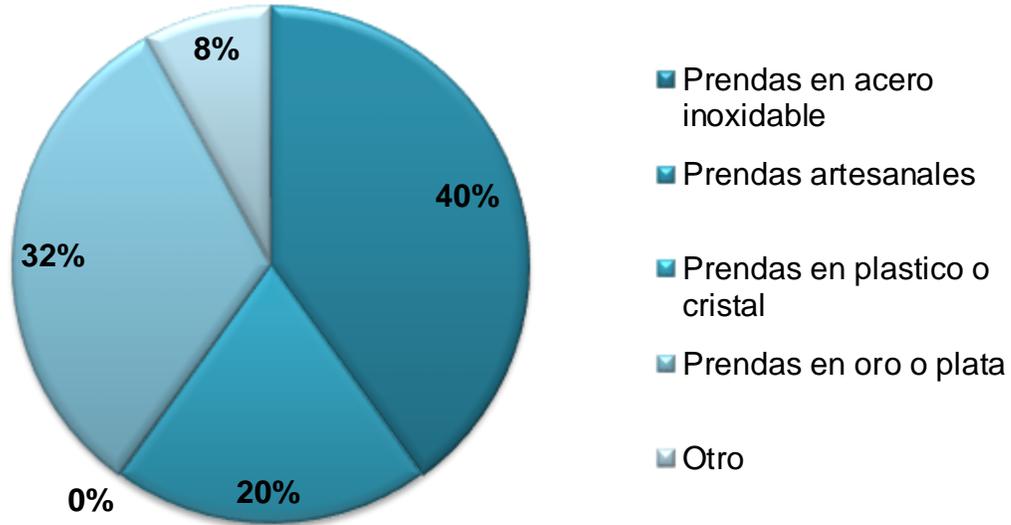


Resultados

Opciones	%	Conteo
Ropa casual	40	10
Ropa deportiva	16	4
Ropa formal o de etiqueta	32	8
Lencería	4	1
Otra	8	2

Análisis: Como resultado principal se obtiene que la ropa que llama más la atención a los encuestados son la ropa casual con un 40%, seguido de la ropa formal o de etiqueta con un 32% la ropa deportiva con un 16% seguido de la lencería con un 4% y por ultimo con un 8% otras opciones. El nuevo reto de la empresa es la elección adecuada de prendas casuales con diseños llamativos, a la vanguardia y que al mismo tiempo de confianza a los consumidores en cuanto a comodidad.

7- ¿Qué tipo de accesorios son de tu preferencia?

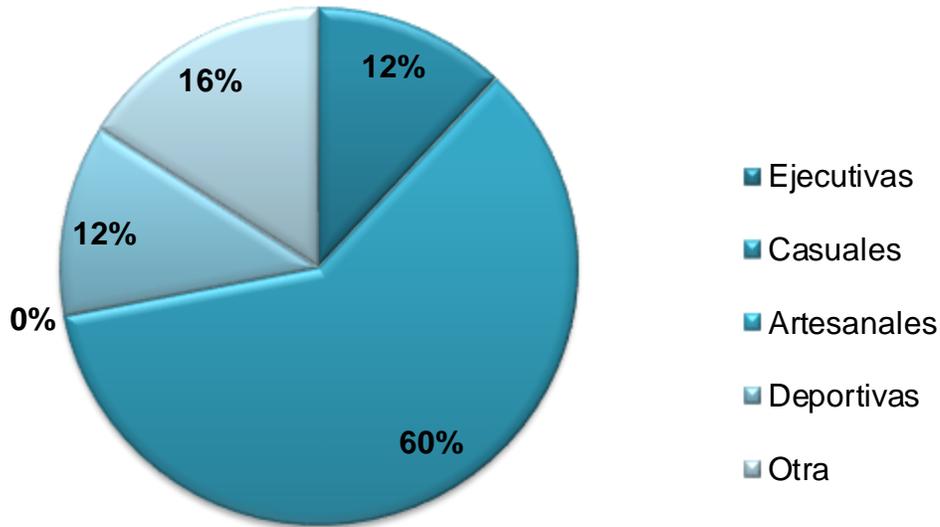


Resultados

Opciones	%	Conteo
Prendas en acero inoxidable	40	10
Prendas artesanales	20	5
Prendas en plástico cristal	0	0
Prendas en oro o plata	32	8
Otro	8	2

Análisis: El resultado de la encuesta muestra que la mayoría de los encuestados prefieren las prendas en acero inoxidable, con un porcentaje de 40%, seguido de las prendas de oro y plata con un porcentaje de 32%, las prendas artesanales con un porcentaje de 20%, seguido de la opción de otras opciones con un 8% y por último las prendas de plástico o cristal con un porcentaje de 0%. Lo anterior permite a la empresa plantear su propuesta de accesorios en prendas en acero inoxidable, prendas de oro y plata y prendas artesanales, pues serían los productos de mayor demanda y que podrían ser exitosos.

8- ¿Qué tipo de carteras son de tu preferencia?

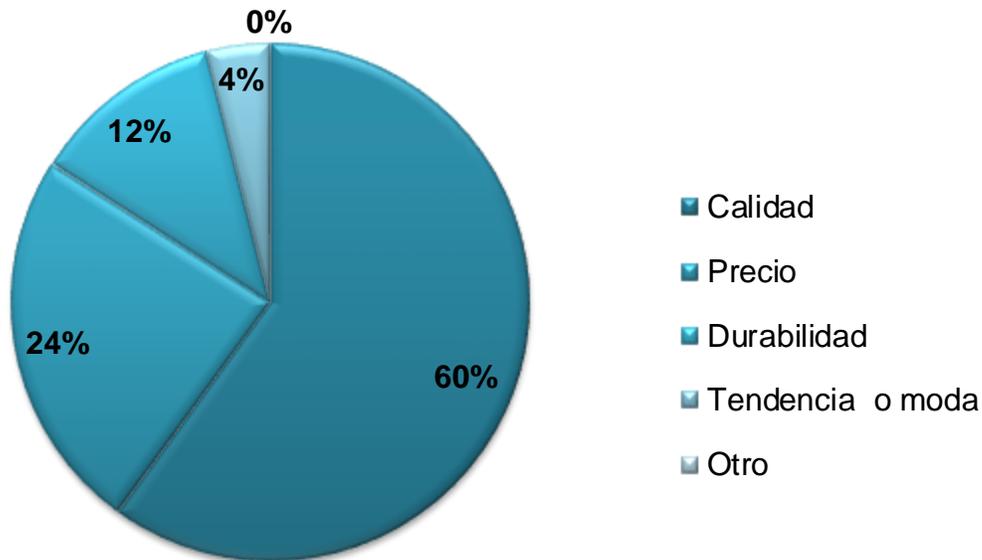


Resultados

Opciones	%	Conteo
Ejecutivas	12	3
Casuales	60	15
Artesanales	0	0
Deportivas	12	3
Otra	16	4

Análisis: Los elementos que los encuestados utilizan con mayor frecuencia son las carteras casuales con un porcentaje de 60%, seguido de otras posibles opciones con un porcentaje de 16% y con un margen cerrado respectivamente en tercer y cuarto lugar con un 12% en porcentaje las carteras casuales y las deportivas. Lo anterior permitirá a la empresa elegir carteras casuales, de diseños y modernas que cumplan y superen las expectativas de los clientes

9- ¿Qué aspectos son importantes para ti al momento de comprar alguno de estos productos?

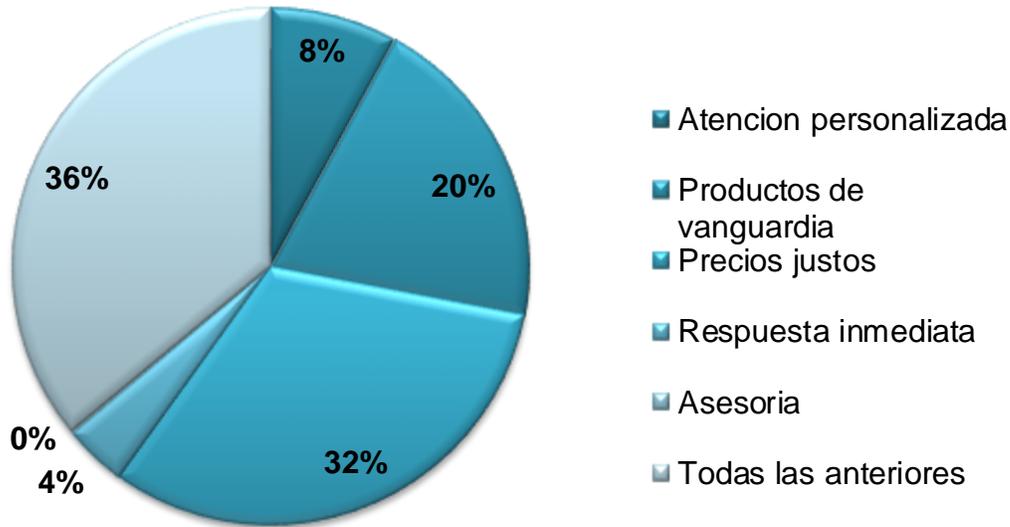


Resultados

Opciones	%	Conteo
Calidad	60	15
Precio	24	6
Durabilidad	12	3
Tendencia o moda	4	1
Otro	0	0

Análisis: Como resultado principal se obtiene que el factor más importante a la hora del cliente comprar un producto es la calidad, con el 60% de respuestas lo anterior plantea que la empresa debe elegir prendas de calidad, generar la confianza del cliente pues con esta encuesta el cliente da entender que por encima del precio prefieren la calidad siempre y cuando se superen sus expectativas.

10-¿Qué esperas de una tienda de variedades online?



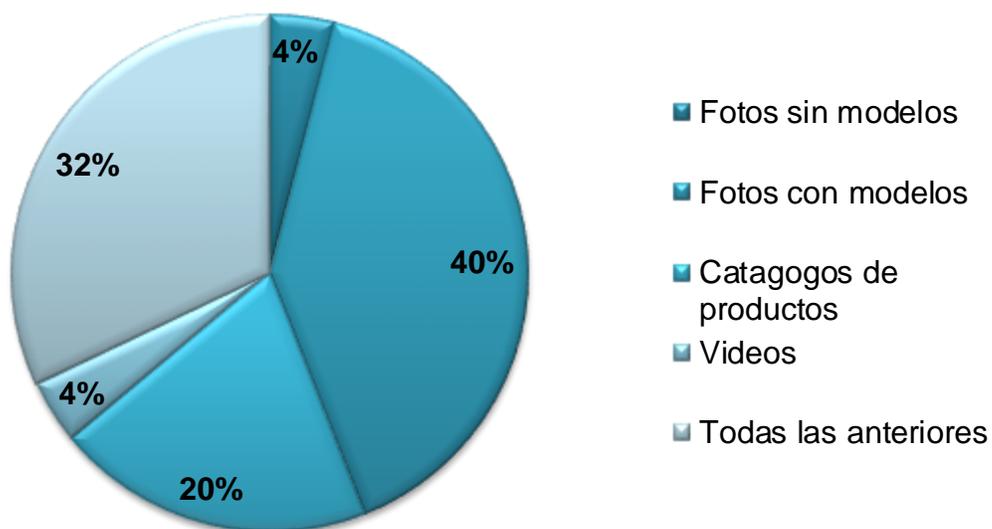
Resultados

Opciones	%	Conteo
Atención personalizada	8	2
Productos de vanguardia	20	5
Precios justos	32	8
Respuesta inmediata	4	1
Asesoría	0	0
Todas las anteriores	36	9

Análisis: a los posibles clientes se le pregunto ¿qué esperan de una tienda de variedades online?, ofreciendo varias respuestas , tanto como el precio , asesorías , respuesta inmediata , atención personalizada, , a lo que ellos con un porcentaje de 36% eligieron todas las opciones , seguido de precios justos con un 32%, productos a la vanguardia con un 20% , atención personalizada con un 8% y por ultimo respuesta inmediata con un porcentaje de 4% .Lo anterior indica que la empresa debe plantear

una propuesta de calidad a los clientes basada en ganarse su confianza y ofrecer un servicio de atención de primera.

11-¿Cómo prefieres visualizar la mercancía ofrecida en una tienda de variedades online?

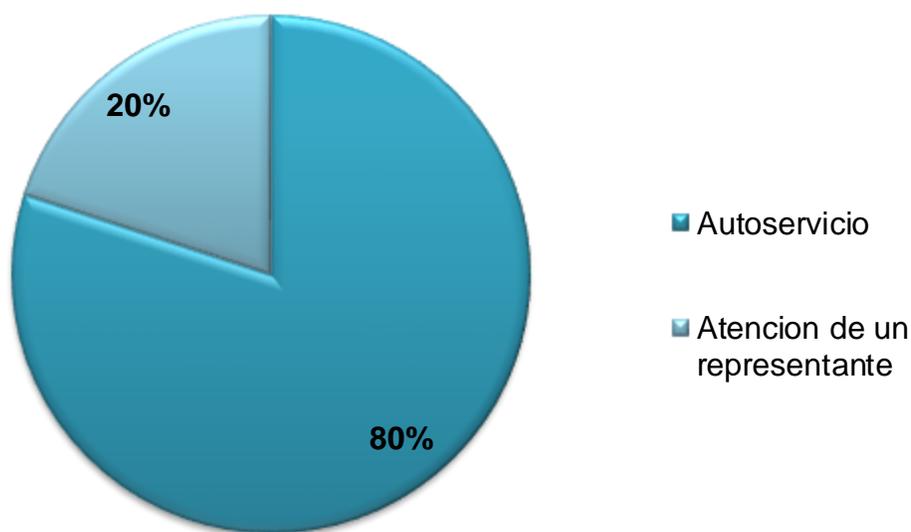


Resultados

Opciones	%	Conteo
Fotos sin modelos	4	1
Fotos con modelos	40	10
Catálogos de productos	20	5
Videos	4	1
Todas las anteriores	32	8

Análisis: El resumen muestra que los posibles clientes están acostumbrados al medio tradicional de visualizar la mercancías por medio de fotos con modelo, un 40% de los cuestionados afirmaron esta idea, pero también indicaron con un porcentaje de 32% que tanto las fotos con modelo 40%, catálogos de productos 20% y videos y fotos sin modelo 4% de porcentaje son importantes para ellos. Lo planteado permitirá a la empresa que el cliente visualice lo que le gusta de la manera que le gusta

12-¿Cómo deseas realizar tus pedidos?

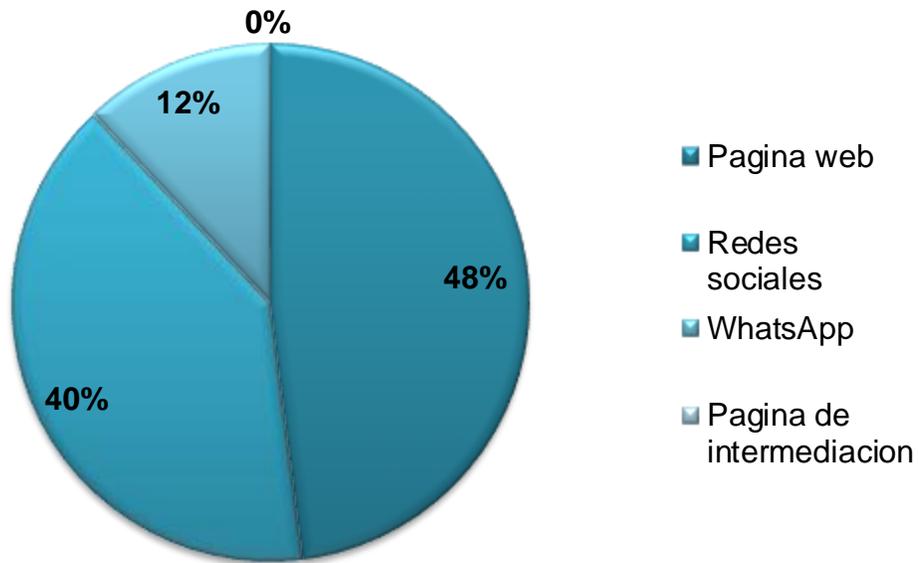


Resultados

Opciones	%	Conteo
Autoservicio	80	20
Atención de un representante	20	5

Análisis: con un valor de 80% se concluye que para la mayoría de los encuestados prefieren realizar sus pedidos mediante autoservicio y solo el 20 % desea la atención de un representante. Lo anterior indica que el cliente prefiere ellos mismo realizar todo su proceso sin ninguna atención pues sería más rápido, pero a la hora de algún inconveniente el cliente desesperadamente quedra la atención de un representante por esta razón la empresa optara por las dos opciones.

13-¿Qué plataforma prefieres para una tienda de variedades online?

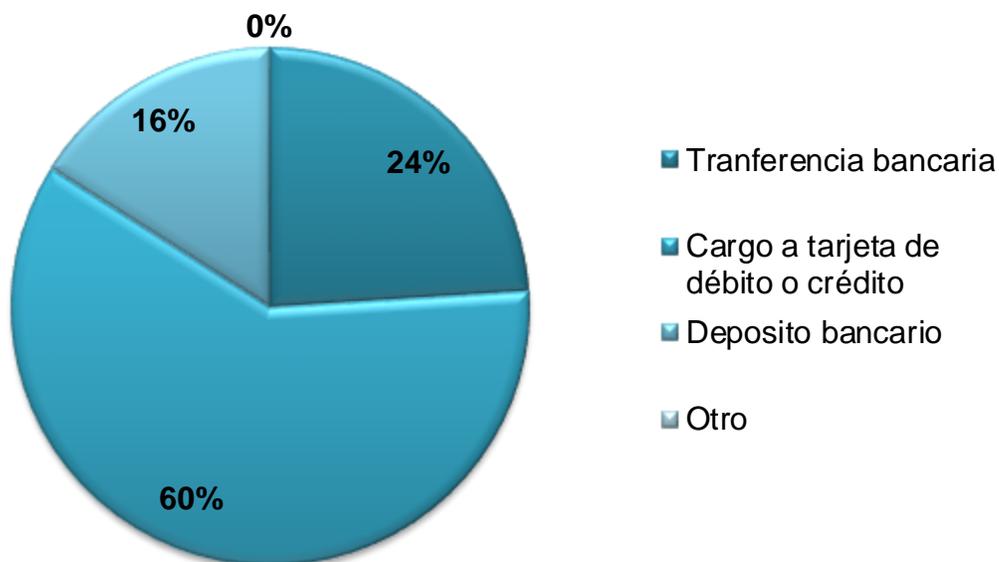


Resultados

Opciones	%	Conteo
Página web	48	12
Redes sociales	40	10
WhatsApp	12	3
Página de intermediación	0	0

Análisis: con un porcentaje de 48% los posibles clientes afirmaron que su plataforma preferida a la hora de hacer un pedido online es la página web, seguido de las redes sociales con un porcentaje de 40% en tercer lugar WhatsApp con un 12% y por ultimo con un porcentaje de 0%. Esto es muy positivo para la empresa, ya que la empresa optara por la creación de una página web, esto permitirá más rendimiento, informaciones tanto entre cliente como la empresa y aumentara el nivel de cierre de venta. Pero también la empresa implementara el uso de redes sociales y sistemas de mensajería.

14-¿Cómo prefieres realizar tus pagos?

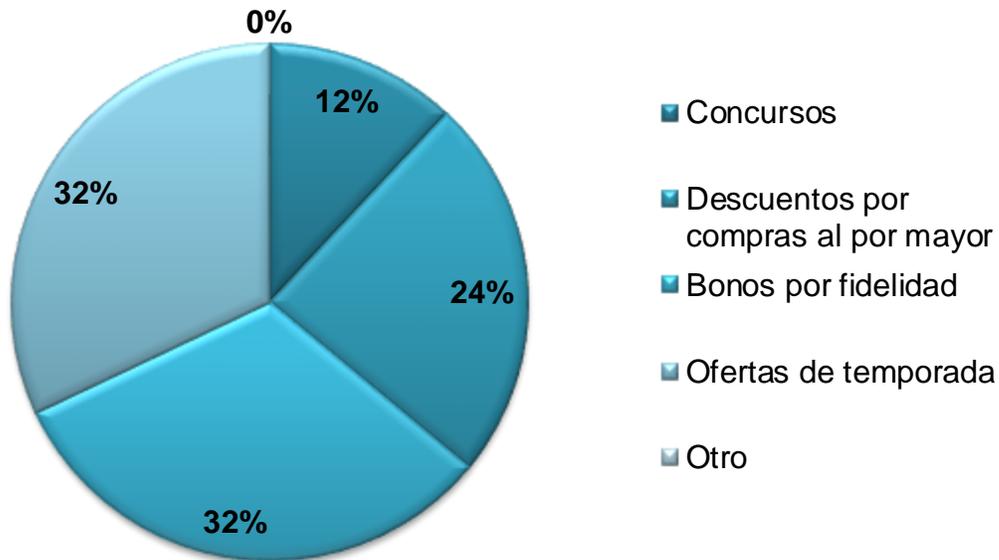


Resultados

Opciones	%	Conteo
Tranferencia bancaria	24	6
Cargo a tarjeta de débito o crédito	60	15
Depósito bancario	16	4
Otro	0	0

Análisis: Con un valor de 60% se concluye que los posibles clientes prefieren realizar sus pagos mediante cargo a tarjeta de débito o crédito, seguido de las transferencias bancarias con un porcentaje de 24% y por último los depósitos bancarios con un porcentaje de 16%. Lo anterior permitirá a la empresa plantear propuestas diferentes en donde el cliente podrá elegir la que más se acomode a sus posibilidades.

15-¿Qué tipo de ofertas y promociones te gustaría ver en una tienda de variedades online?

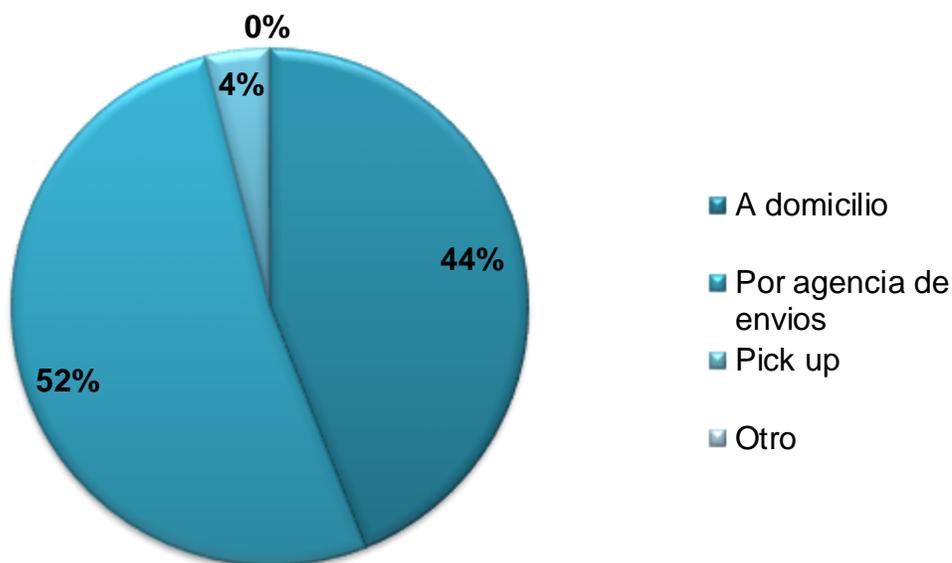


Resultados

Opciones	%	Conteo
Concursos	12	3
Descuentos por compras al por mayor	24	6
Bonos por fidelidad	32	8
Ofertas de temporada	32	8
Otro	0	0

Análisis: Con un porcentaje cerrado de 32% los posibles clientes indicaron que sus ofertas y promociones favoritas en la tienda online serían los bonos de fidelidad y las ofertas de temporada, seguido de los descuentos de compra al por mayor con un 24% de porcentaje y por último los concursos con un porcentaje de 12%. Será un reto para la empresa motivar sea semanal, mensual o cada tres meses motivar a los clientes a realizar compras ofreciendo variedades de ofertas y promociones.

16-¿Qué tipo de envío prefieres?



Resultados

Opciones	%	Conteo
A domicilio	44	11
Por agencia de envíos	52	13
Pick up	4	1
Otro	0	0

Análisis: Con un porcentaje de 52% los encuestados indicaron que prefieren recibir sus pedidos mediante agencias de viajes, seguido de los que desean su entrega a domicilio con un porcentaje de 44% y por último los que optaron por pick up con un 4%. Este es un punto positivo para la empresa ya que la empresa optara por realizar envíos mediante agencias de viaje garantizando entrega con eficiencia y responsabilidad.

3.1 Mercado Meta.

Avatar de cliente:

Para definir el mercado meta se tuvo en cuenta el mercado objetivo al que se dirige la empresa, mujeres entre los 30-55 años que busquen vestir a la moda, elegante y juvenil, que residan tanto en Imbert puerto plata como en otros lugares de Republica Dominicana. Mujeres de diferentes niveles académicos, pero que generen ingresos mínimos mensuales de 20,000 RD\$.

Entre las necesidades y deseos caben resaltar que las clientas a la hora de comprar buscan variedad de mercancías, vestir a la vanguardia y juvenil, recibiendo precios accesibles, calidad de mercancías y eficiencia a la hora de realizar sus compras. Donde estas valoraran la responsabilidad y la atención que se les brinde.

Cada día es más importante para la mujer verse elegante, a la moda y con estilo a la hora de vestir, la empresa busca posicionarse y cubrir esas necesidades, que las clientas encuentren lo que buscan para cada ocasión.

3. 2 Estrategias de producto.

Catálogo de productos por pedidos

Ropa formal

Vestidos: elaborados en material de telas con excelente calidad, con variedad de diseños, con estampados y plein, mangas cortas y mangas largas, cuello alto y cuello bajo, variedad de colores y diferentes tallas (única, small, médium, large y x-large).

Faldas: elaboradas en material de calidad, en diferentes telas y tejidos, con diferentes formas tales como recta o acampanada, ajustada a la cintura, en diferentes tallas (única, small, médium, large y x-large). Una prenda versátil y con múltiples posibilidades de look tanto en invierno como en verano.

Blusa: a la vanguardia y con estilos diferentes, mangas cortas y mangas largas, con botones delante y sin botones, en diferentes tallas (única, small, médium, large y x-large), variedad de colores disponibles por pedidos para diferentes ocasiones.

Ropa casual

Jeans largos: de diferentes marcas reconocidas, en diferentes tallas (de 0 al 12), Jean de cintura alta que favorecen a las mujeres de cuerpo recto, que se ajustan a su cintura y a su vez complementan sus curvas y los Jean de altura media para damas de cuerpos voluptuosos, con botones o con zíper, acampanados o tubitos, engomados y sin goma.

Jeans Short: en diferentes tallas (de 0 al 12), con variedad de colores y estilos, cintura alta y de altura media, de diferentes marcas reconocidas, con botones y con zipper, engomados y sin goma, lo indicado y cómodo que buscas para verte bien con estilo y a la moda.

T-shirt: variedad de colores y diferentes tallas (única, small, médium, large y x-large), estampados y plein, de mangas cortas y mangas medianas, con cuellos y sin cuello, cortos y largos, lo que busca la mujer de hoy para verse juvenil y con estilo.

Accesorios

Accesorios de fantasía fina: accesorios elaborados con metales y procesos finos para todo tipo de ocasión, incluyendo pulseras, aretes grandes y pequeños, collares con diferentes modas, tallados y estilos, para la mujer que le gusta lucir diferente.

Accesorios de acero inoxidable: variedad de opciones para elegir, así como juegos de cadenas y aretes o pulseras y anillos combinados. Accesorios de calidad con material de primera.

3. 3 Estrategias de precios.

Dependiendo el costo de adquisición entre proveedores y márgenes de utilidad los precios serán establecidos mediante intervalos:

- Blusas formales de \$ 850 PD a \$ 900PD (50 %)
- Vestidos de \$ 900 PD a \$ 1,000 PD (40%)
- Faldas de \$ 800 PD a \$950 PD (45%)
- Jeans largos de \$ 1, 800 PD a \$ 2,500 PD (50%)
- Jeans short de \$ 800 PD a \$ 1,050 PD (50%)
- T- shirt de \$ 650 PD a \$ 850 PD (50%)
- Accesorios acero inoxidable de \$ 600 PD a \$ 750 (50%)
- Accesorios fantasía fina de \$ 300 PD a \$ 425 PD (40%)

Margen de beneficios.

Para establecer el precio de venta de las mercancías a ofrecer la empresa primero establecerá los contratos con los proveedores, donde se establecerán primero el costo para la empresa de adquisición por cada una de las prendas.

Los márgenes de utilidad se establecerán entre un rango de 45% al 50% dependiendo de la prenda. Los precios serán establecidos de acuerdo con el costo de adquisición entre los proveedores y los márgenes de utilidad que se desean obtener.

Precios promocionales

Las acciones que se llevarán a cabo para atraer al cliente y empezar a dar a conocer la empresa en el mercado será ofrecer distintos descuentos o precios promocionales en la apertura y comienzo de la empresa como:

- Descuentos de 5% en todos los productos de la página web
- Si el cliente le sugiere la página a un amigo obtendrá 10% de descuento en la página web
- Envíos gratis para compras mayores de \$ 5,000 PD

Formatos de pago.

El cliente tendrá tres opciones para realizar sus pagos mediante: transferencia bancaria, depósito directo o cargo a su tarjeta de débito o crédito.

Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos.

Envíos

Los envíos serán a cargo del cliente. Los envíos se realizarán mediante Caribe tours pack o metro pack donde el cliente podrá pasar a recoger su pedido en un tiempo estimado de 72 horas. A la hora de recoger su pedido el cliente deberá presentar su identificación y número de teléfono.

Cambios y devoluciones

El cliente tiene derecho a cambiar los productos adquiridos en BELLAS STORE durante un plazo de 7 días corridos, a partir de la fecha de recepción. Estos deberán estar en el mismo estado en que fueron recibidos, sin haber sido utilizados, con el embalaje y sus etiquetas originales. Los gastos de envío correrán por cuenta del comprador. Si alguna mercancía fuera entregada con algún defecto de fabricación o por accidente en el envío, los costos serán a cargo de BELLAS STORE.

Descuentos

Cuando una mercancía de la empresa este en oferta o tenga descuento vendrá incluida con ella, es decir se le presentara al cliente el precio anterior y el precio actual de dicha mercancía para que así pueda apreciar lo que se está ahorrando en dicha compra.

Impuestos

Los impuestos varían según el precio de la mercancía, por esto luego del cliente realizar la compra se le agregara el impuesto.

4. 4 Estrategias de distribución

Formato y medios de distribución física.

Al ser una empresa virtual, la estrategia para la venta es la exhibición de los productos en la página web y las redes sociales, Los pedidos se tomarán tanto por la página web, como por Instagram y el sistema de mensajería de WhatsApp, después del cliente realizar su pedido y su pago mediante depósito directo o transferencia se le realizara su envío mediante caribe tours pack o metro pack donde el cliente podrá pasar a recoger su pedido en un tiempo estimado de 72 horas.

3. 5 Estrategias de comunicación.

Tácticas promocionales: Las acciones que se llevaran a cabo para atraer al cliente y la empresa darse a conocer en el mercado serán : 1- Las primeras tres compras que se realicen al mes, tendrá un 5% off en su próxima compra y 2- La empresa realizara ventas flas por un tiempo muy corto, donde la empresa recortara sus precios esto permitirá adquirir clientes y elevar ganancias y 3- Las personas que se registren en la página web y en el Instagram de la empresa podrán disfrutar de beneficios exclusivos en sus compras como sorteos, ofertas y descuentos.

Tácticas publicitarias promocionales: Con el lanzamiento de BELLAS STORE, se llevará a cabo estrategias enfocadas en las redes sociales, tanto en la página web, Instagram y WhatsApp se darán a conocer la razón social de la empresa y los productos que ofrece la empresa, como publicidad utilizara lo que son los flayer, capsulas escritas y minivideos, esto permitirá al cliente de una manera más rápida y sencilla observar lo que ofrece la empresa.

Tácticas promocionales de medios: Las redes en donde se llevarán a cabo estas promociones serán Instagram y WhatsApp, por estas plataformas se estarán

compartiendo ofertas de temporada, descuentos, fotos, minivídeos y capsulas promocionales de la empresa y sus mercancías disponibles, mantener el cliente informado e innovador en todas las plataformas, estando siempre cerca.

Tácticas de ventas La empresa implementara sus tácticas de venta con fotos con modelos y sin modelos y minivídeos tanto en la página web, como en el Instagram y WhatsApp en donde de una manera eficaz y sencilla se le mostrara al cliente las prendas disponibles, en diferentes ángulos, los descuentos y ofertas de temporada de esta manera el cliente y la empresa estarán siempre actualizados y entrelazados.

Tácticas de relaciones públicas: La empresa implementara lo que son intercambios de promociones con diferentes instagramer que cuentan con más de medio millón y un millón en adelante de seguidores en esta red, enviándole diferentes prendas de la empresa y estos le darán mención en su página, esto dará a conocer la empresa y aumentara el número de seguidores. También la empresa realizara anual una donación a la iglesia católica de Imbert puerto plata para la cena de navidad a la comunidad en donde la propietaria o la encargada de la tienda en República Dominicana asistirá, tomara fotos y videos, haciendo acto de presencia de la empresa.

ESTRUCTURATECNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto.

La empresa cuenta con dos socios claves: Bilernia Moya que será la accionista mayoritaria de este proyecto y Rosa Moya. Ambas con ideas y metas claras de emprender y crecer en este mundo online.

La empresa cuenta con empresas suplidoras responsables, que garantizan a la empresa mercancía de calidad y a la vanguardia. Entre ellos: American Eagle, Macys, Hollister y Jimmy accesorios. Todas con marcas reconocidas que ofrecen un servicio de calidad y prendas a la vanguardia.

A través de la página web y las redes sociales Instagram, Facebook y WhatsApp la empresa exhibirá sus catálogos de mercancías, también videos y fotos con información detallada para fácil comprensión de los usuarios. Como empresa online el éxito de la empresa depende del buen manejo que se les dé a sus plataformas.

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.

Diseño gráfico

Es el profesional encargado de proyectar la comunicación visual de la empresa, dentro de sus funciones están: diseñar logotipos, crear estrategias de publicidad visual y liderar equipos de trabajo.

Soporte técnico.

El servicio de soporte técnico es vital para el buen funcionamiento de la empresa. Este se encargará de garantizar que la prestación del servicio este en las mejores condiciones. Entre sus funciones están: resolver los problemas y de ser posible anticiparse a ellos y detectar anomalías incluso antes que la misma empresa.

Manejo de sitios webs.

Su función es la administración y responsabilidad de los sitios web de internet, se asegura de que la información del sitio web es correcta, segura y actualizada. Dentro de sus funciones están: trabajar estrechamente con los diseñadores y con los departamentos de venta y Marketing.

4.3 Áreas operativas del proyecto.

Gerencia administrativa.

Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar y decidir el trabajo de la empresa, además de contratar el personal adecuado.

Asistente administrativa

Sus funciones son ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos.

Atención al cliente.

Su función es relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para la empresa interactuar con el cliente y así brindar asesoramiento adecuado para el uso de servicios o mercancías.

Ventas y gestión de pedidos.

Esta es la parte de la empresa en la que el cliente hará su pedido, luego el equipo de venta comprobará los detalles y le confirmará su pedido y cómo y cuándo se realizará su envío.

Facturación y cobros

Este es el departamento responsable de gestionar el cobro a los clientes, se encarga también de recibir, examinar y se acepta o no una factura.

Contabilidad.

En este departamento se encargarán de registrar, clasificar y resumir cada una de las transacciones efectuada en la empresa, es una herramienta fundamental en el desarrollo de la organización ya que en ella la empresa tendrá los balances del cada movimiento que se realiza.

Legal.

Este departamento es de mucha importancia para la empresa, ya que en él se trabajará con todo lo que le concierne a la parte legal de la empresa, sus políticas, sus normas y otros órganos dentro de la organización.

Bellas Store es una empresa S.R. L que cuenta con dos accionistas quienes trabajaran conjuntamente en la creación y desarrollo de la empresa , ambos accionistas son también los inversionistas del proyecto por dicha razón tendrán los mismos derechos entre ellos : Derecho en partes iguales del reparto de beneficio , derecho a participar en las decisiones sociales , derecho de obtener información sobre los datos contable de la organización y derecho de información en todos los periodos establecidos .

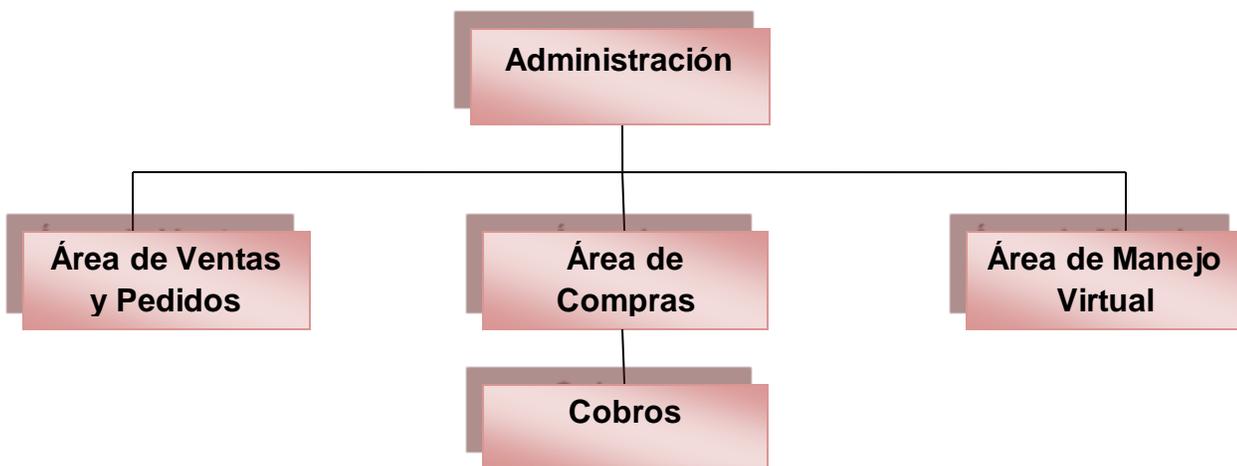
Compras y control de inventarios.

Este departamento es el responsable de garantizar el abasto suficiente de las mercancías recurrentes en la empresa, así como el adecuado manejo de lo que existe dentro de la empresa.

Actualización de contenidos online.

Es muy importante mantener la página web y redes sociales de la empresa actualizados constantemente, ya que esto ayuda a que los clientes visitantes se vean atraídos por sus artículos y contenido. La variedad de contenido y su actualización es lo que refleja el interior de la web, de que trata, y que ofrece en general.

4.4 Organigrama.



4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.

La empresa en todas sus redes sociales y su página web tendrá su horario establecido para así evitar cualquier malentendido ya sea con un envío o un paquete de devolución. La empresa podrá recibir pedidos las 24 horas del día los 7 días a la semana, pero los envíos serán realizados en un horario establecido:

Horario establecido envío de paquetes:

Lunes a viernes 8 am -7pm

Sábados 8 am – 2 pm

4.6 Políticas operativas del negocio.

La política de privacidad de BELLAS STORE establece los términos en que la empresa usa y protege la información que es proporcionada por sus usuarios al momento de utilizar el sitio web. La empresa está comprometida con la seguridad de los datos de sus usuarios.

Para lograr mantener la información de la cliente segura la empresa utilizara sistemas avanzados y actualizados constantemente para asegurarse que no exista ningún acceso no autorizado.

4.7 Normas laborales.

- BELLAS STORE cumplirá con los tiempos estipulados para las entregas
- La empresa está orientada a generar y mantener una cultura de servicio
- La empresa mejorara solo ofrece prendas que cumplan con los estándares de calidad
- La empresa mejorara continuamente todos sus servicios.

Estructura financiera

PLAN DE INVERSION BELLAS STORE

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 12,000.00	\$ 30,000.00
Mobiliario de oficina	\$ 20,000.00	\$ 50,000.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$ 25,000.00	\$ 75,000.00
Aire acondicionado*	\$ 15,500.00	\$ 90,500.00
Hosting y dominio web	\$ 3,360.00	\$ 93,860.00
Softwares especializados	\$ 5,000.00	\$ 98,860.00
Soporte técnico	\$ 4,000.00	\$ 102,860.00
diseñador grafico	\$ 4,500.00	\$ 107,360.00
Equipos y maquinarias*		
Insumos y materiales		
Materia prima*		
Mercancia*	\$ 100,000.00	\$ 207,360.00
Suministro electricidad	\$ 2,500.00	\$ 209,860.00
Servicios de data o internet	\$ 3,000.00	\$ 212,860.00
Embalaje o empaques	\$ 8,000.00	\$ 220,860.00
Otros especifiquen	\$-	\$ 220,860.00
Total, plan de inversión		\$220,860.00

Plan de Medios Online Bellas Store

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	10	\$ 500.00	\$ 5,000.00
Videos	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
Tutoriales	4	\$ 1,500.00	\$ 6,000.00
catálogos	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Fotos		\$ -	\$ -
artículos	6	\$ 1,000.00	\$ 6,000.00
Infomerciales	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Publicidad en YouTube			\$ -
Publicidad en redes sociales	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Capsulas informativas	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Otros		\$ -	\$ -
Total		\$ 11,500.00	\$ 29,500.00



Estado de Resultados Proforma Bellas Store

Ingresos por ventas anuales

Blusas formales	\$50,900.00
Vestidos	\$65,000.00
Falda	\$30,100.00
Jeans largos	\$110,500.00
Jeans short	\$100,800.00
T-shirt	\$120,500.00
Accesorios inoxidable	\$34,800.00
Accesorios fantasía	\$48,000.00

Total, de ingresos **\$ 558,150 .00**

Costos directos

Costos indirectos

Costos fijos \$10,500.00

Costos variables \$24,000.00 -

Total, costos **\$34,000.00**

Intereses sobre préstamos o imp.

Financiamientos bancarios \$

Tarjeta de crédito \$

Préstamos independientes \$

Impuestos **\$39,070.00**

Ganancia o Pérdida Neta **\$485,080.00**

Estado de Flujos de Efectivo Proforma Bellas Store

Cuentas por cobrar		
Ventas al contado mensual	\$ 38,500.00	
Ventas a crédito mensual	\$ -	
Otros ingresos		
Total, cuentas por cobrar		\$ 38,500.00
Gastos Operacionales		
Servicio de luz eléctrica	\$ 2,500.00	
Plan de teléfono fijo y móvil	\$ 3,500.00	
Plan de internet fijo y móvil	\$ 4,500.00	
Transporte	\$ -	
Otros	\$ -	
Total, Gastos Operacionales	10,500.00	\$ 10,500.00
Costos Operacionales		
		\$
Hosting y dominio	\$2,000.00	-
		\$
Software seguridad	\$ 250,000	-
		\$
Softwares especializados	\$950	-
		\$
diseño gráfico o contenido web	\$5,000.00	-
		\$
Embalaje	\$1,000.00	-
		\$
Envios	\$15,000.00	-
		\$
Otros		-
Total, Costos Operativos	\$24,000	\$ 24,000.00
Préstamos o financiamientos		
		\$
Tarjeta de crédito		-
		\$
Prestamos independiente		-
		\$
Financiamiento bancario		-
		\$
Otros		-
Total, Préstamos o financiamientos		
Total		\$ 4,000.00

**PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS
BELLAS STORE**

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Blusas formales	\$ 900.00	6	\$ 5,400.00	5	\$ 4,500.00	3	\$ 2,700.00	3	\$ 2,700.00
vestidos	\$ 1,000.00	5	\$11,600.00	4	\$ 4,000.00	3	\$ 3,000.00	3	\$ 3,000.00
Faldas	\$ 950.00	5	\$ 4,750.00	2	\$ 1,900.00	4	\$ 3,800.00	4	\$ 3,800.00
Jeans largos	\$ 2,500.00	7	\$17,500.00	8	\$20,000.00	7	\$ 17,500.00	6	\$ 15,000.00
Jeans short	\$ 1,050.00	6	\$ 6,300.00	7	\$ 7,350.00	7	\$ 7,350.00	7	\$ 7,350.00
T-shirt	\$ 850.00	7	\$ 5,950.00	5	\$ 4,250.00	8	\$ 6,800.00	9	\$ 7,650.00
Accesorios acero inoxidable	\$ 750.00	2	\$ 1,500.00	1	\$ 750.00	0	\$ -	3	\$ 2,250.00
Accesorio fantasía fina	\$ 425.00	4	\$ 1,700.00	0	\$ -	3	\$ 1,275.00	4	\$ 1,700.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 8,425.00	42	\$ 54,700.00	32	\$ 42,750.00	35	\$ 42,425.00	39	\$ 43,450.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Blusas formales	\$ 900.00	4	\$ 3,600.00	4	\$ 3,600.00	4	\$ 3,600.00	3	\$ 2,700.00
Vestidos	\$ 1,000.00	2	\$ 2,000.00	2	\$ 2,000.00	3	\$ 3,000.00	2	\$ 2,000.00
Faldas	\$ 950.00	4	\$ 3,800.00	3	\$ 2,850.00	3	\$ 2,850.00	0	\$ -
Jeans largos	\$ 2,500.00	4	\$15,000.00	5	\$12,500.00	6	\$ 15,000.00	3	\$ 7,500.00
Jeans short	\$ 1,050.00	3	\$ 3,150.00	9	\$ 2,100.00	8	\$ 8,400.00	6	\$ 12,000.00
T-shirt	\$ 850.00	10	\$ 8,500.00	18	\$15,300.00	15	\$ 12,750.00	12	\$ 10,200.00
Accesorios acero inoxidable	\$ 750.00	3	\$ 2,250.00	4	\$ 3,000.00	9	\$ 6,750.00	3	\$ 2,250.00
Accesorios fantasía fina	\$ 425.00	5	\$ 2,125.00	0	\$ -	12	\$ 5,100.00	5	\$ 2,125.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 7,375.00	35	\$ 40,425.00	45	\$ 41,350.00	60	\$ 57,450.00	34	\$ 38,775.00

\$ 178.000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Blusa formal	\$ 900.00	0	\$ -	4	\$ 3,600.00	7	\$ 6,300.00	5	\$ 4,500.00
Vestidos	\$ 1,000.00	1	\$ 1,000.00	5	\$ 5,000.00	6	\$ 6,000.00	6	\$ 6,000.00
Faldas	\$ 950.00	1	\$ 950.00	3	\$ 2,850.00	4	\$ 3,800.00	5	\$ 4,750.00
Jeans largos	\$ 2,500.00	7	\$17,500.00	5	\$ 12,500.00	7	\$ 17,500.00	5	\$ 12,500.00
Jeans short	\$ 1,050.00	9	\$ 9,450.00	7	\$ 7,350.00	8	\$ 8,400.00	12	\$ 12,600.00
T-shirt	\$ 850.00	10	\$ 8,500.00	8	\$ 6,800.00	12	\$ 10,200.00	16	\$ 13,600.00
Accesorios acero inoxidable	\$ 750.00	1	\$ 750.00	7	\$ 5,250.00	2	\$ 1,500.00	4	\$ 3,000.00
Accesorios fantasía fina	\$ 425.00	0	\$ -	3	\$ 1,275.00	3	\$ 1,275.00	5	\$ 2,125.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 8,425.00	29	\$ 38,150.00	42	\$ 44,625.00	49	\$ 54,975.00	58	\$ 59,075.00

\$196.825.00

Primer cuatrimestre \$ 183.325.00
 Segundo cuatrimestre \$ 178.000.00
 Tercer cuatrimestre \$ 196.825.00
Total, proyección de ventas \$ 558, 150.00

CONCLUSION

El objetivo principal que se busca mediante el desarrollo de este proyecto ha sido el de estudiar la viabilidad de la creación de una empresa virtual, centrada en ofrecer a través de internet ropa formal e informar y accesorios para damas.

Se realizaron una serie de análisis para su implementación entre ellos se destacó mediante encuestas el análisis de mercado online y esto permitió estudiar la tendencia de los usuarios de internet y poder identificar las preferencias de las compras en la red, el perfil y lo que el cliente espera de un producto. Todos estos análisis permitieron a la empresa obtener una perspectiva sobre las oportunidades y ventajas de este proyecto. La empresa cuenta con una serie de procesos que no son complejo en su inicio, por lo que se espera un mínimo número de inconvenientes, que puedan perjudicar su funcionamiento.

A través de los estudios realizados en el presente proyecto se concluye que si es posible crear una empresa de esta categoría en Imbert , Puerto plata República Dominicana siempre y cuando se tengan en cuenta los factores que permitirán su desarrollo continuo como el análisis de la demanda , el cumplimiento con los tiempos de entrega , las especificaciones de los productos , las políticas adecuadas mediante las que se regirá la empresa y el análisis de todas las entradas y salidas financieras que presente la empresa.

BIBLIOGRAFIA

- Ana Delgado. (12022020). 12 oportunidades para crear tu negocio. 13052020, de <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/g60394/online> Sitio web: <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/g60394/online>.
- Rafa Galán. (02042019). montar un negocio online. 13052020, de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a77895/como-montar-una-tienda-online/> Sitio web: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a77895/como-montar-una-tienda-online/>.
- Pau Forner. (2020). los negocios online para empezar el 2020. 13052020, de <https://unavidaonline.com/negocios-online-rentables/> Sitio web: <https://unavidaonline.com/negocios-online-rentables/>.
- Ahmad, N., y Seymour, R. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. OCDE.
- Corporación Andina de Fomento. (2013). Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva. CAF
- Drayton, B. (2011). Emprendedores sociales. Todos podemos cambiar el mundo. Barcelona: Plataforma Editorial.
- Emprende123. (2019). Las mejores herramientas digitales para emprendedores. Mengíbar, - Jaén. Recuperado en
- <https://www.123emprende.com/emprendimiento/las-mejores-herramientas-digitales-para-emprendedores>
- Fundación General de la Universidad de La Laguna. (2018). Los medios digitales y revistas para emprender que debes consultar a diario para estar siempre al día. Santa Cruz de Tenerife, España: West publishing corporation. Recuperado de

<https://fg.ull.es/noticias/2018/06/25/los-medios-digitales-y-revistas-para-emprendedores-y-emprendedoras-que-debes-consultar-a-diario-para-estar-siempre-al-dia/>

- Gates, B. (2000). Los Negocios en la Era Digital, México DF, México: Plaza & Janes Editores.
- Ghemawat, P. (2011). Mundo 3.0. La prosperidad global y las vías para alcanzarla. Barcelona: Deusto.
- Innovación & Entrepreneurship Business School. (2015). 15 medios para emprendedores que debes conocer para emprender. Barcelona, España. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/medios-para-emprendedores-creacion-empresas/>
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>.
- Sáez, P., y Pareras, L. (2010). Capitalismo 2.0. El poder del ciudadano para cambiar el mundo. Barcelona: Plataforma Editorial.

ANEXOS

Encuesta Nivel de aceptación tienda de variedades online BELLAS STORE

1. Género

- A) Masculino
- B) Femenino

2. Ocupación

- A) Ama de casa
- B) Empleada privada
- C) Empresaria
- D) Profesional independiente

3. Ingresos

- A) Menos de RD\$10,000.00
- B) De RD\$10,001.00 a RD\$20,000.00
- C) De RD\$20,001 a RD\$30,000.00
- D) Mas de RD\$30,001.00

4. ¿Has comprado en tiendas de variedades online?

- A) Si
- B) No

5. ¿Qué cosas prefieres comprar?

- A) Ropa
- B) Lencería
- C) Accesorios
- D) Zapatos
- E) Carteras
- F) Otro

6. ¿Qué tipo de ropa llama más tu atención?

- A) Ropa casual
- B) Ropa deportiva
- C) Ropa formal o de etiqueta
- D) Lencería
- E) Otra

7. ¿Qué tipo de accesorios son de tu preferencia?

- A) Prendas en acero inoxidable
- B) Prendas artesanales
- C) Prendas en plástico cristal
- D) Prendas en oro o plata
- e) Otro

8. ¿Qué tipo de carteras son de tu preferencia? A) Ejecutivas

- B) Casuales
- C) Artesanales
- D) Deportivas
- E) Otra

9. ¿Qué aspectos son importantes para ti al momento de comprar alguno de estos productos?

- A) Calidad
- B) Precio
- C) Durabilidad
- D) Tendencia o moda
- E) Otro

10. ¿Qué esperas de una tienda de variedades online?

- A) Atención personalizada
- B) Productos de vanguardia
- C) Precios justos
- D) Respuesta inmediata
- E) Asesoría
- F) Todas las anteriores

11) ¿Cómo prefieres visualizar la mercancía ofrecida en una tienda de variedades online?

- A) Fotos sin modelos
- B) Fotos con modelos
- C) Catálogos de productos
- D) Videos
- E) Todas las anteriores

12. ¿Cómo deseas realizar tus pedidos?

- A) Autoservicio
- B) Atención de un representante

13. ¿Qué plataforma prefieres para una tienda de variedades online?

- A) Página web
- B Redes sociales
- C) WhatsApp
- D) Página de Intermediación

14. ¿Cómo prefieres realizar tus pagos?

- A) Transferencia bancaria
- B) Cargo a tarjeta de débito o crédito
- C) Depósito bancario
- D) Otro

15. ¿Qué tipo de ofertas y promociones te gustaría ver en una tienda de variedades online?

- A) Concursos
- B) Descuentos por compras al por mayor
- C) Bonos por fidelidad
- D) Ofertas de temporada
- E) Otro

16. ¿Qué tipo de envío prefieres?

- A) A domicilio
- B) Por agencia de envíos
- C) Pick Up
- D) Otro